

Ausgewogen trinken und aktiv leben

Ein Beitrag der Informationsgruppe
Erfrischungsgetränke

November 2013



Warum wir uns zu Wort melden	2
Trinken belebt und erfrischt	3
Erfrischungsgetränke – hochwertige und sichere Flüssigkeitslieferanten	6
Herausforderung Übergewicht	9
Informieren und überzeugen statt verbieten und besteuern	13
Impressum und Literatur	17

Warum wir uns zu Wort melden

Seit einiger Zeit stehen zucker-, fett- und salzhaltige Lebensmittel in der Kritik. In erster Linie geht es darum, Ursachen und Schuldige dafür zu finden, dass der Anteil der Menschen, die unter Übergewicht und Adipositas leiden, gestiegen ist.

«Soft-Drinks», wie die Erfrischungsgetränke umgangssprachlich oft bezeichnet werden, werden pauschal zu Verursachern gemacht. Einige Akteure wollen ihnen sogar einen Riegel vorschieben.

Es ist an der Zeit, sich in dieser Debatte mit Herz und Verstand zu Wort zu melden. Der Verzehr von Erfrischungsgetränken ist längst zu einem festen Bestandteil des täglichen Lebens geworden. Sie können in einem ausgewogenen Mass jeden Tag einen Beitrag an die ausreichende Flüssigkeitszufuhr leisten.

Die Erfrischungsgetränke in der Schweiz stehen für beste Qualität und grösste Sicherheit. Um die Hochwertigkeit der Produkte und Inhaltsstoffe zu gewährleisten, unterliegen Herstellung, Verpackung und Vertrieb einem strengen Qualitätsmanagement. Das ist selbstverständlich.

Ebenso ist aber auch das Bewusstsein dafür gross, dass mit der Flüssigkeitszufuhr Gesundheit und Wohlbefinden unmittelbar betroffen sind. Die Informationsgruppe Erfrischungsgetränke steht zu 100% hinter einer gesundheitsbewussten, ausgewogenen und abwechslungsreichen Ernährung. Für die Mehrheit der Bevölkerung ist der beste Weg dahin Vielfalt, Transparenz und Wahlfreiheit. Gleichzeitig wissen wir, dass dies nicht alle Probleme löst. Dort sind gezielte Massnahmen das Gebot.

In diesem Sinne engagiert sich die Informationsgruppe Erfrischungsgetränke für die Förderung eines aktiven und bewussten Lebensstils mit ausgewogener Ernährung und ausreichend Bewegung.



Nationalrat Lorenz Hess
Präsident



Matthias P. E. Schneider
Vizepräsident
Senior PA & Communications Manager
Coca Cola Schweiz

Trinken belebt und erfrischt

Es ist allgemein bekannt, dass die ausreichende Flüssigkeitszufuhr für den Menschen wichtig ist. Ohne feste Nahrung können wir einige Wochen überleben, ohne Flüssigkeitszufuhr nur wenige Tage. Getränke sind unser Lebenselixier. Die Aufnahme von ausreichend Flüssigkeit hält jung und fit.

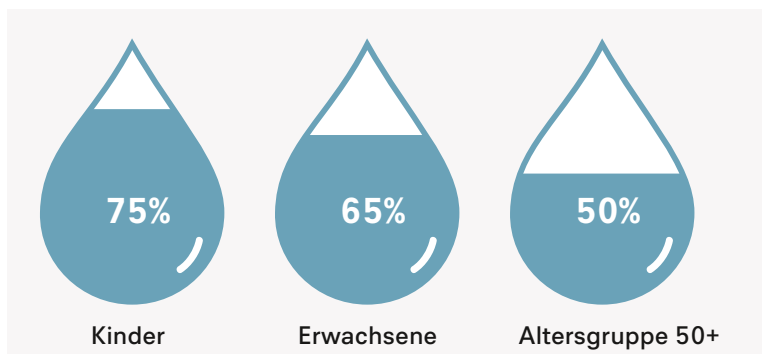
Heute gehört es für viele zur Gewohnheit, immer eine gefüllte Getränkeflasche dabei zu haben. Mehr noch: Die Flüssigkeitszufuhr ist in den letzten Jahrzehnten zum Ausdruck einer Lebenshaltung und des eigenen Lebensstils geworden – ob ein Erfrischungsgetränk oder ein natürliches Mineralwasser aus den Bergen. Das Bewusstsein für eine ausreichende, vielseitige und regelmässige Flüssigkeitszufuhr ist weit verbreitet und die Auswahl an Getränken ist innovativ und gross.

