

Laihdutusbisnes huijaa ihmisiä

Pertti Mustajoki
Luentolyhennelmä 11.5.04

Laihdutusvalmisteita on Suomessa markkinoitu kohta vuosisata. Lihavuuden yleistyessä markkinoinnin vauhti on kiihtynyt. Amerikkalaisissa aikakauslehdissä eri laihdutusvalmisteiden ilmoittelu kolminkertaistui vuosien 1992-2001 välillä. Suomessa apteekkeissa myytyjen ei-lääkkeellisten laihdutusvalmisteiden (Natural slimming products, non medicinal) myynti on tämän vuoden alussa 2 – 3 kertaa suurempi kuin viime vuonna saman aikana. Kyseessä on suuri teollisuudenala: USA:ssa vuonna 2000 arvioitiin laihdutusvalmisteiden ja -ohjelmien myynnin arvoksi 35 miljardia dollaria. Suomen laihdutusbisneksen arvoa ei tiedetä.

Laihdutusvalmisteiden markkinointi on muuttunut aggressiivisemmäksi ja härskimmäksi. 10-20 vuotta sitten pääpaino oli erilaisilla dieettivalmisteilla. Nyt vallalla ovat tuotteet, jotka "laihuttavat" ja "polttavat rasvaa" ilman dieettiä ja liikuntaa.

Laihdutusvalmisteiden muotokuva

Vuonna 2001 amerikkalaiset tutkijat analysoivat 300 laihdutusvalmisteiden mainosta erilaisissa medioissa. Tiukoillakin kriteereillä yli puolessa esitettiin väitteitä, jotka eivät voi pitää paikkaansa. Laihdutusvalmisteisiin liittyi seuraavia ilmiöitä (suluissa prosenttiosuus):

- "Onnistujien" todistukset (65%). "Jennifer Parish: Laihduin 50 kiloa ja vyötäröltäni hävisi 40 cm"
- Nopea tulos (57%). "Ensimmäisen viikon aikana 9 kiloa."
- Tulostakuu (51%). "Saat rahat takaisin, jos et laihtu"
- Luonnontuote (44%). "Valmistettu luonnon omista aineista"
- Ennen ja jälkeen kuvat (42%). Kuvia, jotka ovat selvästi manipuloituja.
- Ei sivuvaikutuksia (42%).
- Ei liikuntaa eikä dieettiä (42%). "Voit syödä niin paljon kuin haluat. Ei nälkää, ei hikoilua."
- Pysyvä tulos (41%). "Olet viimein matkalla kohti pysyvää upeaa vartaloa."
- Kliinisesti tutkittu (40%). Vedotaan tutkimuksiin, joita ei löydy. Lääkäreiden kuvia.
- Ei voi epäonnistua (34%). "98-prosenttinen tulos."
- Lääkärintarkastus (25%). "...säännöllisesti lääkärin luona, ettet laihtu liian paljon."

Täsmälleen samoja piirteitä löytyy Suomessa markkinoiduissa tuotteissa.

Tieteellisiä selvityksiä

Amerikkalaiset tutkijat kävivät läpi 18 laihdutusvalmistetta tai -menetelmää koskevat tieteelliset tutkimukset (*Clinical Reviews in Food Science and Nutrition 2001;41:1-28*). Monista löytyi useitakin tutkimuksia. Siitä huolimatta tutkijat päätyivät johtopäätökseen, että minkään kohdalla valmisteiden turvallisuutta ja tehoa ei oltu luotettavasti osoitettu.

Ylipainoiset ihmiset huijauksen uhreina

Monet ihmiset ovat suojattomia laihdutushuuhaan markkinoinnille. Tavallisella ihmisellä ei voi olla riittäviä tietoja energia-aineenvaihdunnasta, jotta hän voisi ymmärtää houkuttelevat mainokset huuhaaksi. Se minkä asiantuntija näkee heti humpuukiksi, voi ylipainoiselle lähimmäiselle näyttäytyä lupaavana valmisteena. Monet ylipainoiset ovat yrittäneet eri tavoin hallita painoaan siinä onnistumatta. Heille houkutteleva laihdutustuote voi tuntua viimeisenä oljenkortena.

Lihavuus aiheuttaa monia vakavia sairauksia. Siksi laihdutustuotteissa huijaaminen on tuomittavampaa kuin esimerkiksi kosmeettisten tuotteiden yliampuva markkinointi. Yhteiskunnan pitäisi pystyä suojelemaan ihmisiä valheelliselta laihdutusvalmisteiden markkinoinnilta.

[Suomen lihavuustutkijat ry. jakaa vuosittain Laihdutuslimbo antipalkinnon, jolla halutaan kiinnittää huomiota Suomessa rehottavaan laihdutusbisnekseen. Viiden vuoden aikana palkitut valmisteet löytyvät yhdistyksen kotisivuilta: www.suomenlihavuustutkijat.fi.]