

Alete gewinnt Goldenen Windbeutel 2024

geschrieben von Andreas | 2. Juli 2024



Alete gewinnt Goldenen Windbeutel 2024: Verbraucher:innen wählen Obsties zur dreistesten Werbelüge des Jahres

- Alete erhält den Negativpreis bereits zum dritten Mal
- Kinder-Snack besteht zu 72 Prozent aus Zucker
- foodwatch fordert: Bundesregierung muss Kindergesundheit schützen

Berlin, 2. Juli 2024. Alete erhält den Negativpreis Goldener Windbeutel: Bei einer Online-Abstimmung der Verbraucherorganisation foodwatch wählten rund 57 Prozent der mehr als 55.000 Teilnehmer:innen die Obsties Erdbeer-Banane mit Joghurt von Alete bewusst zur dreistesten Werbelüge des Jahres. Die Kritik: Alete bewirbt den Fruchtsnack „für Kinder“ und nutzt den Claim „ohne Zuckerzusatz“ – doch die Obsties bestehen zu 72 Prozent aus Zucker. Auch wenn es sich dabei ausschließlich um Zucker aus Früchten handelt, sei dieser nicht gesünder als anderer Zucker, kritisierte foodwatch. Nach den Kriterien der Weltgesundheitsorganisation (WHO) dürften die Alete Obsties nicht an Kinder beworben werden. foodwatch forderte die Bundesregierung auf, Kinder besser vor ungesunden Lebensmitteln zu schützen.

„Für Alete sind aller schlechten Dinge offensichtlich drei: Der Babynahrungshersteller erhält bereits zum dritten Mal den Goldenen Windbeutel für ein ungesundes Kinderprodukt. Wie oft

sollen wir Alete denn noch mit dem Negativpreis auszeichnen, damit der Konzern keine Zuckerbomben mehr an Kinder vermarktet?", sagte Dr. Rebekka Siegmann von foodwatch.

Die Verbraucherin Susanne hatte die Alete Obsties auf der foodwatch-Plattform [Schummelmelder.de](https://www.schummelmelder.de) eingereicht. Sie schrieb dazu: „Hier wird mit den Attributen ‚Bio‘, ‚bewusst‘, ‚für Kinder‘ und ‚ohne Zuckerzusatz‘ ein Produkt als gesund und bestens für Kinder geeignet dargestellt, das ganze 71,8 % Zucker enthält.“

Der Fall mache einmal mehr deutlich, dass die Politik endlich handeln müsse, so foodwatch. Denn ungesunde Ernährung im Kindesalter könne im späteren Leben zu schwerwiegenden Folgeerkrankungen wie Typ-2-Diabetes führen. Die Verbraucherorganisation forderte die Bundesregierung auf, endlich wirksame Junkfood-Werbeschränken zum Kinderschutz einzuführen und diese auch auf die Verpackungsgestaltung auszuweiten. Hierfür müsse insbesondere die FDP ihren Widerstand gegen das von Bundesernährungsminister Cem Özdemir vorgelegte Kinderschutzgesetz aufgeben. „Statt die Profitinteressen der Konzerne zu schützen, muss die Bundesregierung der Kindergesundheit oberste Priorität einräumen“, forderte Rebekka Siegmann.

Alete ist eine Marke des Molkereikonzerns Deutsches Milchkontor (DMK). In einer Mail an foodwatch reagierte der Hersteller auf die Windbeutel-Nominierung und räumte ein, dass es bei den Obsties zu einer „Aufkonzentrierung des natürlichen (Frucht-)Zuckers“ komme. Das ist gesundheitlich ungünstig: Fruchtzucker in verarbeiteten Produkten ist nicht besser zu bewerten als Haushaltszucker. Es herrscht ein breiter wissenschaftlicher Konsens darüber, dass ein zu hoher Zuckerkonsum die Entstehung von zahlreichen Krankheiten fördert, dazu gehören Adipositas, Typ-2-Diabetes und Karies. Zum Hauptkritikpunkt von foodwatch, dass die Obsties aufgrund ihres hohen Zuckergehalts laut WHO-Kriterien gar nicht an Kinder beworben werden dürften, bezog DMK keine Stellung.

Neben den Alete bewusst Obsties waren vier weitere Produkte für den Goldenen Windbeutel 2024 nominiert. Rund 56.000 gültige Stimmen gingen im Wahlzeitraum seit Anfang Juni ein.

Das Ergebnis im Detail:

1. Platz: Alete bewusst Obsties von Deutsches Milchkontor (Humana Vertriebs GmbH) (57,1 Prozent der abgegebenen gültigen Stimmen)
2. Platz: Langnese Cremissimo Bourbon Vanille von Unilever (26,8 Prozent)
3. Platz: Veganer Schinken Spicker Mortadella von Rügenwalder Mühle (11,1 Prozent)
4. Platz: Offset Nutrition Pretty Little Meal Bar von Famous Brands GmbH (2,9 Prozent)
5. Platz: Heisse Tasse Champignon Creme von GB Foods Deutschland GmbH (2,2 Prozent)

In einem aktuellen foodwatch-Marktcheck mit 77 an Kinder beworbenen Fruchtsnacks gehörten die Alete Obsties zu den Spitzenreitern mit dem höchsten Zuckergehalt. Nur insgesamt 14 der 77 untersuchten Produkte dürften aufgrund des hohen Zuckergehalts laut den Kriterien der WHO an Kinder beworben werden. Burkhard Rodeck, Kinder- und Jugendarzt und Generalsekretär der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin, sagte dazu gegenüber Spiegel Online: „Wenn man schon als Kind stark übergewichtig ist, dann ist das so gut wie nicht mehr rückgängig zu machen im Erwachsenenalter – und zu viel Zucker im Kindesalter spielt dabei eine wesentliche Rolle.“

Um auf das Problem der Verbrauchertäuschung im Lebensmittelbereich hinzuweisen, verleiht foodwatch seit 2009 den Goldenen Windbeutel – 2024 zum dreizehnten Mal. Alete gewann den Negativpreis bereits 2014 für eine hochkalorische Trinkmahlzeit für Säuglinge sowie 2017 für einen zuckrigen Babykeks. Das Unternehmen änderte darauf die Verpackung des Kekses und reduzierte den Zuckergehalt. Alete bewirbt den Keks

aber weiterhin „ab 8. Monat“. Laut Ärzt:innen und Ernährungsexpert:innen sollte Beikost für Säuglinge gar keinen Zucker enthalten. Seit 2019 gehört Alete zum Molkereiunternehmen DMK.

