



„Volle Kraft voraus“ mit nebulösen Zielmarken

Stellungnahme der Deutschen Adipositas-Gesellschaft

zum Entwurf für eine

“Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten”

(BMEL , Stand November 2018)

Der letzte Woche vom Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung (BMEL) veröffentlichte Entwurf für eine Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie hält bislang nicht, was Bundesministerin Julia Klöckner für Ende des Jahres versprochen hatte: konkrete Zielwerte für die Reduktion von Zucker, Salz und Fett in Fertignahrungsmitteln bis zum Jahr 2025. Nach Ansicht der DAG spielt die Lebensmittelwirtschaft hier auf Zeit und hält die Ministerin hin; dies war nach Meinung der DAG jedoch aufgrund des von Frau Klöckner gewählten Ansatzes zur Selbstverpflichtung seitens der Industrie zu erwarten gewesen.

Damit rückt das erklärte Ziel der Reduktionsstrategie, die Förderung einer gesunden Lebensweise, eine Senkung des Anteils von Menschen mit Übergewicht und Adipositas in der Bevölkerung und eine Verringerung von Krankheiten, die durch Ernährung mitbedingt werden, einmal mehr in weite Ferne. Gleichzeitig wird im Strategiepapier eingeräumt, dass „beobachtete Veränderungen beim Gesundheitsstatus oder bei der Nährstoffzufuhr verschiedene Ursachen haben ... können ... [und] eine kausale Verknüpfung mit Maßnahmen der Reduktionsstrategie ... nicht möglich sein [wird]“. Die DAG hält es grundsätzlich für unrealistisch, zu erwarten, dass die benannten Ziele durch singuläre Maßnahmen, wie eine Reduktionsstrategie auf freiwilliger Basis und mehrheitlich unkonkret bleibende, „weitere Maßnahmen“ zu erreichen wären, sieht in der Reduktionsstrategie jedoch einen potentiell förderlichen, wenn auch nicht ausreichenden Beitrag für eine gewünschte Trendwende bei der Adipositasprävalenz („im Bereich der Fertigprodukte die gesunde Wahl zur leichten Wahl zu machen“, Erweiterung der derzeit zu kleinen Produktpalette gesundheitsförderlicher Produkte, stille Reduktion zur Vermeidung von Preiserhöhungen durch Nährwertoptimierungen). Insgesamt ist jedoch ein derzeit fehlendes, übergeordnetes Konzept für die Adipositasprävention notwendig, in dem eine Reduktionsstrategie ein sinnvoller Teil sein könnte. Die DAG hat deshalb seit Beginn des Reduktionsdialogs die aus ihrer Sicht notwendigen, mit Evidenz belegbaren Kernforderungen in den Prozess eingebracht, die jedoch von der Vorstellung des BMEL abwichen (s. „Hintergrund“). Insofern stimmt die DAG der Aussage im vorliegenden Strategiepapier nicht zu, alle Beteiligten hätten sich gemeinsam auf die zu adressierenden Handlungsfelder geeinigt.

Im Einzelnen:

Die DAG begrüßt:

- ... das nun schriftlich vorliegende Zugeständnis der Lebensmittelindustrie für die Mitverantwortung am Problem Adipositas und der damit verbundenen, mitverursachten Folgekrankheiten.
- ... die in Aussicht gestellte, wissenschaftliche Begleitung des Strategieprozesses und des engmaschigen Monitorings auf Produkt-, Ernährungsverhaltens- und Gesundheitsebene, mit der Ankündigung, gegebenenfalls regulatorisch „nachzusteuern“, auf der Basis jährlicher Fortschrittsberichte der Verbände der Lebensmittelwirtschaft.
- ... den schnellen Beginn der Umsetzung der Strategie bereits ab 2019.
- ... eine erste Folgerhebung von Reduktionserfolgen auf Produktebene bereits im Herbst 2019.
- ... die in Aussicht gestellte Transparenz durch eine öffentlich zugängliche, digitale Plattform.
- ... die Begleitung der Umsetzung konkreter produkt- bzw. branchenbezogener Prozess- und Zielvereinbarungen durch ein übergeordnetes, gesundheitsorientiertes Gremium.
- ... dass bis Ende 2019 über eine Änderung der Diätverordnung der Zusatz von Zucker und anderen süßenden Zutaten in Säuglings- und Kleinkindertees verboten wird (S. 19).
- ... die Einrichtung der Arbeitsschwerpunkte „Fortlaufendes Ernährungsmonitoring“ und „Wirkungsforschung zur Ernährungspolitik in Deutschland“ im Institut für Kinderernährung am MRI.
- ... die Formulierung des Ziels, bis zum Jahr 2025 „eine erhebliche Reduzierung des Anteils der übergewichtigen und adipösen Kinder im Rahmen der Schuleingangsuntersuchungen zu erreichen“ (S. 19).
- ... gemäß Koalitionsvertrag die Inaussichtstellung eines vereinfachten Nährwertkennzeichnungssystems bis Sommer 2019 (S. 25) mit der Maßgabe eines verbesserten Verbraucherverständnisses und der Unterstützung hin zu einer verbesserten Lebensmittelwahl.