Der Körper braucht Flüssigkeit

Trinken müssen wir, weil der Organismus zu rund 60% aus Wasser besteht und er permanent über die Körperfunktionen Flüssigkeit abgibt. Wasser spielt bei allen wichtigen Abläufen im Körper eine Rolle – eine besonders grosse für die Regulation der Körpertemperatur über die Verdunstung von Wasser über die Haut. Der Körper sollte eine konstante Temperatur von 36,0 bis 37,4 °C haben. Fehlt das nötige Mass an Flüssigkeit im Körper für den Temperatenausgleich, kann dies das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit beeinträchtigen. Trinken füllt den Speicher wieder auf.

Abb. 1: Wassergehalt im Körper

Der Wassergehalt nimmt mit zunehmendem Alter von 75% auf rund 50% ab.



Quelle: Trinken ist Lebensfreude, Schweizerische Gesellschaft für Sportmedizin 2013.

Damit der Wasserspeicher im Körper ausreichend gefüllt bleibt, sollte ein erwachsener Mensch rund 2,5 Liter Flüssigkeit zu sich nehmen. Rund ein Liter erfolgt übers Essen, die Differenz soll getrunken werden, bei Hitze und bei körperlicher Aktivität entsprechend mehr. Kinder brauchen täglich mit zwei bis drei Jahren 1,1 Liter, mit vier bis acht Jahren 1,3 Liter und mit neun bis 13 Jahren rund 1,5 Liter. Im Wachstum ist das Trinken besonders wichtig.

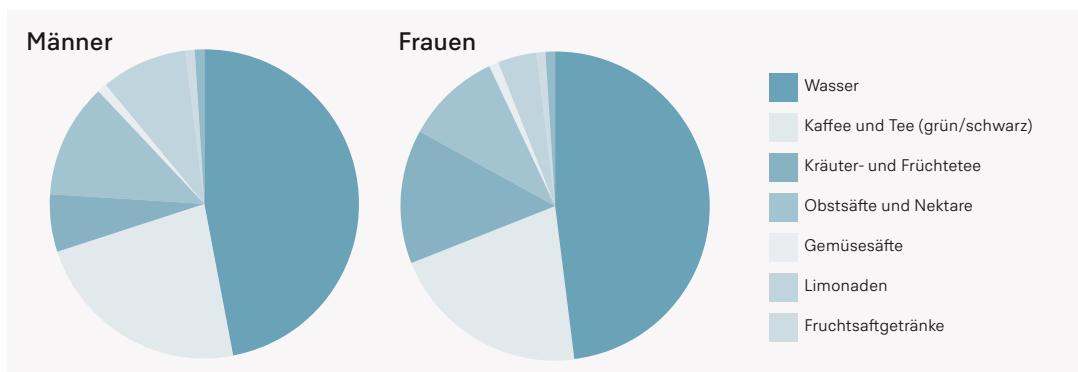
Herr und Frau Schweizer trinken genug

Eine aktuelle Vermessung der Ernährungs- und Trinkgewohnheiten in der Schweiz liegt nicht vor. Aus einer Erhebung des Bundesamts für Statistik zu den «Ernährungsgewohnheiten in der Schweiz» (2005, S. 23) geht aber deutlich hervor, dass Herr und Frau Schweizer mit überwiegendem Mehr genug trinken: 96% der Wohnbevölkerung gaben an, dass sie ihre Flüssigkeitszufuhr auf die empfohlene Menge pro Tag (95% Frauen, 96% Männer) einschätzen. Am tiefsten ist der Anteil derjenigen, die zu wenig trinken, bei Männern zwischen 15 und 34 Jahren (2%), danach steigt das Trinkdefizit bei den Männern jedoch mit zunehmendem Alter an. Bei den Frauen sind es altersunabhängig konstant zwischen 4 und 5%, die zu wenig trinken. Ein grösserer Anstieg (ca. 7%) erfolgt erst in hohem Alter (75+).

