



# INFORMATIONSGRUPPE ERFRISCHUNGSGETRÄNKE

Ausgabe 1, 9. September 2014

## Mit Herz und Verstand engagiert

Erfrischungsgetränke sind beliebt. Konsumentinnen und Konsumenten wollen und schätzen das vielfältige Angebot und die Erfrischungsgetränkhersteller stehen ein für beste Qualität und grösste Sicherheit.

Weil uns von Kindesbeinen an vermittelt wird, dass der Durst nicht nur mit Limonade gestillt werden soll, werden Erfrischungsgetränke mehrheitlich auch mit Augenmass getrunken. Nun haben Übergewicht und Adipositas in der Schweiz aber zugenommen. Selbstverständlich wird nach Ursachen und Verursachern gesucht. Die «Soft-Drinks» oder «Süssgetränke», wie die Erfrischungsgetränke im Volksmund genannt werden, stehen im Fokus. Einige Stimmen wollen ihnen sogar einen Riegel vorschieben.

Aus tiefer Überzeugung, dass gesellschaftliche Probleme jedoch im Kern und gezielt angepackt werden müssen statt über Pauschalisierungen und Verbote, haben wir die Informationsgruppe Erfrischungsgetränke gegründet.

Wir stehen zu 100 Prozent hinter einer gesundheitsbewussten, ausgewogenen und abwechslungsreichen Ernährung und einem aktiven Lebensstil. Der beste Weg dahin ist aber Produktvielfalt, Transparenz und Wahlfreiheit. In diesem Sinne werden wir uns mit Herz und Verstand dafür engagieren.

**Lorenz Hess**  
Präsident  
Nationalrat BDP

**Matthias P.E. Schneider**  
Vize-Präsident  
Senior PA &  
Communications  
Manager  
Coca-Cola Schweiz



Die Öffentlichkeit setzt auf liberale Werte in Sachen Ernährung und Bewegung.

## Eigenverantwortung stärken

**In Sachen Ernährung und Bewegung setzen Schweizerinnen und Schweizer auf Eigenverantwortung statt Verbote und Gesetze. Von der Wirtschaft erwarten sie hochwertige Produkte, Vielfalt und verständliche Informationen. Der Staat soll das Übergewicht bekämpfen – auch in Kooperation mit der Wirtschaft.**

In einer repräsentativen Befragung hat das gfs.bern für die Informationsgruppe Erfrischungsgetränke erstmals die öffentliche Meinung um die Themen Gesundheit, Ernährung und Bewegung erhoben. Das Fazit des 1. Monitors Ernährung und Bewegung lautet «Eigenverantwortung durch Information und Aufklärung stärken». Generell ist das Interesse an Ernährung und Bewegung gross. Dabei fühlt sich eine Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten gut informiert.

Wenn es um die Frage geht, wie die Gesellschaft in Sachen Ernährung und Bewegung gestaltet sein soll, wird klar auf Produkt- und Konsumenteninformationen gesetzt. Denn relevant für eine ausgewogene Ernährung sind in erster Linie ein hochwertiges und vielfältiges Produktangebot sowie verständliche Informationen. Mit Blick auf die Lebensmittelkennzeichnung ist eine Mehrheit mit der heutigen GDA-Kennzeichnung (Guideline Daily Amount – Richtlinie für die tägliche

Aufnahme) zufrieden, könnte sich aber auch ergänzend eine Ampelkennzeichnung vorstellen.

## Prävention bei Risikogruppen

Bei der Bekämpfung von Übergewicht findet eine Mehrheit, dass der Staat zu wenig tue, um die Bevölkerung zu schützen. Hier wünscht man sich gezielte Prävention bei Risikogruppen. Auch gemeinsame Projekte von Wirtschaft und Staat werden begrüsst. Aber: Verbote und Steuern werden mehrheitlich klar abgelehnt.

Der Monitor wird jährlich erhoben und soll der Gesellschaft als Orientierungsgrösse dienen.

### Mehr Informationen:

- Ernährungsmonitor
- Stellungnahme

WISSENSWERTES

15 Minuten  
Treppen-  
steigen  
verbrennt

150 kcal

150 kcal entsprechen etwa  
1 Dose Erfrischungsgetränke  
(0,33 l), 200 ml Vollmilch,  
2 Butterkekse mit Milchscho-  
kolade oder 1½ Bananen.

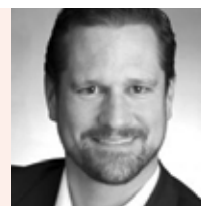
## Lebensmittelkennzeichnung: unser alltäglicher Kompass

**Die Lebensmittelbranche beschäftigt sich kontinuierlich mit der Optimierung der Lebensmittelkennzeichnung. Ziel ist die Gewährleistung einer klaren und verständlichen Deklaration der Nährwerte.**

Mit der jetzigen GDA-Kennzeichnung kann die Konsumentin oder der Konsument eruieren, was in welchen Mengen in einem Produkt steckt. Der GDA ist quasi ein Lebensmittelkompass. Wie der Monitor Ernährung und Bewegung zeigt, ist eine Mehrheit mit diesem Kompass zufrieden. Aber auch eine positive Haltung gegenüber einer Ampelkennzeichnung wird konstatiert. Das Bedürfnis nach Vereinfachung ist legitim. In diesem Fall aber nicht zum Vorteil für den Konsumenten. Denn innerhalb einer Ampelfarbe gibt es keine Nuancen. Es gilt einfach ein fixierter Grenzwert.

