

ÄNDERUNG DER LEITSÄTZE FÜR ERFRISCHUNGSGETRÄNKE

Stellungnahme des vzbv im Rahmen der Überarbeitung der Leitsätze für Erfrischungsgetränke¹ der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission

EINORDNUNG UND ALLGEMEINE ANMERKUNGEN

Übergewicht und Adipositas

- Der aktuelle 14. Ernährungsbericht der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) zur Übergewichtsentwicklung zeigt, dass immer mehr Erwachsene (Männer: 59 Prozent, Frauen: 37 Prozent) übergewichtig sind. Dieser Trend steigt mit zunehmendem Alter weiter an. Besonders die Verbreitung von Adipositas hat laut DGE bei den Erwachsenen weiter zugenommen.²
- Bei Kindern und Jugendlichen stagnieren die Prävalenzen an Übergewicht bzw. Adipositas auf einem hohen Niveau.³
- Eine hohe und häufige Zuckerzufuhr fördert die Entstehung von Übergewicht und Adipositas sowie zahlreiche mit Übergewicht assoziierte Erkrankungen wie Diabetes mellitus Typ 2 und kardiovaskuläre Erkrankungen und die Entstehung von Karies.⁴

Konsum zuckergesüßte Erfrischungsgetränke

- Laut dem Robert-Koch-Institut (RKI) trinken 20 Prozent der Heranwachsenden (Jungen: 22 Prozent, Mädchen: 17 Prozent) täglich zuckerhaltige Erfrischungsgetränke. Ein regelmäßiger Konsum zuckerhaltiger Erfrischungsgetränke kann mitverantwortlich für die Entwicklung von Adipositas im Kindes- und Jugendalter gemacht werden.⁵
- Auch die DGE führt aus: „Insbesondere der hohe Konsum zuckerhaltiger Getränke kann zu einer positiven Energiebilanz und in der Folge erhöhtem

¹ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: Anhörungsverfahren der DLMBK zu den Leitsätzen für Erfrischungsgetränke, 2021, <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/deutsches-lebensmittelbuch-kommission/anhoeerungsverfahren-4.html>, 31.03.2021

² Deutsche Gesellschaft für Ernährung: Immer mehr Schwangere sind zu dick. Aktuelle Daten zur Übergewichtsentwicklung im 14. DGE-Ernährungsbericht, 2020, <https://www.dge.de/presse/pm/immer-mehr-schwangere-sind-zu-dick/>, 23.03.2021

³ Insgesamt liegt in der Altersgruppe der 3- bis 17-Jährigen die Prävalenz von Übergewicht inklusive Adipositas bei 15,4 Prozent, die von Adipositas bei 5,9 Prozent.

⁴ DGE: Empfehlung zur maximalen Zuckerzufuhr in Deutschland. DGE, DAG und DDG veröffentlichen gemeinsames Konsensuspapier, 2018, <https://www.dge.de/presse/pm/empfehlung-zur-maximalen-zuckerzufuhr-in-deutschland/>, 23.03.2021

⁵ Laut Ergebnissen der KiGGS Welle 2 (2014–2017), zit. nach: RKI: https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Studien/Adipositas_Monitoring/Verhalten/PDF_Themenblatt_Erfrischungsgetraenke.pdf, , 23.03.2021

Körpergewicht sowie gesteigerten Krankheitsrisiken führen. Da zuckergesüßte Getränke keinen Sättigungseffekt haben, führt ihr Konsum leicht zu einer insgesamt zu hohen Energiezufuhr.“⁶