Getränkevorlieben und wie sie sich verändern

Heute existiert ein variantenreiches und innovatives Getränkeangebot zur Deckung des täglichen Flüssigkeitsbedarfs und die Konsumentinnen und Konsumenten machen davon auch Gebrauch (vgl. Abbildung 2).¹ Neben Wasser werden alkoholfreie Getränke wie Kaffee, Tee, Säfte und Erfrischungsgetränke konsumiert.

Abb. 2: Trinkgewohnheiten
in Deutschland

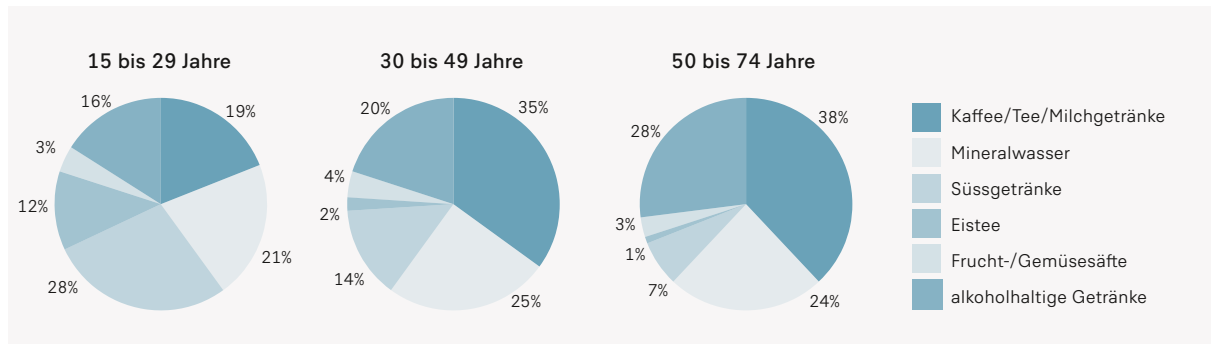


Quelle: Nationale Verzehrstudie II, Ergebnisbericht Teil 2; wafg-Berechnungen 2008.

Betrachtet man Studien, die sich mit dem Konsumverhalten bei Getränken beschäftigen, zeigt sich – soweit sich das ableiten lässt –, dass sich im Verlaufe des Lebens die Vorlieben bei der Getränkewahl verändern. Wasser ist der grösste Flüssigkeitslieferant. Wasser ohne weitere Zusätze hat während des ganzen Lebens bei den meisten Menschen einen relativ konstanten Platz im persönlichen Getränkemix. Bei anderen nicht alkoholischen Getränken verändern sich die Vorlieben mit dem Alter. Während Kinder zwischen dem vierten und zwölften Lebensjahr vor allem Wasser und ungesüssten Tee zu trinken² bekommen, wächst der Verzehr von gesüssten Getränken bei jungen Menschen im Alter zwischen elf und 15 Jahren. Knapp ein Viertel (26%) der Jungen und Mädchen nehmen an fünf bis sieben Tagen in der Woche ein zuckerhaltiges Getränk zu sich, knapp 20% der Jugendlichen auch mehrmals pro Tag.³ Allerdings konsumieren 58% der Jugendlichen ausserdem auch mehrmals täglich Wasser oder ein anderes ungesüsstes Getränk. Eine Betrachtung des Ausserhauskonsums von Getränken bei Jugendlichen und Erwachsenen im Alter zwischen 15 bis 74 Jahren kommt zudem zum Schluss, dass in jungen Jahren das Bedürfnis nach gesüssten Getränken grösser ist, dieses aber mit zunehmendem Alter abnimmt.

Ganz generell lässt sich also sagen, dass in der Schweiz grossmehrheitlich ausreichend Flüssigkeit zu sich genommen und vom vielfältigen Getränkeangebot Gebrauch gemacht wird.