Die DAG kritisiert:

- ... das evidenzbasiert nicht erfolversprechende Setzen auf die Selbstverpflichtung der Industrie und damit das Inkaufnehmen des jetzt zutage tretenden Spielens auf Zeit unter Vermeidung der Nennung klarer Zielgrößen der Reduktion von Zucker, Salz, Fett, Energiedichte seitens der Verbände aller Branchen.
- ... das Fehlen des ressortübergreifenden Einbindens der Reduktionsstrategie in ein übergeordnetes Präventionsgesetz mit Schwerpunkt auf Verhältnisprävention und rechtsverbindlich umzusetzenden, zeitgebundenen Zielen. Dies umso mehr, als von einer „engen Kooperation“ und „engen Verzahnung“ von BMEL und BMG hinsichtlich der Umsetzung der Reduktionsstrategie die Rede ist (S. 15). Ein nationaler Adipositasplan ist der geeignete, koordinierende und ganzheitliche Rahmen für Einzelmaßnahmen.
- ... das jegliche Fehlen konkreter Zielgrößen für die Reduktion von Zucker, Salz, Fett in Fertigliebensmitteln aller Branchen, für Erwachsene, Kinder und Jugendliche. Dies, obwohl ...
 - o ... Untersuchungen des MRI gezeigt hatten, dass die großen Spannbreiten kritischer Nährstoffe innerhalb der Produktgruppen ein hohes Reduktionspotential bieten und
 - o ... dass Ballaststoffgehalte in Frühstückscerealien um 25% erreicht werden können ohne dass Produkteigenschaften beeinträchtigt werden und
 - o ... dass der Salzgehalt in Fischkonserven um 25-60% reduziert werden kann durch Einsatz von Salzersatzstoffen, ohne dass die Konservierung bzw. Sicherheit beeinträchtigt wird.