Leitsätze sollten an ernährungspolitische Gesamtstrategie anknüpfen

- Eine hohe Verfügbarkeit und der hohe Verzehr energiedichterer Lebensmittel und Getränke kann es Verbraucherinnen und Verbrauchern⁷ schwer machen, sich ausgewogen und für ihre Bedürfnisse angemessen zu ernähren. Erschwert wird eine gesunde Ernährung auch, wenn die Produktkennzeichnung oder Werbeaussagen einen falschen Eindruck davon vermitteln, wie ausgewogen ein Produkt insgesamt ist – beispielsweise, weil der Zucker- oder Kaloriengehalt dadurch deutlich unterschätzt wird.
- Der vzbv fordert wirksame ernährungspolitische Instrumente, um eine gesunde Ernährung und die Prävention von ernährungsmitbedingten Erkrankungen zu unterstützen. Zu einem ganzheitlichen präventiven Ansatz gehört aus Sicht des vzbv folgender Maßnahmenmix:
 - eine ambitionierte und verbindliche Reduktionsstrategie für Zucker, Fett und Salz in Fertilebensmitteln,
 - ein europaweit verpflichtender Nutri-Score,
 - die Beschränkung gesundheits- und nährwertbezogener Werbeaussagen auf Lebensmitteln mit einem Nährwertprofil, das den WHO-Kriterien für an Kinder gerichtetes Lebensmittelmarketing entspricht,
 - ein Verbot von an Kinder gerichteter Werbung für Lebensmittel, wenn die WHO-Kriterien für an Kinder gerichtetes Lebensmittelmarketing nicht eingehalten werden,
- Lebensmittelkennzeichnung sollte für möglichst alle Verbraucher leicht verständlich, schnell zu erfassen und einheitlich sein. Kennzeichnung soll Verbrauchern nutzen. Verbraucher sollten diese nicht nur im Einzelnen verstehen, sondern auch übergeordnet nachvollziehen können, warum es bestimmte Kennzeichnungsregeln gibt und welchen Nutzen diese Regeln für sie haben.
- In einer Studie des Projekts Lebensmittelklarheit⁸ (zum Zeitpunkt der Stellungnahme noch nicht veröffentlicht) zu „Süße-Marketingclaims: Wie verstehen Verbraucher Werbehinweise zu Zuckerreduktion, Süßungsmitteln und anderen süßenden Zutaten auf Lebensmitteln?“ gab eine Mehrheit der Befragten an, eher ein Produkt mit einem Süße-Claim, darunter auch

⁶ DGE: Empfehlung zur maximalen Zuckerzufuhr in Deutschland. DGE, DAG und DDG veröffentlichen gemeinsames Konsensuspapier, 2018, <https://www.dge.de/presse/pm/empfehlung-zur-maximalen-zuckerzufuhr-in-deutschland/>, 23.03.2021

⁷ Die im weiteren Text gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf Personen aller Geschlechter. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Mehrfachbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

⁸ Zühlsdorf, A., Jürkenbeck, K., Mehlhose, C., Spiller, A. (2021): „Süße“-Marketingclaims: Wie verstehen Verbraucher Werbehinweise zu Zuckerreduktion, Süßungsmitteln und anderen süßenden Zutaten auf Lebensmitteln?, Ergebnisse zweier repräsentativer Umfragen (zusammenfassender Ergebnisbericht), wissenschaftliche Studie im Auftrag des vzbv, Göttingen. In Vorber.

ein Reduktions-Claim wie „weniger süß“, zu kaufen als ein Produkt ohne Claim. Ein Fünftel hält ein als „weniger süß“ gekennzeichnetes Produkt für insgesamt gesünder als ein Produkt ohne diesen Claim. Insgesamt strahlen Werbeclaims, die auf weniger oder natürliche Süße verweisen häufig auf das Gesamtprodukt aus und produzieren einen „Health Halo“-Effekt. Dieser geht mit einer Überschätzung der Nährwertqualität einher und kann Verbraucher, die sich ausgewogen ernähren möchten, dazu verleiten Produkte mit ungünstigem Nährwertprofil zu kaufen.