Abb. 3: Altersspezifischer Getränkekonsum ausser Haus
in Prozent der Gesamtausgaben für Getränke



Quelle: Fast Food und Gesundheit: Wie wirkt sich der regelmässige Konsum von Schnellgerichten auf die Gesundheit aus?
Schweizerische Gesellschaft für Ernährung 2005.⁴

Wussten Sie, dass...⁵

- der Wassergehalt im Körper mit zunehmendem Alter abnimmt?
- Wasser bei praktisch allen Abläufen in unserem Körper eine wichtige Rolle spielt?
- man trinken soll, bevor der Durst sich meldet?

Erfrischungsgetränke – hochwertige und sichere Flüssigkeitslieferanten

Heute sind verschiedene Begriffe im Umlauf, um nicht alkoholische Getränke mit Geschmack zu bezeichnen: Erfrischungsgetränk, Limonade, Süssgetränk, Soft-Drink. Im öffentlichen Sprachgebrauch ist oft unklar, welche Getränke damit eigentlich bezeichnet werden.

«Soft-Drink», der im Volksmund wohl am häufigsten gebrauchte Begriff, umschreibt eigentlich alle alkoholfreien Getränke, die das Eidgenössische Departement des Innern EDI in seiner Verordnung über alkoholfreie Getränke definiert. Trotzdem wird der Begriff umgangssprachlich häufig auf gesüsste Getränke reduziert. Für diese braucht der Schweizer Gesetzgeber den Begriff der Limonade und als Synonym den Begriff Erfrischungsgetränk.

Erfrischungsgetränke – Wasser mit Zusätzen

Menschen mögen kalte Getränke mit Geschmack. Sie erfrischen und beleben, regen an und stärken. Die Gruppe der Erfrischungsgetränke ist gross und divers. Zu ihr gehören Limonaden, Fruchtsaftgetränke, Schorlen, Eistees, Sport- und Fitnessgetränke sowie Energy Drinks. Sie alle werden auf Wasserbasis hergestellt und es gibt sie mit oder ohne «Blöterli» (Kohlensäure) und mit oder ohne Zucker. Fast alle Erfrischungsgetränke sind heute auch als Light-Getränke, diätetische Getränke oder funktionale Getränke verfügbar. Zu ihrem Geschmack und Nährstoffgehalt kommen sie, weil Trink- oder Mineralwasser nach den Spezialrezepturen der Erfrischungsgetränkeproduzenten mit Zusätzen wie Fruchtsaft, Pflanzenauszügen, Aromen, Zuckerarten, Vitaminen und Mineralstoffen versehen wird. Fruchttige Produkte auf Milch- oder Teebasis zeigen, dass die Grenzen zu anderen Getränkekategorien immer mehr verschwinden. Im Trend liegen Erfrischungsgetränke, die nicht nur gut schmecken, sondern auch einen Mehrwert bieten. Dieser Mehrwert kann ein gesundheitsfördernder Zusatzstoff, ein fertig gemischtes, ein kalorienfreies Getränk oder eine handliche Verpackung sein. Die Innovationskraft der Hersteller ist gross und die Konsumentinnen und Konsumenten können heute aus einer mannigfaltigen Vielfalt ihre persönliche Wahl treffen.

Die Erfindung des Erfrischungsgetränks

Eine Vielfalt von Erfrischungsgetränken hat heute ihren festen Platz im Getränkemix und hilft, den täglichen Flüssigkeitsbedarf zu decken. Die Herstellung und der Verzehr von Erfrischungsgetränken haben eine lange Tradition. Bereits bei den Römern war ein limonadenähnliches Getränk in Form von Wasser, angereichert mit Geschmacksstoffen, bekannt. Aus dem 16. und 17. Jahrhundert weiss man, dass bereits mit Erfrischungsgetränken gehandelt wurde. Beispielsweise verkaufte die «Compagnie de Limonadiers» in Paris ein Wasser, das mit Zitronensaft und Honig angereichert war.