- ... über 50% der Anbieter bereits vor Inkrafttreten der Softdrinksteuer in Großbritannien den Zuckergehalt in ihren Softdrinks gesenkt hatten ^{4, 5} und bereits weniger als zwei Jahre nach Inkrafttreten, Zuckerreduktionen von 30-65% verzeichnet werden⁶. Die Hersteller in Deutschland und die freiwillige Strategie des Bundesministeriums für Landwirtschaft und Ernährung müssen sich auch an diesen internationalen Beispielen messen lassen.
- ... 2016 25% des Erfrischungsgetränkessortiments in England von der Softdrinksteuer betroffen gewesen wären, die im April 2018 in Kraft getreten ist; Mitte Mai 2018 aber nur noch weniger als die Hälfte: ein Marktsegment von 12%. Damit waren nur einen Monat nach Inkrafttreten der Softdrinksteuer bereits die Hälfte der überzuckerten Getränke vom Markt⁹.
- ... Public Health England zum Weltadipositasstag am 11. Oktober 2018 klare Zielvereinbarungen mit der britischen Lebensmittelindustrie diskutiert hat: eine branchenübergreifende Kalorienreduktion von 20% bis 2020 (innerhalb von 2 Jahren!) ⁷.
- Große Australische Softdrinkhersteller bis 2025 eine Reduktion von -20% anbieten⁸
- ... die reduktionistische Begrenzung auf Fertiglernsmittel. Nicht eingeschlossen sind Süßigkeiten, die die Hauptnahrungsquelle für zugesetzten Zucker darstellen¹, außerdem Würzmittel (vor allem relevant für Salz) sowie der gesamte Bereich der Außer-Haus-Verpflegung, der seit Jahren an Relevanz zunimmt (Verpflegung in Gemeinschaftseinrichtungen, Kettengastronomie, Essen-Bestell- und Lieferdienste, Food to go ...).
- ... den Fokus „gesunde Produktgruppen“, die „hauptsächlich von Kindern und Jugendlichen konsumiert werden“ (S. 21): ungeachtet ihres Alters haben alle Bürger dieses Landes das Recht auf eine größere Palette gesundheitsförderlicher Produkte
- ... die fehlende Kombination mit weiteren, von der WHO als besonders empfehlenswert eingestuften Maßnahmen, insbesondere ein Werbeverbot für adipogene Lebensmittel mit Kinderoptik gemäß WHO Europe Nährstoffprofilierungsmethode (2015). Insbesondere ist zu kritisieren, dass Werbeeinschränkungen für adipogene Lebensmittel erneut auf freiwilliger Basis vorgeschlagen werden – obwohl hinreichend bekannt und evidenzbasiert gesichert ist, dass Selbstverpflichtungen hinsichtlich Werbeeinschränkungen bedenken- und sanktionslos zuwidergehandelt wird (s. „EU-Pledge“)². (S. 20).
- ... dass Forschungsaufträge für „Fortlaufendes Ernährungsmonitoring“ und „Wirkungsforschung zur Ernährungspolitik in Deutschland“ sich nur auf Maßnahmen mit Zielgruppe Kinder und Jugendliche begrenzen. Denn mindestens zwei Drittel der von Adipositas Betroffenen - wenn nicht mehr Menschen - erwerben Übergewicht oder Adipositas erst im Verlauf ihres Erwachsenenlebens. So macht es aus Sicht der DAG beispielsweise keinen Sinn, dass der Verzehr von Süßigkeiten im Rahmen der NVS nicht gemonitort wird.
- ... die kontraproduktive Inaussichtstellung der Öffnung von Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen für sog. „Informationskampagnen zur Aufklärung und Verbesserung der Ernährungskompetenz der Verbraucherinnen und Verbraucher“ seitens der Industrie. Hier ist zu kritisieren, dass das BZfE lediglich mit der *Koordinierung* der Maßnahmen/ Kampagnen seitens der Industrie beauftragt worden ist. Es muss sichergestellt sein, dass die Lebenswelten von Kindern werbefreie Räume bleiben und dass keine Werbung „durch die Hintertür“ durch vermeintliche „Aufklärung“ erfolgt. Leider wurde der DAG- Vorschlag für eine Aufklärungskampagne für Kinder und Jugendliche mit dem Titel „Trink Dich nicht dick (bzw. krank)!“ nicht aufgegriffen.
- ... die Formulierung zu trans-Fettsäuren: „Im Jahr 2025 soll es keine signifikanten Überschreitungen des dann auf europäischer Ebene formulierten Grenzwertes geben“

- denn ein Grenzwert ist ein Grenzwert und Überschreitungen sollten dann sanktioniert und nicht als „nicht signifikant“ banalisiert werden.
- ... die fehlende konkrete Vereinbarung von Sanktionsmaßnahmen bei Underperformance.

Die DAG kritisiert an den Maßnahmen für Kinder und Jugendliche:

- ... daß Produkte mit Kinderoptik bis 2025 keine ungünstigere Nährstoffzusammensetzung [mehr] aufweisen sollen, als solche für Erwachsene (S. 19). Wir sehen in diesem Maßstab keine ausreichende Verbesserung. Damit wird der geringste Qualitätsstandard von (heute verbesserungswürdigen) Produkten ohne Kinderoptik zum Goldstandard für zukünftige Produkte mit Kinderoptik erhoben.
- ... in diesem Zusammenhang auch fehlende konkrete Aussagen zu Gehalten an Zucker und süßenden Zutaten in Kindermilchen für Kleinkinder ab 1 Jahr und hinsichtlich der Überarbeitung der EU-Regelung zu Getreidebeikost (S. 19).
- ... dass kognitive Maßnahmen für Kinder und Jugendliche in Schulen überbetont werden. Diese laufen ins Leere, wenn gesunde Ernährung in den Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen nicht praktisch gelebt wird. Konkrete Aussagen dazu, bis wann zu erwarten ist, dass die DGE-Qualitätskriterien für Kita- und Schulernährung an allen Einrichtungen flächendeckend umgesetzt sein werden sind, bleibt der Entwurf schuldig (S. 20).
- ... das unambitionierte und unkonkrete Ziel einer „deutlich zweistelligen Zuckerreduktion bei zuckergesüßten alkoholfreien Erfrischungsgetränken“.