Quellen und weiterführende Informationen:

[Grafik: Abstimmungsergebnis der Wahl zum Goldenen Windbeutel 2024](#)

[Grafik: Der Gewinner des Goldenen Windbeutels 2024](#)

Fotostrecke und Bewegtbildmaterial mit allen Kandidaten:
www.foodwatch.org/downloads

[Factsheet zu den Alete Obsties](#)

[Stellungnahme Alete \(DMK\) per Mail zur foodwatch-Kritik](#)

[Spiegel-Artikel zum foodwatch-Marktcheck \(20.6.24\): “So überzuckert und gefährlich sind Fruchtsnacks für Kinder”](#)

[foodwatch-Marktcheck: Kinder-Fruchtsnacks meist stark überzucker](#)

[foodwatch-PM \(26.2.24\): Verbände warnen vor Scheitern des Kinderlebensmittel-Werbegesetzes](#)

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Sarah Häuser

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)174 375 16 89

Studie zu Zuckerreduktion in Softdrinks: „Das Prinzip Freiwilligkeit hat versagt“

geschrieben von Andreas | 2. Juli 2024



Presse-Statement

Berlin, 21. Februar 2023. Der durchschnittliche Zuckergehalt in Softdrinks ist in den vergangenen sechs Jahren laut einer Studie der Deutschen Allianz Nichtübertragbarer Krankheiten (DANK) um nur etwa zwei Prozent gesunken. Dabei hat die Lebensmittelindustrie im Rahmen der „Nationalen Reduktionsstrategie“ deutlich mehr versprochen. Dazu erklärt Luise Molling von der Verbraucherorganisation foodwatch:

*„Das Prinzip Freiwilligkeit hat im Kampf gegen Fehlernährung und Übergewicht komplett versagt. Wer die Lebensmittelindustrie weiter nur höflich darum bittet, weniger Zucker in die Getränke zu tun, der macht sich mitverantwortlich für die Ausbreitung von **starkem Übergewicht** und der damit verbundenen Erkrankungen wie Typ-2-Diabetes. Bundesernährungsminister Cem Özdemir muss die von seiner Vorgängerin Julia Klöckner ins Leben gerufene freiwillige Reduktionsstrategie einstampfen und eine Limo-Steuer nach britischem Vorbild einführen: Dort bekommen Softdrink-Hersteller seit 2018 durch die drohende Abgabe einen Anreiz, weniger Zucker einzusetzen – und das mit Erfolg: Der Zuckergehalt in den Getränken ist um 30 Prozent gesunken und auch die **Zahl der übergewichtigen Kinder ist zurückgegangen.**“*

Hintergrund:

Im Rahmen der Nationalen Reduktionsstrategie des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat die Lebensmittelindustrie versprochen, den Zuckergehalt in Softdrinks von 2015 bis 2025 auf freiwilliger Basis um 15 Prozent zu senken. Einer Studie der Deutschen Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) in Zusammenarbeit mit der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) und der Technischen Universität München (TUM) zufolge, ist der Zuckergehalt zwischen 2018 und 2023 tatsächlich nur um zwei Prozent heruntergegangen. In Großbritannien, wo es seit 2018 eine Limo-Steuer gibt, ist der Zuckergehalt im gleichen Zeitraum um knapp 30 Prozent gefallen, bei ähnlichen Ausgangswerten.

Weltweit haben mittlerweile mehr als 50 Regierungen eine Abgabe oder Steuer auf Zuckergetränke eingeführt. Fachgesellschaften, die Weltgesundheitsorganisation, Verbraucherorganisationen und Krankenkassen empfehlen seit Jahren die Einführung einer entsprechenden Regelung auch in Deutschland.

Quelle und weiterführende Informationen:

- [Pressemitteilung inkl. Studie der DANK](#)
- [Übersicht: Soft drink taxes worldwide](#)
- [Studie zum Zusammenhang der britischen Limo-Steuer und Übergewicht](#)

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)174 375 16 89

„Gremium praktisch wirkungslos“: Deutsche Diabetes Gesellschaft steigt aus Julia Klöckners Beraterkreis zur Zuckerreduktion aus – freiwillige Maßnahmen zum Scheitern verurteilt

geschrieben von Andreas | 2. Juli 2024
Pressemitteilung

Berlin, 12. Februar 2019. Die Verbraucherorganisation foodwatch hat die Entscheidung der Deutschen Diabetes Gesellschaft begrüßt, aus dem Beraterkreis von Ernährungsministerin Julia Klöckner zur Zuckerreduktion auszusteigen. Die medizinische Fachorganisation hatte am Dienstag die Teilnahme abgelehnt, da das Gremium „praktisch wirkungslos“ sei. „Der deutsche Sonderweg, eine Reduktion nur freiwillig und im Konsens mit der Industrie zu erreichen, muss bereits jetzt als gescheitert angesehen werden“, teilte die Diabetes Gesellschaft mit. Das Expertengremium ist Teil von Julia Klöckners „Nationaler Reduktionsstrategie“, mit der die Ministerin Lebensmittelhersteller freiwillig dazu bewegen will, weniger Zucker, Fett und Salz in ihren Produkten zu verwenden. foodwatch forderte Frau Klöckner auf, anstatt freiwilliger Selbstverpflichtungen mit der Wirtschaft,

verbindliche Maßnahmen gegen Fehlernährung und Übergewicht auf den Weg zu bringen.