Für den Durchbruch der Erfrischungsgetränke haben die Apotheker eine zentrale Rolle gespielt. Sie waren es, die ihrer Klientel zunächst mit Kohlendioxid angereichertes Mineralwasser angeboten haben. Dieses als besonders gesundheitsfördernd geltende Mineralwasser haben sie mehr und mehr mit Zusätzen (z.B. Heilkräuter) in unterschiedlichsten Geschmacksrichtungen und Farben versetzt. Zuerst war der erfrischende Trinkgenuss

örtlich auf die Apotheke beschränkt. Die wachsende Beliebtheit der gesunden Wasser und der Wunsch, sie nicht nur in der Apotheke trinken zu können, legten den Grundstein für die Entwicklung der Erfrischungsgetränkeindustrie.

Qualitätsorientiert und verantwortungsbewusst

Die Erfrischungsgetränkeproduzenten in der Schweiz stehen für Qualität, Vielfalt, Umweltverträglichkeit und Innovation. Nachhaltiges Wirtschaften und gesellschaftlich verantwortungsbewusstes Handeln leiten die unternehmerische Tätigkeit. Mit ihrem Getränkeangebot entsprechen sie in erster Linie den Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten und garantieren den bedenkenlosen Konsum. Um die Sicherheit und Qualität der Produkte zu gewährleisten, wird nach den hohen Standards der Lebensmittelindustrie gearbeitet. Gleichzeitig werden in der Produktion die Prozesse und Materialien laufend umweltverträglicher gestaltet. Für die Innovation wird permanent in die eigene Forschung und Entwicklung, aber auch in Kooperationen mit Universitäten investiert. Daraus ist in den letzten Jahrzehnten eine exponentiell gestiegene Produktvielfalt entstanden.

Wasser ist die wichtigste Ressource

Für die Erfrischungsgetränkehersteller ist Wasser die wichtigste Quelle. Der Anteil liegt bei den meisten Erfrischungsgetränken zwischen 85 und 99%. Für die Produktion wird neben natürlichem Mineralwasser vornehmlich Trinkwasser genutzt. Entsprechend wichtig ist für die Erfrischungsgetränkehersteller die zuverlässige Bereitstellung von Wasser und die ständige Kontrolle der Wasserqualität.

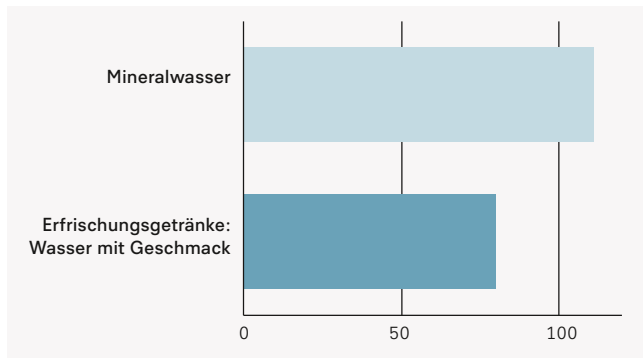
Hochwertige Zutaten für einen sicheren Genuss

In der Schweiz wie auch in ganz Europa werden zuckerhaltige Erfrischungsgetränke mit Haushaltszucker (Saccharose), Fruchtzucker (Fructose), Traubenzucker (Glukose) und Milchzucker (Lactose) produziert. Diese werden aus Früchten, Zuckerrüben, Maisstärke und Milch gewonnen.⁶ Für Personen mit geringerem Energiebedarf stellen die Produzenten Light-Getränke mit einer reduzierten Kalorienzahl her, sogenannte energiearme Erfrischungsgetränke mit weniger als 20 Kalorien pro Deziliter und energiefreie Getränke mit weniger als vier Kalorien pro Deziliter.⁷ Kalorienreduzierte Getränke werden in geringen Mengen mit Stoffen aus natürlichen (z.B. Steviolglycoside) und künstlichen Quellen (z.B. Saccharin) gesüsst. Diese sind gesundheitlich unbedenklich und werden vom Bundesamt für Gesundheit BAG, aber auch von der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit – efsa nach strengen wissenschaftlichen Kriterien geprüft und zugelassen.