- Die im Auftrag des Projekts Lebensmittelklarheit durchgeführte Studie zeigt, dass Süße-Claims von Verbrauchern als Nährwert- und nicht nur als Geschmacksinformation verstanden werden. Zuckerhaltige Getränke, auch solche mit weniger als 7 Gramm pro 100 Milliliter Zucker, sind keine geeigneten Durstlöscher. Die in der Leitsatzänderung vorgeschlagene ausdrückliche Kennzeichnung eines geringeren Zuckergehaltes gegenüber dem im Markt üblichen bei Limonaden würde aus Sicht des vzbv zum oben beschriebenen, problematischen Health-Halo-Effekt führen.
- Health-Halo-Effekte müssen insbesondere bei zuckergesüßten Getränken wie Erfrischungsgetränken und Limonaden vermieden werden, weil diese Produkte eine nachweislich besonders relevante Rolle bei der Entstehung von Übergewicht und ernährungsmitbedingten Krankheiten spielen.
- Die Kennzeichnung von Zucker, einschließlich einer gesonderten Auslobung, oder von Werbeaussagen jenseits der Nährwertkennzeichnung sollte einheitlich und unmissverständlich erfolgen und restriktiv geregelt werden. Verbraucher dürfen nicht durch verwirrende Kennzeichnungen auf eine falsche Fährte über das Gesamtnährwertprofil des Lebensmittels gelockt werden. In diesem Zusammenhang ist es kontraproduktiv, für zuckergesüßte Getränke wie Limonaden im Rahmen der Leitsätze ausdrücklich die Auslobung eines verringerten Zuckergehaltes festzuschreiben.
- Zwar bilden die Leitsätze der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission das „übliche Wirtschaftsgebaren“ im Markt ab und bauen bei ihrer Weiterentwicklung auf einer bestimmten Historie und inneren Logik auf. Diese dürfte sich dem Großteil der Verbraucher jedoch nicht erschließen und macht es aus Sicht des vzbv auch nicht notwendig, einen Zuckergehalt von weniger als 7 g/100 ml bei Limonaden ausdrücklich auf der Vorderseite der Verpackung auszuloben. Für Verbraucher dürfte nicht nachvollziehbar sein, warum dies bei Limonaden ausgewiesen werden muss, auf Erfrischungsgetränken, Brausen oder Fruchtsaftgetränken jedoch nicht. Sie ziehen daraus auch keinen Nutzen, im Gegenteil: Daraus kann ein problematischer Health-Halo-Effekt entstehen, der eine ungesunde Ernährung befördern kann.
- Die Deutsche Lebensmittelbuch-Kommission muss sich in ihrer Arbeit stärker daran orientieren, wie die von ihr erarbeiteten Kennzeichnungsregeln von Verbrauchern tatsächlich verstanden werden und welchen tatsächlichen Nutzen sie für Verbraucher haben.

- Zudem darf sich die Deutsche Lebensmittelbuch-Kommission nicht den übergeordneten gesellschaftlichen Debatten und Bedürfnissen verschließen und muss ihre Arbeit stärker in diese einbetten. Die Mehrheit der Verbraucher wünscht sich eine klarere Lebensmittelkennzeichnung und ein gesünderes, ausgewogeneres Lebensmittelangebot.⁹ Die Nationale Reduktionsstrategie der Bundesregierung für Zucker, Salz und Fett in Fertigprodukten ist ein Schritt in die richtige Richtung, ebenso die freiwillige Einführung des Nutri-Scores in Deutschland. Die Leitsätze der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission müssen sich konsistent in diese Ansätze einfügen und dabei insbesondere Erkenntnisse der Verbraucherschforschung stärker berücksichtigen und gewichten.
- Aus Sicht des vzbv ist es am zielführendsten, auch die Angabe eines „üblichen“ Zuckergehaltes bei Limonaden zu streichen, wenn dieser bei Unterschreiten eine Kennzeichnungsvorgabe nach sich zieht. Diese kann aus Sicht des vzbv zu einem problematischen Health-Halo-Effekt führen, der gerade bei zuckergesüßten Getränken vermieden werden sollte. Hat die Unterschreitung des „üblichen“ Zuckergehaltes aber keine Konsequenz, ist es auch nicht notwendig oder zielführend, ihn überhaupt aufzunehmen.