„Die Lebensmittelindustrie ist nicht Teil der Lösung, sondern Kern des Problems. Coca-Cola, Ferrero & Co. haben kein Interesse daran, eine gesunde Ernährung zu fördern – sie verdienen ihr Geld mit Zuckerbomben“, sagte Oliver Huizinga von foodwatch. „Julia Klöckner muss endlich ihren Job als Ernährungsministerin machen. Wir brauchen eine verständliche Lebensmittelampel, eine Limo-Steuer und Werbeverbote für ungesunde Kinderprodukte. Andere Länder zeigen längst, wie moderne Ernährungspolitik aussehen kann. Doch Frau Klöckner traut sich bisher nicht, sich mit der Industrie anzulegen. Sie nimmt Übergewicht, Diabeteserkrankungen und frühzeitige Todesfälle billigend in Kauf.“

Bundesernährungsministerin Julia Klöckner hatte Ende 2018 die „Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten“ auf den Weg gebracht. Erklärtes Ziel ist es, „eine gesunde Lebensweise zu fördern“ und „den Anteil der Übergewichtigen und Adipösen in der Bevölkerung zu senken“. Das Papier setzt jedoch nur auf eine freiwillige Selbstverpflichtung der Ernährungsbranche – und bleibt damit weit hinter den Forderungen und Empfehlungen der medizinischen Fachwelt zur Bekämpfung von Übergewicht und Adipositas zurück. Erst kürzlich etwa hatten führende internationale Forscherinnen und Forscher in einem neuen Report effektive Maßnahmen angemahnt, um Fettleibigkeit und Fehlernährung in den Griff zu bekommen. Die Strategie der freiwilligen Selbstverpflichtung sei zum Scheitern verurteilt, hieß es in der im Fachblatt „The Lancet“ veröffentlichten Studie. Auch Erfahrungen aus den Niederlanden zeigen, dass rein freiwillige Maßnahmen nicht ausreichen: Dort war ein Programm zur freiwilligen Zuckerreduktion gescheitert, wie das offizielle Monitoring der obersten staatlichen Gesundheitsbehörde gezeigt hat. Der Zuckergehalt aller untersuchten Produktgruppen blieb dort im Zeitraum 2011 bis

2016 unverändert.

In Deutschland fordern Ärzteverbände, Krankenkassen und Verbraucherorganisationen in Deutschland schon lange zum Beispiel eine verbraucherfreundliche Nährwertkennzeichnung in Ampelfarben, eine Beschränkung der Lebensmittelwerbung an Kinder sowie eine Herstellerabgabe auf gesüßte Getränke. Im vergangenen Jahr hatten mehr als 2.000 Ärztinnen und Ärzte die Bundesregierung zum Handeln aufgefordert.

Quellen und weiterführende Informationen:

- Mitteilung der Deutschen Diabetes Gesellschaft: t1p.de/b11m
- Report der Lancet-Kommission (auf Englisch): t1p.de/adpb
- 2.000 Ärzte fordern von Bundesregierung wirksame Maßnahmen gegen Fehlernährung: t1p.de/c85o
- Offizielles Monitoring in den Niederlanden: www.t1p.de/u0eh

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 290

Rossmann nimmt überzuckerten Bio-Babykeks vom Markt – Alete verkauft ähnliches Produkt weiter als „babygerecht“

geschrieben von Andreas | 2. Juli 2024
Pressemitteilung

- Rossmann hat einen zuckrigen Keks für Babys vom Markt genommen.
- foodwatch hatte das Produkt als nicht geeignet für Säuglinge und kleine Kinder kritisiert.
- Alete hingegen verkauft ein ähnliches Produkt weiter als „babygerecht“.

Berlin, 3. November 2017. Rossmann hat einen stark zuckerhaltigen Bio-Keks seiner Eigenmarke Babydream vom Markt genommen. Die Verbraucherorganisation foodwatch hatte in einer Anfrage an die Drogeriekette kritisiert, der Keks mit etwa 24 Prozent Zucker widerspreche den gängigen Ernährungsempfehlungen für Babys. Rossmann hatte seinen „Babydream Bio Kinderkeks“ dennoch für Säuglinge ab dem achten Monat empfohlen und mit „babygerechter Rezeptur“ beworben. Wie das Unternehmen jetzt gegenüber foodwatch bestätigte, wurde das Produkt aus dem Sortiment genommen. foodwatch wollte den Babykeks eigentlich für den Goldenen Windbeutel 2017 nominieren. Stattdessen ist jetzt Alete im Rennen um die Online-Wahl von foodwatch zur „dreistesten Werbelüge des Jahres“ auf www.goldener-windbeutel.de. Denn der Babynahrungshersteller bewirbt ein ähnliches Produkt mit 25 Prozent Zuckeranteil weiter als „babygerecht“ und „zum Knabbern lernen“ ab dem achten Monat.