Zwei Deziliter pro Tag

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Erfrischungsgetränken liegt in der Schweiz in den letzten Jahren konstant zwischen 76 und 80 Litern pro Jahr. Pro Kopf und pro Tag macht das im Durchschnitt ein Glas à zwei Deziliter pro Person. Der Gesamtverbrauch schwankt für die Schweizerinnen und Schweizer absolut zwischen 600 und 640 Millionen Litern pro Jahr. Davon werden 87,5% in der Schweiz produziert und 12,5% importiert.

Abb. 4: Pro-Kopf-Verbrauch Mineralwasser und Erfrischungsgetränke
in der Schweiz, in Litern im Jahr 2011



Quelle: Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten 2013.

Nachhaltige Produktion und Produkte

Die Erfrischungsgetränkehersteller in der Schweiz stehen für höchste Qualität und Produktsicherheit. Die nachhaltige Produktion zeigt sich tagtäglich beispielsweise durch den verantwortungsbewussten Einsatz von Wasser und energieeffiziente und CO₂-arme Prozesse.

Der Schweiz verbunden

Die in der Schweiz verkauften Erfrischungsgetränke – auch diejenigen von internationalen Marken – werden fast ausnahmslos in der Schweiz produziert. Die Tätigkeit der Erfrischungsgetränkeproduzenten und der Mineralwasserabfüller schafft direkt und indirekt rund 20 000 Arbeitsplätze. Das Bekenntnis zum Standort Schweiz bedeutet den Erfrischungsgetränkeherstellern aber mehr: Als Nahrungsmittelhersteller haben sie stets auch die Gesundheit und das Wohlbefinden der Gesellschaft im Auge. In Zusammenarbeit mit Wissenschaft, Gesundheitsorganisationen und Bund setzen sich die Erfrischungsgetränkeproduzenten für eine sinnvolle Präventionspolitik ein, die einen aktiven Lebensstil fördert.

Wussten Sie, dass...⁸

- der Konsum von Erfrischungsgetränken in Europa etwa 3% der täglichen Kalorienzufuhr ausmacht?
- der Konsum von kalorienreduzierten Erfrischungsgetränken die tägliche Kalorienzufuhr verringert oder konstant hält?⁹
- Süsstoffe zu den am besten geprüften Lebensmittelzusatzstoffen in Europa gehören?

Herausforderung Übergewicht

Die Zahl übergewichtiger oder adipöser Menschen hat in den letzten Jahrzehnten in Europa stark zugenommen. Auch in der Schweiz sind Übergewicht und Adipositas zu einem gesellschaftlichen Problem geworden.

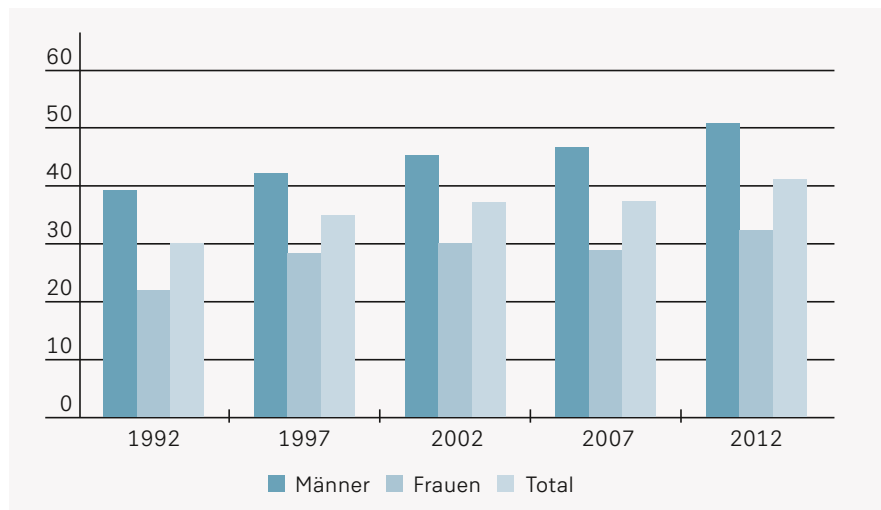
Heute ist fast jeder dritte Erwachsene und jedes fünfte Kind übergewichtig. Als Ursache wird häufig eine unausgewogene Ernährung ins Spiel gebracht. Dabei stehen Erfrischungsgetränke unter Verdacht, Verursacher zu sein. Die Zusammenhänge sind aber komplexer.