Hintergrund:

Auf Einladung der Bundesministerin für Landwirtschaft und Ernährung (BMEL), Julia Klöckner, hat die DAG 2018 an drei Round Tables und einem Arbeitskreistreffen zur Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie teilgenommen.

Die Eingangs-Empfehlungen der DAG lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Einführung der „gesunden Mehrwertsteuer“ (kommt dem Setzen von verbindlichen Obergrenzen für Zucker, Salz und Fett in allen verarbeiteten Lebensmitteln gleich), mit Einbezug von Außer-Haus-Verpflegung
- Einführung einer verbindlichen, interpretativen Nährwertkennzeichnung (Empfehlung: „NutriScore“)
- Verbot von an Kinder und Jugendliche gerichteter Werbung für adipogene Lebensmittel
- Nationaler Adipositasplan

Im vom BMEL vorgegebenen, engen Handlungsrahmen der Selbstverpflichtung seitens der Anbieter, der Beschränkung auf Fertigprodukte und des Verzichts auf Werbeverbote hat sich die DAG dennoch nach besten Kräften bemüht, ein Höchstmaß an Veränderungsdynamik im Sinne eines größtmöglichen Erfolgs der Reduktionsstrategie zu ermöglichen und dementsprechend beraten.

DAG-Empfehlungen innerhalb des vorgegebenen Rahmens der Reduktions- und Innovationsstrategie:

- Verbindliche Obergrenzen für Salz, Zucker und gesättigte Fette sowie verbindlicher Zeitrahmen für die Umsetzung

- Ökonomische Anreizsetzung: Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch Nährwertoptimierung sollte sich lohnen.
- Vermeidung von „health halos“: Erhöhung des Gesamtkaloriengehaltes durch Reduktion einzelner Nährstoffe muss vermieden werden
- „Nationale Geschmackspräferenzen“ sind nicht in Stein gemeißelt, sondern erlernt und können auch verlernt und neu gelernt werden
- Süßschwelle insgesamt senken. Kein simpler Austausch von Zucker durch Süßstoffe.
- „Stille Reduktion“ zur Vermeidung von Preiserhöhungen aufgrund von erreichten Rezepturverbesserungen
- Engmaschiges Monitoring, auf der Basis von jährlichen Fortschrittsberichten seitens der Industrie für die Möglichkeit der Nachjustierung bei „Underperformance“.
- Transparenz der Performance seitens der Unternehmen auf Basis regelmäßiger Fortschrittsberichte, jährliche Berichte seitens des Ministeriums.

04.12.2018

Quellen:

1. (MRI (2016): Abschätzung des Zuckerverzehrs und des prozentualen Anteils von Zucker an der Energiezufuhr (nach WHO-Definition) – *unveröffentlichte Daten*, zitiert im Entwurf „Nationale Strategie für die Reduktion von Zucker, Fetten und Salz in Fertigprodukten“ des BMEL, Referat 213, 213 – 20000/0013 vom 18.05.2017
2. Huizinga O, Kruse M.: Food industry self-regulation scheme „EU Pledge“ cannot prevent the marketing of unhealthy foods to children. *Obesity Medicine* 2016; 1: 24–28.
3. <https://www.bakeryandsnacks.com/Article/2018/07/25/Sweet-move-Kellogg-s-slashes-sugar-in-Coco-Pops-ahead-of-UK-government-s-20-less-sugar-by-2020-goal>
4. <https://www.gov.uk/government/news/soft-drinks-industry-levy-comes-into-effect>
5. Sweet success: will sugar taxes improve health? *Lancet*. 2017;5:235. doi:10.1371/journal
6. www.worldobesity.org [Abfrage vom 03.12.2018]

Drinks examples, sugar content and associated price increase*

Drink	Reformulated?	Increase?
Coca-Cola (original)	No, keeping 11g of sugar per 100mL	24p increase
Pepsi	No, keeping 10.6g of sugar per 100mL	24p increase
Fanta Orange	Yes, cut sugar from 6.9g to 4.6g per 100mL	
Ribena Blackcurrant	Yes, cut sugar from 10g to 4.6g per 100mL	
Lucozade	Yes, cut sugar from 13g to less than 4.5g per 100mL	
Im-Bru	Yes, cut sugar from 10.3g to 4.7g per 100mL	
Orangina	Yes, cut sugar from 10g to 4.5g per 100mL	
Sprite	Yes, cut sugar from 6.6g to 3.3g per 100mL	
7 Up	Yes, cut sugar from 10g to 7g per 100mL	
Red Bull	No, keeping 27g of sugar per 250mL	24p increase
Fever Tree (Indian Tonic Water)	No, keeping 8g of sugar per 100mL	24p increase
Fever Tree (low-calorie drinks)	New line with less than 5g of sugar per 100mL	