„Rossmann nimmt ein ungesundes Babyprodukt vom Markt – Alete verkauft seinen Zucker-Keks einfach weiter als ‚babygerecht‘. Das Beispiel zeigt, wie unterschiedlich Lebensmittelhersteller mit Kritik umgehen“, sagte Sophie Unger von foodwatch, „Wahlleiterin“ für den Goldenen Windbeutel 2017. „Ärzte und Gesundheitsexperten empfehlen ganz klar: Produkte für Babys sollten keinen zugesetzten Zucker enthalten. Alete muss aufhören, die Eltern zu belügen! Zuckrige Kekse sind alles andere als babygerecht.“

Seit 23. Oktober läuft die Wahl zum Goldenen Windbeutel. foodwatch hatte im Vorfeld der Online-Abstimmung mehrere Lebensmittelunternehmen kontaktiert, unter anderem Alete und

Rossmann. Die Kritik der Verbraucherorganisation: Beide Unternehmen vermarkten Kekse mit hohem Zuckeranteil als Lebensmittel für Kinder. Doch während Rossmann bekannt gab, sein Sortiment zu überarbeiten und zuckerreduzierte Kekse anzubieten, wiegelte Alete ab: Bei seinem Kinderkeks würden alle gesetzlichen Vorgaben „selbstverständlich eingehalten“, zudem orientiere man sich „bei der Rezepturerstellung an den Empfehlungen z.B. der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zum Zuckerkonsum.“ Die WHO-Empfehlung, die Alete heranzieht, bezieht sich allerdings nur auf Erwachsene und Kinder – nicht auf Säuglinge, für die das Produkt auf der Verpackung explizit empfohlen wird. Für die gesunde Ernährung von Kleinkindern und Säuglingen empfiehlt die WHO explizit: „Salz und Zucker sollten nicht in Beikost zugesetzt sein.“

Rossmann hat seinen „Babydream Bio Kinderkeks“ mit etwa 24 Prozent Zuckeranteil aufgelistet und in einem Schreiben an foodwatch angekündigt, ihn durch Kekse mit deutlich weniger Zucker zu ersetzen („Babydream Dinkelkeks“ und „Babydream Apfel-Karotten-Keks“ mit jeweils rund 10 Gramm Zucker pro 100 Gramm). Sophie Unger von foodwatch: „Auch ein Keks mit 10 Prozent Zucker ist noch immer kein gesundes Lebensmittel für Babys und Kleinkinder. Aber Alete schießt wirklich den Vogel ab. Der Babynahrungshersteller nutzt sein gutes Image, um auf Kosten der Gesundheit von Kindern Kasse zu machen.“

Noch bis 26. November können Verbraucherinnen und Verbraucher auf www.goldener-windbeutel.de aus fünf Kandidaten wählen, wer den Preis für die „dreisteste Werbelüge des Jahres“ erhalten soll. Dem Hersteller des Produkts mit den meisten Stimmen will foodwatch den Negativpreis am Firmensitz überreichen.

Link:

– Die Wahl der Werbelüge des Jahres unter www.goldener-windbeutel.de

Quellen und weiterführende Informationen:

– Korrespondenz zwischen foodwatch und Rossmann:

tinyurl.com/ycrukajs

– Mehr Informationen zum Alete Kinderkeks inklusive Einschätzung der Weltgesundheitsorganisation:

tinyurl.com/yd9vlu3s

– Stellungnahme von Alete: tinyurl.com/y8msjxfb

+++ Achtung, TV- und Hörfunk-Redaktionen +++

foodwatch bietet umfangreiches Bild- und Audiomaterial zur freien redaktionellen Verwendung zum Download an:

– Bewegtbildmaterial aller Kandidaten für den Goldenen Windbeutel: tinyurl.com/y7q7elq2

– TV-Statements: tinyurl.com/y6w2wfc4

– Audio-0-Töne: www.foodwatch.de/material-windbeutel

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 290

foodwatch kritisiert Informationspolitik der Bundesregierung zum Thema Zucker

geschrieben von Andreas | 2. Juli 2024

Pressemitteilung

Berlin, 1. November 2016. Die Verbraucherorganisation foodwatch hat Bundesernährungsminister Christian Schmidt eine irreführende Informationspolitik beim Thema Zucker vorgeworfen. Entgegen wissenschaftlichen Fakten werde der

Zuckerkonsum als notwendig für die menschliche Ernährung dargestellt, die Lenkungswirkung von Sondersteuern auf Süßgetränke bestritten und die Meinung der Bevölkerung manipuliert wiedergegeben.

„Es ist auffällig, wie viele Aussagen aus der Spitze des Ministeriums die Gefahren durch Zucker kleinreden und die bisherigen Erfahrungen mit Limo-Steuern schlecht machen“, kritisierte Oliver Huizinga von foodwatch. „Gerade dann, wenn die Wichtigkeit staatlicher Regulierungsmaßnahmen offensichtlich wird, nimmt es Herr Schmidt mit den Fakten nicht so genau.“

Einer Vorabmeldung von „Frontal 21“ von diesem Dienstag zufolge fordert der CDU-Gesundheitspolitiker Dietrich Monstadt in dem ZDF-Magazin (Ausstrahlung: 1.11. um 21 Uhr) die Einführung einer Zuckersteuer. In der Vergangenheit hatten sich bereits mehrere Politiker der Regierungsfractionen in diesem Sinne geäußert. foodwatch forderte Bundesminister Christian Schmidt deshalb auf, sich nunmehr ernsthaft damit zu befassen, statt zu versuchen, das Thema auf Basis falscher Fakten vom Tisch zu wischen.

Folgende Aussagen des Ministers sind nach Auffassung von foodwatch falsch (alle Quellen siehe Ende der Pressemitteilung):

1. Falsch ist: Der Mensch braucht Zucker als Lebensmittel

Das Ministerium erweckt den Eindruck, als gäbe es einen Bedarf an Zucker – so Minister Christian Schmidt („Es ist doch ein Unterschied, ob ich Fett oder Zucker habe, das jeder Mensch braucht“) oder der Parlamentarische Staatssekretär Peter Bleser („Bei Zucker handelt es sich um ein Lebensmittel, was Sie brauchen“).