Mehr Übergewichtige seit den 1990er-Jahren

Im Jahr 2010 war der Anteil Übergewichtiger in fast allen OECD-Ländern höher als in der Schweiz. Die meisten übergewichtigen Personen zählen die USA. Dort sind mehr als zwei von drei Personen ab 15 Jahren von Übergewicht betroffen. In der Schweiz hat sich der Anteil der übergewichtigen und adipösen Personen zwischen 1992 und 2007 um sieben Prozentpunkte erhöht: Waren im Jahr 1992 30,3% der Gesamtbevölkerung betroffen, waren es im Jahr 2007 37,3%. Zwischen 2002 und 2007 blieb die Zahl der Betroffenen stabil. Aktuell liegt der Anteil bei 41%.¹⁰ Wie in anderen OECD-Ländern auch, sind in der Schweiz Männer in viel stärkerem Masse betroffen als Frauen. Im Jahr 2012 waren über die Hälfte (51%) der Männer übergewichtig. Bei den Frauen waren es 32%. Für die Zukunft geht man von einer Stagnation in der Entwicklung aus (vgl. Abbildung 5).

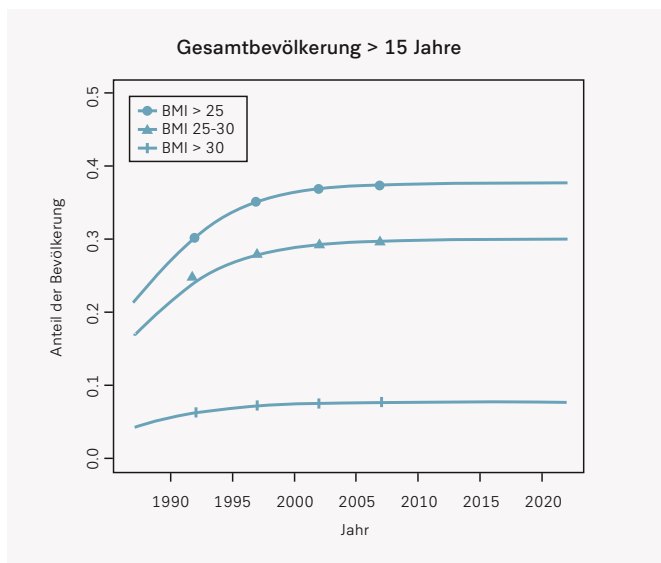
Abb. 5: Übergewicht in der Schweiz

Anteil der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren mit Body-Mass-Index >25



Quelle: EDI, BFS 2013.

Abb. 6: Erwartete Entwicklung Übergewicht und Adipositas bei Schweizer Erwachsenen
(Alter ≥ 15) basierend auf der Prävalenz 1992 bis 2007



Quelle: Health Econ, Bundesamt für Gesundheit, 2009.

Body-Mass-Index und Übergewicht

Von Übergewicht spricht man bei einem abnormal hohen Körperfettgehalt. Dieser wird unter anderem über den Body-Mass-Index (BMI) gemessen. Übergewichtig ist, wer einen BMI von 25 oder mehr ausweist. Fettleibig ist, wer einen BMI von 30 oder mehr aufweist. Der BMI berechnet sich aus dem Gewicht (Kilogramm) geteilt durch die Körpergrösse im Quadrat (Quadratmeter).