*Drinks with sugar content under the 5g threshold don't have to pay the levy at all

7. https://twitter.com/PHE_uk/status/1050068449999900673?s=04&fbclid=IwAR2SvrUPsbfnk0DkObNvAn1sJlJ5Yp22LTOlZecUJgw9DpqylULIRp5zkeo (für Fertigprodukte/mahlzeiten, Pizzas, „Food to go“, „Meal Deals“, „Mahlzeiten mit Pommes Frites, Nudeln und Pasta“, salzige Snackprodukte, Saucen & Dressings, Fleisch- und Fleischersatzprodukte) [vom 10. Oktober 2018]
8. https://www.foodnavigator-asia.com/Article/2018/06/26/Slashing-sugar-Biggest-Australian-beverage-companies-to-cut-content-by-20-over-next-seven-years?fbclid=IwAR2MmCzK1x9fLekBfEgZGXAzdgrBfYzUk69il_AKr9KooiKz20Y0A6el#.Wzukk0_OxdI.facebook
9. https://www.beveragedaily.com/Article/2018/04/06/SSNL-Health-continues-to-be-defining-trend-in-soft-drinks?fbclid=IwAR0UZFxiND6MyagnZy0Hg-g3iZde_hF9KUxvFPJvY8D9MOHpaG5rlajMZ5g#.WvxY2trHv0E.facebook

Ihre Kontakte für Rückfragen:

Pressestelle Deutsche Adipositas-Gesellschaft (DAG):

Dr. Stefanie Gerlach

Email: pressestelle@adipositas-gesellschaft.de

mobil: 0163/ 8534731

Geschäftsstelle Deutsche Adipositas-Gesellschaft (DAG):

Fraunhoferstr. 5

82152 Martinsried-Planegg

Tel.: 089-710 48 358 (bis 12.00 Uhr)

E-Mail: info@adipositas-gesellschaft.de

Webseite: www.adipositas-gesellschaft.de

Facebook: <https://www.facebook.com/AdipositasGesellschaft?fref=ts>

Die **Deutsche Adipositas-Gesellschaft e.V. (DAG)** versteht sich als Fachgesellschaft von Wissenschaftlern und therapeutisch tätigen Experten, die sich dem Krankheitsbild Adipositas (starkes Übergewicht) widmen. Der gemeinnützige Verein hat sich vorrangig zum Ziel gesetzt, Forschung, wissenschaftliche Diskussion, Weiterbildung und wissenschaftlichen Nachwuchs im Bereich Adipositas zu fördern sowie Konzepte und Leitlinien zu Prävention, Diagnose und Therapie der Adipositas zu entwickeln. Neben der Veranstaltung von Fachtagungen engagiert sich die DAG berufspolitisch, forschungspolitisch und gesundheitspolitisch. Fachorgane der DAG sind die Zeitschriften "Adipositas" (Thieme Verlag) und "Obesity Facts" (Karger Verlag). Ein aktueller Tätigkeitsschwerpunkt der DAG ist es, Politik und Öffentlichkeit auf die „Public Health“-Aspekte der Adipositas hinzuweisen. Die DAG nimmt aktiv am Runden Tisch von Bundesministerin Julia Klöckner zur nationalen Reduktionsstrategie von Zucker, Salz und gesättigten Fetten in Fertigprodukten teil.

Eine Tochterorganisation der DAG ist die Arbeitsgemeinschaft Adipositas im Kindes- und Jugendalter (AGA) (www.a-g-a.de).

Die DAG ist Mitglied der World Obesity Federation (www.worldobesity.org), der European Association for the Study of Obesity (www.easo.org) sowie Mitgliedsgesellschaft der Arbeitsgemeinschaft der Wissenschaftlichen Medizinischen Fachgesellschaften (AWMF) und der Deutschen Allianz Nichtübertragbarer Krankheiten (DANK) (www.dank-allianz.de).