Fettreduzierte und Vollfettvarianten eines Produktes könnten beispielsweise beide «rot» sein. Das hilft dem Konsumenten nicht weiter. Unklar ist auch, wer darüber entscheiden soll, ob ein Lebensmittel «grün», «gelb» oder «rot» ist. Die neue europäische Lebensmitteldeklaration (Nährstoff-Referenzwert), die Ende 2015 auch in der Schweiz greifen wird, ist eine sinnvolle Ergänzung zum GDA. **Der Konsument braucht mehr als eine Farbe, um sich ein qualifiziertes Bild zu machen.**

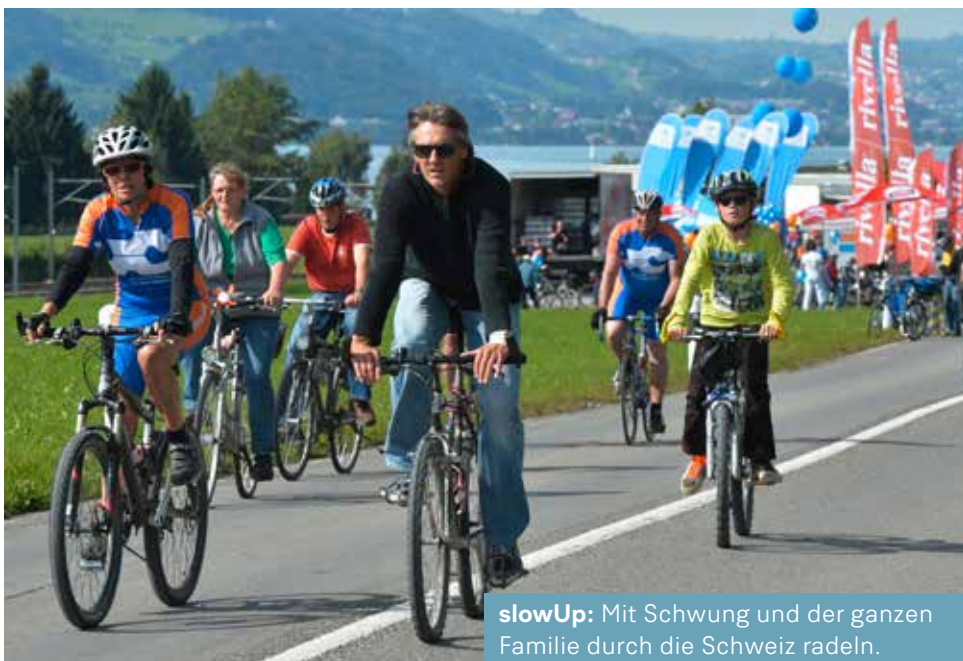
**Marcel Kreber**  
Sekretär  
Informationsgruppe  
Erfrischungsgetränke



## Rivella und die Breitensportbewegung

Über 400 000 Personen nehmen jährlich an einem der inzwischen 19 slowUp-Events teil. Wer mitmacht, bewegt sich auf den motorfreien Strassen aus eigener Muskelkraft fort – sei es beim Velofahren, Skaten oder Wandern- und entdeckt gleichzeitig schöne Gegenden. Mit diesem Engagement unterstützt Rivella die Freude an Bewegung und ermöglicht Familien aktive Freizeitgestaltung. Das gefällt Gross und Klein. Die nächsten slowUp-Veranstaltungen finden am 14.9.2014 in der Region Emmental-Oberaargau, am 21.9.2014 im Gebiet Basel-Dreiland und am 28.9.2014 entlang des Zürichsees statt.

[www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch).



**slowUp:** Mit Schwung und der ganzen Familie durch die Schweiz radeln.

## MEIN STANDPUNKT



**Ida Glanzmann-Hunkeler**  
Vorstandsmitglied Informations-  
gruppe Erfrischungsgetränke  
Nationalrätin CVP

### Der ureigene Konsumentenentscheid

Unsere Zeit zeichnet sich durch eine enorme Vielfalt und scheinbar unbegrenzte Möglichkeiten aus. So auch in der Ernährung und bei unserem alltäglichen Gang in den Lebensmittelläden. Die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten schätzen diese Vielfalt und sollen nach ihren eigenen Kriterien auswählen können. Das Auge, der Geschmack und die persönlichen Vorlieben spielen eine massgebende Rolle. Selbstverantwortlich können sie ihre Ernährung auch aufgrund der Herstellerangaben beeinflussen.

Zwar soll der Präventionsgedanke in Ernährungsfragen eine Rolle spielen. Aber er darf nicht als Vorwand für unwirksame Gesetze missbraucht werden oder aus mündigen Bürgern fehlgeleitete Konsumenten machen. In Sachen Ernährung liegt der Ball in erster Linie beim Konsumenten und nicht beim Gesetzgeber. Strikte Lebensmittelverordnungen, regelmässige Kontrollen und sichere Produktionsweisen sorgen für höchste Qualität. **Es sind also alle Bedingungen für den bewussten Lebensmitteleinkauf und -konsum vorhanden.**