⁹ Zühlsdorf, Anke; Jürkenbeck, Kristin; Spiller, Achim: Lebensmittelmarkt und Ernährungspolitik 2018: Verbrauchereinstellungen zu zentralen lebensmittel- und ernährungspolitischen Themen, 2018, S. 20, https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2018/01/16/umfrage_ergebnisbericht_lebensmittelmarkt_und_ernaehrungspolitik_2018.pdf, 21.03.2021

Anmerkungen des vzbv zu den Leitsätzen für Erfrischungsgetränke der DLMBK

Leitsatz	Entwurf zu den Änderungen der Leitsätze für Erfrischungsgetränke <i>Einfügungen sind unterstrichen; Streichungen gestrichen</i>	Stellungnahme des vzbv
2.3	Limonaden	
2.3.1	<p>Limonaden enthalten</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aromaextrakte und/oder natürliche Aromastoffe⁵⁾, sowie – in der Regel Zitronensäure, – Trinkwasser, natürliches Mineralwasser²⁾, Quellwasser²⁾ und/oder Tafelwasser²⁾. 	Keine Anmerkung
	<p>Sie weisen einen Gesamtzuckergehalt von mindestens 7 Gewichtsprozent auf, der bei brennwertverminderten Limonaden teilweise oder ganz durch Süßstoffe ersetzt ist.</p>	<p>vzbv begrüßt und unterstützt die Streichung des Absatzes. Mit Blick auf die aktuellen gesellschaftlichen und politischen Diskussionen über einen geringeren Zuckerkonsum ist ein Mindestzuckergehalt für bestimmte Produkte nicht mehr zeitgemäß.</p>

Leitsatz	Entwurf zu den Änderungen der Leitsätze für Erfrischungsgetränke	Stellungnahme des vzbv
	<p data-bbox="481 311 1064 375"><i>Einfügungen sind unterstrichen; Streichungen gestrichen</i></p> <hr data-bbox="248 391 2013 394"/> <p data-bbox="481 670 1075 790"><u>Bei Limonade ist ein Gesamtzuckeranteil von 7 g/100 ml oder mehr üblich, dieser setzt sich aus dem Zuckergehalt der Fruchtbestandteile und dem zugesetzten Zucker zusammen.</u></p> <p data-bbox="481 821 1075 909"><u>Bei brennwertverminderten Limonaden wird zugesetzter Zucker teilweise oder ganz durch Süßungsmittelstoffe ersetzt.</u></p>	<p data-bbox="1120 414 1993 853">Betrifft üblichen Gesamtzuckeranteil von 7 g/100 ml oder mehr: Aus Sicht des vzbv ist die grundsätzliche Streichung der Angabe eines üblichen Gesamtzuckeranteils zielführender. Zwar wurde der bisher geltende Mindestzuckeranteil von Limonaden gestrichen und durch einen „üblichen“ Gesamtzuckeranteil von 7 Gramm pro 100 Milliliter oder mehr bei Limonaden ersetzt. Wenn dies jedoch nach sich zieht, dass eine Unterschreitung des üblichen Zuckeranteils separat und auf der Vorderseite gekennzeichnet werden muss, führt dies aus Sicht des vzbv zu einem problematischen Health-Halo-Effekt. Die Erkenntnisse der Begleitforschung des Projekts Lebensmittelklarheit untermauern diese Befürchtung. Es erschließt sich zudem nicht und dürfte für Verbraucher nicht nachvollziehbar und verständlich sein, wieso dies in der Kategorie Limonaden erfolgen soll, bei anderen Kategorien jedoch nicht.</p> <p data-bbox="1120 869 1993 1165">Betrifft brennwertverminderte Limonade und Süßungsmittel: Der vzbv sieht einen vermehrten Einsatz von Süßungsmitteln/Süßstoffen im Rahmen der Reformulierung von Lebensmitteln kritisch. Bei der Reduktion von Zucker in Getränken sollte das Ziel sein, den Zuckeranteil nach und nach zu verringern, um so auch das Geschmacksempfinden entsprechend umzugewöhnen. Reformulierungen sollten grundsätzlich dazu führen, dass keine übersüßten Lebensmittel angeboten werden, die die Geschmacksausprägung der Verbraucher nach süß schmeckenden Lebensmitteln erhöht.</p>