Richtig ist: Es gibt keinen Bedarf, Zucker (d.h. Mono- und Disaccharide) als Lebensmittel aufzunehmen. Das menschliche Gehirn benötigt zwar etwa 130 Gramm Glucose (Traubenzucker) am Tag, der Körper ist jedoch in der Lage, diese Glucose aus

Polysacchariden (Stärke) selbst aufzuspalten.

2. Falsch ist: Deutschland hat die Erfahrung gemacht, dass eine Zuckersteuer nichts bringt

Als Argument gegen eine Herstellerabgabe für Süßgetränke wird neuerdings jene Zuckersteuer bemüht, die, noch aus preußischer Zeit stammend, in Deutschland 1993 abgeschafft wurde. Minister Christian Schmidt verwendete dieses „Argument“ in Medienauftritten („Bei Steuern können wir auf einen Erfahrungsschatz zurückgreifen. Bis 1993 hatten wir in Deutschland eine Zuckersteuer und es hat sich nichts geändert.“; „Es hat in Deutschland eine Zuckersteuer gegeben. (...) Bis zum Jahre 1993, da wurde sie abgeschafft. Es ist im Jahre 1993 kein Knick nach oben oder unten festzustellen gewesen“).

Richtig ist: Die damalige Zuckersteuer hatte überhaupt keine gesundheitspolitische Zielsetzung. Es handelte sich um eine Bagatellsteuer mit einem sehr geringen Aufkommen. Umgerechnet betrug sie für einen Liter Coca-Cola classic weniger als einen Pfennig – dass eine so geringe Besteuerung keine Lenkungswirkung auf das Einkaufsverhalten entfaltet, versteht sich von selbst. Ebenso, dass dies kaum ein ernstgemeintes Argument gegen eine spürbare Sonderabgabe für besonders zuckerhaltige Getränke sein kann, wie sie heute unter anderem von der Weltgesundheitsorganisation (WHO), zahlreichen medizinischen Fachgesellschaften und auch foodwatch gefordert wird.

3. Falsch ist: Steuern in anderen Ländern haben nicht die gewünschte Lenkungswirkung

„Strafsteuern auf Lebensmittel“ sind für Christian Schmidt „der falsche Weg“ – weil sie keinen gesundheitspolitischen Erfolg brächten, wie der Minister behauptet („Erfahrungen in anderen EU-Ländern zeigen, dass dies in aller Regel nicht die gewünschte Lenkungswirkung hat“).

Richtig ist: Erfahrungen aus anderen Ländern belegen die Lenkungswirkung. In Mexiko, Frankreich oder in der US-

amerikanischen Stadt Berkeley ging der Zuckergetränke-Konsum nach Einführung einer Sondersteuer bzw. -abgabe auf besonders zuckerreiche Getränke zurück. Die WHO hält es für wissenschaftlich evident, dass eine Sonderabgabe in Höhe von 20 Prozent des Verkaufspreises den Konsum der Produkte um etwa 20 Prozent reduziert, was der Entstehung von Adipositas und Diabetes vorbeuge.

4. Falsch ist: Die Mehrheit der Deutschen ist gegen Verbote und Gesetze

Unter Berufung auf eine Umfrage für seinen „Ernährungsreport 2016“ behauptete das Schmidt-Ministerium, dass eine Mehrheit der Bevölkerung „Zwangsmaßnahmen“ ablehne und dass sie „zwar staatliche Maßnahmen für besonders geeignet hält, um einer gesunden Ernährung den Weg zu ebnen, aber nicht in Form von Verboten und Gesetzen.“

Richtig ist: Repräsentativen Umfragen zufolge befürwortet eine Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger in Deutschland ein Verbot der an Kinder gerichteten Werbung für Junkfood und auch eine zweckgebundene Hersteller-Abgabe für Limonaden. Man muss sie nur danach fragen. Das Ministerium hat dies für den „Ernährungsreport“ offenbar gar nicht ernsthaft wissen wollen: Gefragt wurde nach der Akzeptanz verschiedener potenzieller Maßnahmen – ausgerechnet eine derzeit viel diskutierte „Zwangsmaßnahme“ fehlte jedoch: die Beschränkung von an Kinder gerichteter Werbung für ungesunde Lebensmittel. Für sie gibt es eine Dreiviertel-Mehrheit in der Bevölkerung. Nach der Akzeptanz steuerpolitischer Maßnahmen ließ das Ministerium zwar fragen, jedoch nur in suggestiver Form (wörtlich: „Besteuerung ungesunder Lebensmittel, z.B. besonders fett- oder zuckerreicher Lebensmittel, sodass diese für den Verbraucher deutlich teurer werden“). Bei dieser Fragestellung weggelassen wird die Möglichkeit, dass im Gegenzug gesunde Lebensmittel steuerlich besser gestellt werden könnten, sodass es insgesamt nicht zu einer Verteuerung von Lebensmitteln kommen müsste.