Leitsatz

Entwurf zu den Änderungen der Leitsätze für Erfrischungsgetränke

Einfügungen sind unterstrichen; Streichungen gestrichen

Stellungnahme des vzbv

Bei Limonaden, die weniger als 7 g/100 ml Gesamtzucker aufweisen und keine Süßungsmittel enthalten, wird der geringere Zuckergehalt hinreichend kenntlich gemacht (z. B. „Limonade mit 5,7 % Zucker, mit Zitronen-Himbeer-Geschmack“ oder „Limonade, weniger süß“).

Betrifft die hinreichende Kenntlichmachung des Zuckergehaltes beim Unterschreiten von 7 g/100 ml, insbesondere die Angabe „weniger süß“: Die Kennzeichnungsvorgabe sollte gestrichen werden, weil sie einen Health-Halo-Effekt erzeugen kann, der gerade bei zuckergesüßten Getränken problematisch ist. Die Begleitforschung des Projekts Lebensmittelklarheit untermauert dies.

Die Angabe „weniger süß“ ist gesetzlich nicht reguliert. Darüber, ob und wie viel Zucker oder andere Süßungsmittel eingespart wurden, erhalten Verbraucher zudem keine Information.

Betrifft die Angabe „Limonade mit 5,7 % Zucker, mit Zitronen-Himbeer-Geschmack“: Der vzbv hält es nicht für zielführend, die isolierte Angabe des Zuckergehalts auf der Vorderseite der Verpackung für eine bestimmte Produktgruppe – hier eine Untergruppe der zuckergesüßten Getränke – als Kennzeichnungspraxis festzuhalten oder zu empfehlen. Der Zuckergehalt ist auf der Rückseite in der Nährwerttabelle verpflichtend angegeben. Freiwillig kann als zusätzliche Nährwertkennzeichnung der Nutri-Score verwendet werden. Die explizite Auslobung eines bestimmten Zuckergehalts ohne weitere Einordnung und Bewertung hat aus Sicht des vzbv das Potenzial, Verbraucher zu verwirren, der Mehrwert für Verbraucher erschließt sich nicht. Insbesondere deshalb nicht, weil die Kennzeich-

Leitsatz	Entwurf zu den Änderungen der Leitsätze für Erfrischungsgetränke	Stellungnahme des vzbv
	<i>Einfügungen sind unterstrichen; Streichungen gestrichen</i>	<p>nur für eine bestimmte, kleine Produktgruppe, die Limonaden, vorgesehen ist. Eine Vergleichbarkeit über die gesamte Produktgruppe der zuckergesüßten Getränke hinweg ist deshalb nicht gegeben.</p> <p>Transparente und leicht verständliche Kennzeichnung sind eine Voraussetzung für eine gesunde Ernährung. Zu viele unterschiedliche Informationen, insbesondere auf der Vorderseite der Verpackung, können einer leichten Verständlichkeit jedoch auch entgegenstehen. Entscheidend ist nicht die Menge der Begriffe, Label und Kennzeichnungselemente, sondern die Qualität und eine konsistente Systematik. Im Fall der Kennzeichnung des Zuckergehalts eignet sich aus Sicht des vzbv dafür eine Kombination aus Nährwerttabelle und Nutri-Score am besten.</p>

Kontakt

*Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.*

*Team
Lebensmittel*

*Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin*

Lebensmittel@vzbv.de