Quellen und weiterführende Informationen:

– Vorab-Meldung von Frontal 21 (1.11.2016):
presseportal.de/pm/7840/3471553

• zu Punkt 1.:

– Zitat Christian Schmidt: ARD-Sendung „Hart aber fair“, 29. August 2016

– Zitat Peter Bleser: BR2-„Tagesgespräch“, 25. August 2016 – Körper „macht“ sich seinen Zucker selbst: siehe z.B. European Food Information Council, DIE GRUNDLAGEN, Kohlenhydrate, 07/2012. www.eufic.org/article/de/expid/basics-kohlenhydrate/

• zu Punkt 2.:

– 1. Zitat Christian Schmidt:
bmel.de/SharedDocs/Interviews/2016/_2016-09-07-SC-Nordkurier.html

– 2. Zitat Christian Schmidt: ARD-Sendung „Hart aber fair“, 29. August 2016

– Bundesfinanzministerium zu Zielsetzung und Details der Zuckersteuer bis 1993:
bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Downloads/Broschueren_Bestellservice/2012-06-16-steuern-von-a-z.pdf?__blob=publicationFile&v=7, S. 164

– Lt. Bundesfinanzministerium betrug das Aufkommen der deutschen Zuckersteuer umgerechnet lediglich 92 Millionen Euro im Jahr (www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Standardartikel/Themen/Steuern/Weitere_Informationen/zusammenstellung-der-steuerrechtsaenderungen-seit-1964-anlage.pdf?__blob=publicationFile&v=5, S. 71). Betrachtet man den damaligen Zuckerverbrauch von etwa 2.750.000 Tonnen pro Jahr (1990/1991) (Quelle: bmel-statistik.de//fileadmin/user_upload/010_Jahrbuch/Stat_Jahrbuch_2001.pdf, S. 193), machte das gerade mal 7 Pfennig (bzw. 3,3 Eurocent) Steuer je Kilogramm Zucker (Gesamtaufkommen in Euro / Zuckerverbrauch in kg = Steueraufkommen je kg). Ein Liter Coca-Cola classic enthält heute 106 Gramm Zucker, darauf

entfielen also statistisch gesehen weniger als 1 Pfennig Zuckersteuer.

- **zu Punkt 3.:**

- Zitat Christian Schmidt: dpa-Meldung „Zusammenfassung 1600 (...) Sehr süße Getränke
- Foodwatch will Zucker-Abgabe für Hersteller“ vom 24. August 2016 – WHO zu den Effekten von Sonderabgaben: apps.who.int/iris/bitstream/10665/250303/1/WHO-NMH-PND-16.5-eng.pdf?ua=1
- Studie zur Wirkung der Zuckersteuer in Mexiko: bmj.com/content/352/bmj.h6704
- Bewertung der Zuckersteuer durch das mexikanische Gesundheitsministerium: insp.mx/epppo/blog/4063-tax-sugar-sweetened-beverages.html
- Analyse der WHO (Europa) zur Lenkungswirkung von Lebensmittelsteuern in Dänemark, Finnland, Ungarn und Frankreich: euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0008/273662/Using-price-policies-to-promote-healthier-diets.pdf
- Bewertung der Lebensmittelsteuer in Ungarn durch die WHO: euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0004/287095/Good-practice-brief-public-health-product-tax-in-hungary.pdf?ua=1

- **zu Punkt 4.:**

- BMEL im Internet zu den Ergebnissen des Ernährungsreports: tinyurl.com/bmel-text
- BMEL-Ernährungsreport 2016: bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Ernaehrungsreport2016.pdf;jsessionid=9AB4DEA7426ABDEA6C1301218A9F287E.2_cid288?__blob=publicationFile, S. 29
- Emnid-Umfrage im Auftrag von foodwatch: „Drei Viertel der Bürger für Werbebeschränkung bei Kinderlebensmitteln“: foodwatch.org/de/presse/pressemitteilungen/emnid-umfrage-drei-viertel-der-buerger-fuer-werbebeschraenkung-bei-kinderlebensmitteln-grosse-mehrheit-will-verpflichtende-standards-fuer-verpflegung-in-kindergaerten-und-schulen/

– Infratest-Dimap-Umfrage im Auftrag von foodwatch: Den Vorschlag, dass die Hersteller besonders zuckerreicher Getränke Abgaben zahlen sollen und mit den Einnahmen die Förderung gesunder Kinderernährung finanziert wird, halten insgesamt 54 Prozent der Befragten für „sehr geeignet“ oder „geeignet“, um eine gesunde Ernährung von Kindern zu fördern“ – insgesamt 44 Prozent halten dies für „weniger“ oder „gar nicht geeignet“:
foodwatch.org/de/presse/pressemitteilungen/umfrage-mehrheit-der-buergerinnen-und-buerger-will-zweckgebundene-abgabe-auf-zuckergetraenke-who-bericht-stuetzt-foodwatch-forderung-nach-zuckerabgabe/

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

foodwatch-Marktstudie: Mehr als jedes zweite Erfrischungsgetränk überzuckert – foodwatch fordert Zucker-Abgabe für Getränke-Hersteller

geschrieben von Andreas | 2. Juli 2024

Pressemitteilung

- Knapp 60 Prozent der untersuchten Erfrischungsgetränke enthalten zu viel Zucker
- Energy Drinks schneiden am schlechtesten ab, aber auch Schorlen sind zuckriger als empfohlen
- foodwatch fordert Zucker-Abgabe für Getränke-Hersteller

Berlin, 24. August 2016. Mehr als jedes zweite „Erfrischungsgetränk“ in Deutschland ist überzuckert. Das ist das Ergebnis einer umfassenden Marktstudie der Verbraucherorganisation foodwatch. Demnach enthalten 274 von insgesamt 463 untersuchten Produkten (59 Prozent) mehr als fünf Prozent Zucker. In 171 Produkten (37 Prozent) stecken sogar mehr als acht Prozent Zucker, also sechseinhalb Stück Würfelzucker pro 250ml. Zuckergetränke mit einem Anteil von mehr als fünf Prozent gelten in Großbritannien als überzuckert. Für sie müssen Hersteller ab 2018 eine Abgabe zahlen. Als Anreiz für die Getränke-Industrie, den Zucker zu reduzieren, fordert foodwatch eine ähnliche Regelung auch für Deutschland.

„Erfrischungsgetränke machen nicht frisch, sondern krank. Es ist höchste Zeit, dass die Bundesregierung die Hersteller mit einer Zucker-Abgabe in die Pflicht nimmt: Entweder reduzieren Pepsi, Coke & Co den Zuckergehalt drastisch, oder sie müssen sich an den milliardenschweren Gesundheitskosten beteiligen und Präventionsprogramme finanzieren“, erklärte Oliver Huizinga von foodwatch.

foodwatch hat erstmals den deutschen Markt der sogenannten Erfrischungsgetränke umfassend untersucht und dafür alle entsprechenden Produkte aus dem Sortiment der drei größten Handelsketten unter die Lupe genommen. Getestet wurden Limonaden, Energy Drinks, Saftschorlen, Brausen, Eistees, Near-Water-Getränke und Fruchtsaftgetränke. Im Schnitt enthalten die zuckergesüßten Getränke mehr als sechs Stück Würfelzucker je 250ml. Energy Drinks und Limonaden rangieren ganz oben auf der Liste. Der Hersteller PepsiCo schneidet unter den Branchengrößen am schlechtesten ab: Seine

Zuckergetränke enthalten im Schnitt elf Prozent Zucker.

„Flüssiger Zucker in Form von Getränken erhöht das Risiko für Fettleibigkeit, Typ-2-Diabetes und andere Krankheiten“, sagte Prof. Dr. med. Wieland Kiess, Direktor der Klinik für Kinder- und Jugendmedizin, Universitätsklinikum Leipzig, bei der Vorstellung der Studie am Mittwoch in Berlin. „Im internationalen Vergleich ist die Gesundheitspolitik in Deutschland mehr als zaghaft – andere Regierungen gehen die Fettleibigkeits-Epidemie viel konsequenter an.“

Deutschland ist eines der Länder mit dem höchsten Pro-Kopf-Verbrauch an zuckergesüßten Getränken weltweit, mit mehr als 80 Liter pro Jahr. Aktuell sind etwa sechs Millionen Menschen in Deutschland an Typ-2-Diabetes erkrankt. Allein durch Adipositas entstehen in Deutschland jedes Jahr etwa 63 Milliarden Euro Folgekosten.

Die süßesten Limonaden sind „tem's Root Beer“ des Herstellers temetum mit 13,4 Prozent Zucker, gefolgt von „Christinen Lemon“ von Teutoburger Mineralbrunnen und „Mountain Dew“ von PepsiCo. Das zuckrigste Getränk des gesamten Tests ist der Energy Drink „Rockstar Punched Energy + Guava“ (PepsiCo) mit 16 Prozent Zucker – also 78 Gramm bzw. 26 Zuckerwürfeln je 500ml-Dose. Das ist drei Mal so viel, wie die Weltgesundheitsorganisation (WHO) pro Tag empfiehlt – und 50 Prozent mehr als in der gleichen Menge Coca-Cola classic.

Aber auch Saftschorlen enthalten mehr Zucker als empfohlen, darunter die „fritz – spritz Bio – Traubensaftschorle“ und die „Bio Shorly Rote Früchte“ von Capri Sonne mit jeweils mehr als sieben Prozent. Während die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) empfiehlt, Fruchtsaft und Wasser im Verhältnis 1:3 zu mischen, beträgt das Mischverhältnis bei den meisten getesteten Schorlen 1:1 – was einen höheren Zuckergehalt zur Folge hat. Dass es auch anders geht, zeigt hingegen der Hersteller Bad Liebenwerda mit der „Leichten Schorle Apfel“, in der lediglich 3,3 Prozent Zucker stecken. Auch unter den

vermeintlich gesunden Near-Water-Getränken gibt es Licht und Schatten: Während „Apollinaris Lemon“ (Coca-Cola) und Bad Liebenwerda „Spritzig + Citro“ keinen Zucker und auch keine Süßstoffe enthalten, stecken in „Active 02 Lemon“ und „Active 02 Pfirsich Weißer Tee“ mehr als 50 Gramm Zucker in einer 750ml-Flasche.

Lediglich 55 von 463 Getränken im Test sind zuckerfrei. Davon enthalten jedoch 89 Prozent Süßstoffe. Auch süßstoffgesüßte Getränke sind umstritten: Sie tragen zu einer Süßgewöhnung bei, die eine (zuckerreiche) Fehlernährung begünstigt und damit womöglich die Entstehung von Übergewicht und Typ-2-Diabetes fördert.

Neben einer zweckgebundenen Hersteller-Abgabe verlangt foodwatch eine verbraucherfreundliche Nährwertkennzeichnung in Ampelfarben sowie gesetzliche Beschränkungen der an Kinder gerichteten Werbung mit Sportidolen, Comicfiguren oder Spielzeugbeigaben.

Links:

- foodwatch-Marktstudie zum Download: tinyurl.com/getraenke-studie
- Fotostrecke mit Rankings und Produkten: tinyurl.com/foodwatch-download

Redaktionelle Hinweise:

- Faktenblatt zu den Gesundheitsgefahren von Zuckergetränken: tinyurl.com/hpbaoz2
- Infos zur britischen Hersteller-Abgabe für Zuckergetränke: tinyurl.com/jutpbh8

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

E-Mail: presse@foodwatch.de

Sechs bittere Wahrheiten über süße Getränke: Wie Cola & Co. die Gesundheit schädigen

geschrieben von Andreas | 2. Juli 2024
Pressemitteilung – Thema: Zuckergetränke

Berlin, 25. Mai 2016. Von Zahnschäden über Fettleibigkeit bis hin zu Diabetes und Potenzstörungen: Stark zuckerhaltige Getränke wie Cola können zu weit ernsteren Krankheiten führen als häufig angenommen. Darauf hat die Verbraucherorganisation foodwatch aufmerksam gemacht.

„Cola, Fanta und Co. sind keine 'soften' Drinks, sondern flüssige Krankmacher“, sagte Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelmarketing bei foodwatch. „Klar, Cola ist nicht gesund – das wird den meisten von uns schon als Kind beigebracht. Aber über das wahre Ausmaß der Gesundheitsgefahren von Zuckergetränken wird zu wenig gesprochen.“

Prof. Dr. med. Thomas Danne, Chefarzt am Kinderkrankenhaus auf der Bult in Hannover und Vorstandsvorsitzender von diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe, erklärte: „Jungen im Alter von sechs bis sieben Jahren konsumieren allein durch das Trinken von Limonaden fünf Kilogramm Zucker pro Jahr. Limonade ist Zuckerwasser und man trinkt viele Kalorien, ohne dass sich ein Gefühl von Sattsein einstellt. Limonadenkalorien sind deshalb immer zusätzliche und unnötige, sogar schädliche Kalorien.“

Ein Video, das foodwatch heute unter www.colafakten.de veröffentlicht hat, zeigt sechs bittere Fakten über Zuckergetränke:

1) Deutschland ist Europameister im Konsum von Zuckergetränken.

Die Deutschen trinken im europäischen Vergleich am meisten Cola, Fanta und Co. Der Pro-Kopf-Verbrauch von „Erfrischungsgetränken“ hat seit den 1970er Jahren um 150 Prozent zugenommen und belief sich 2014 auf 119,8 Liter pro Jahr. Davon sind etwa 80 Liter zuckergesüßte Getränke wie Limo, Energydrinks oder Fruchtsaftgetränke. Besonders beliebt sind Zuckergetränke bei jungen Männern: Sie trinken im Schnitt drei 200ml-Gläser pro Tag.

2) Zuckergetränke fördern Übergewicht und Fettleibigkeit.

Der regelmäßige Konsum von Zuckergetränken fördert nachweislich Übergewicht sowie Fettleibigkeit. Erwachsene, die täglich Zuckergetränke zu sich nehmen, haben ein 27 Prozent höheres Risiko für Übergewicht oder Fettleibigkeit als Erwachsene, die keine Zuckergetränke trinken. Bei Kindern erhöht schon ein einziges zusätzliches Zuckergetränk am Tag das Risiko für Fettleibigkeit um 60 Prozent.

3) Zuckergetränke fördern Diabetes Typ 2.

Der regelmäßige Verzehr von Zuckergetränken erhöht nicht nur das Risiko für Übergewicht und Fettleibigkeit, sondern auch für die Entstehung von Diabetes Typ 2: Erwachsene, die ein bis zwei Dosen pro Tag trinken, haben ein 26 Prozent höheres Risiko, an Diabetes Typ 2 zu erkranken als Erwachsene, die selten Zuckergetränke trinken. Aktuell sind in Deutschland mehr als sechs Millionen Menschen von der Krankheit betroffen – das entspricht einer altersbereinigten Steigerung um 24 Prozent seit 1998. Durch Diabetes Typ 2 und Folgekrankheiten entstehen jedes Jahr Gesundheitskosten von schätzungsweise 48 Milliarden Euro.

4) Etwa die Hälfte der Männer mit Diabetes leiden unter

Potenzstörung (erektile Dysfunktion).

Eine häufige Folge von Diabetes: Potenzstörungen. Die Krankheit schädigt Nerven und Gefäße und kann so Lustempfinden und Erektionsfähigkeit verringern. Diabetes-Patienten sind deutlich häufiger von erektiler Dysfunktion betroffen als die Allgemeinbevölkerung – zudem tritt die Störung etwa 10 bis 15 Jahre früher auf.

5) Diabetes führt in Deutschland zu etwa 40.000 Amputationen pro Jahr.

Diabetes ist der Hauptgrund für Amputationen. Durch Diabetes wird die Durchblutung und Schmerzwahrnehmung an Beinen und Füßen gestört, was häufig zu Geschwüren und chronischen Wunden führt. Die Folge: Etwa 40.000 Amputationen am Fuß pro Jahr allein in Deutschland – in etwa der Hälfte der Fälle wird der gesamte Fuß oberhalb des Sprunggelenks entfernt.

6) Zuckergetränke schädigen die Zähne.

Auch die Zähne leiden unter dem Konsum von Cola, Fanta, Sprite & Co. Der häufige Verzehr zuckerhaltiger Nahrung und Getränke zwischen den Hauptmahlzeiten ist nach Meinung von Zahnmedizinern einer der Hauptgründe für die Entstehung von Zahnerkrankungen. Die Kassenzahnärztliche Bundesvereinigung warnt davor, dass Zucker-Getränke aufgrund der nachgewiesenen „zahnschädigenden Wirkung“ durch Zucker und Säuren „besonders gefährlich für die Zähne“ sind. Diabetiker haben zudem ein dreifach erhöhtes Risiko an Parodontitis, einer Entzündung des Zahnbetts, zu erkranken.

Das heute von foodwatch veröffentlichte Video ist eine ins Deutsche übersetzte Version des Films „The Real Bears – the unhappy truth about soda“ der Organisation Center for Science in the Public Interest (CSPI), der in den USA bereits eine breite Debatte über die Gefahren zuckerhaltiger Getränke angestoßen hat.

Link:

– foodwatch-Video „6 bittere Fakten über Cola & Co.“:

www.cola-fakten.de

Quellenangaben:

– Quellen- und Studienverweise zu allen in dieser
Pressemitteilung getätigten Aussagen:
tinyurl.com/quellenverzeichnis

Weiterführende Information:

– Original-Video „The Real Bears“ von CSPI: therealbears.org/

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90