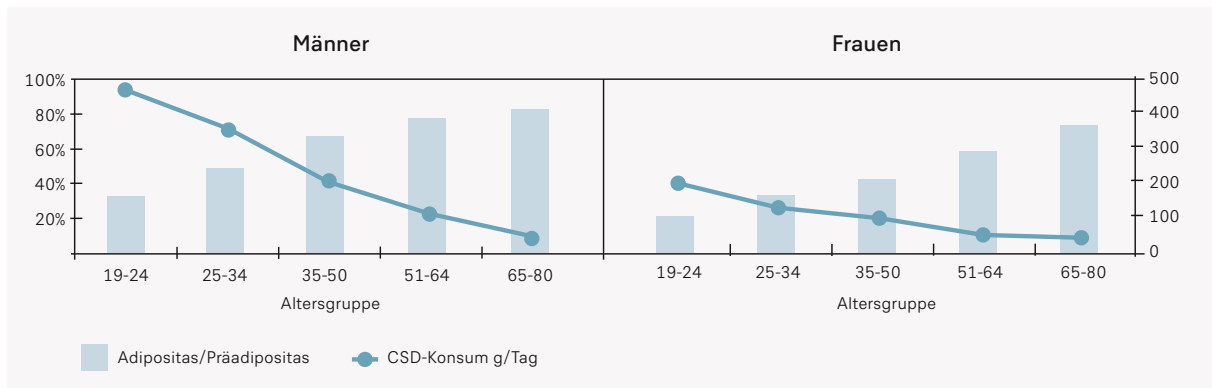
Auch Kinder sind betroffen

Auch bei Kindern und jungen Menschen hat die Zahl der Übergewichtigen und Adipösen zugenommen. Zwischen 1960/1965 und 2007 stieg der Anteil bei den 6- bis 12/13-jährigen Jungen von 5,4 auf 16,8% und bei den Mädchen von 5,8 auf 13,1%.¹¹ Gemäss einer aktuellen ETH-Studie ist jedes fünfte Kind in der Schweiz übergewichtig. Dieser Anteil weist gegenüber 2007 zwar eine leichte Zunahme aus, ist aber praktisch identisch mit den Resultaten der Untersuchung aus dem Jahr 2002. Daraus wird eine Stabilität der Betroffenheit bei Kindern geschlussfolgert.¹²

Erfrischungsgetränke als Verursacher?

In der öffentlichen Diskussion wird immer wieder der Versuch unternommen, einen direkten Zusammenhang zwischen Übergewicht und dem Konsum von zuckerhaltigen Getränken herzustellen. Diese einseitige Schlussfolgerung kann jedoch nicht gemacht werden. Die Zusammenhänge sind komplexer. Das unterstreichen beispielsweise Ergebnisse aus einer in Deutschland durchgeführten Studie: Hier zeigte sich, dass die Altersgruppen mit der grössten Adipositashäufung am wenigsten zuckerhaltige Getränke konsumieren.

Abb. 7: Übergewicht/Adipositas und der Konsum von Erfrischungsgetränken



Quelle: DGE-Ernährungsbericht 2008; Nationale Verzehrstudie II, Ergebnisbericht Teil 2, wafg-Berechnungen 2008.

Auch eine dänische Studie aus dem Jahr 2013 kommt zu dem Resultat, dass kein simpler Zusammenhang zwischen dem Konsum von Erfrischungsgetränken und der Gewichtszunahme bei Kindern und Jugendlichen bestätigt werden kann.¹³ Zwar steht nicht zur Diskussion, dass zuckerhaltige Getränke energiehaltige Lebensmittel sind, dennoch muss festgehalten werden, dass es im Grundsatz keine «guten» oder «schlechten» Lebensmittel und Getränke gibt. Es gibt nur gute oder schlechte Ernährungsgewohnheiten bzw. einen mehr oder weniger gesunden Lebensstil. Für die gezielte Bekämpfung von Übergewicht und Adipositas müssen alle relevanten Faktoren genau unter die Lupe genommen werden.

Unausgewogene Ernährung und mangelnde Bewegung sind ausschlaggebend

Als Ursachen für Übergewicht und Adipositas werden eine genetische Veranlagung, Umwelteinflüsse, die persönliche Lebenssituation und persönliches Verhalten angeführt. Der aktuelle Ernährungsbericht des Bundesamts für Gesundheit BAG sieht die Ursachen für Übergewicht vor allem in mangelnder körperlicher Betätigung und einer unausgewogenen Ernährung. Ausserdem spielen Faktoren wie Bildung, Einkommen und Herkunft der betroffenen Personen eine Rolle. Untersuchungen bei Schulkindern zeigen beispielsweise, dass Bewegungsmangel unter anderem auch auf deren Medienkonsum zurückzuführen ist.¹⁴ Hier gilt es gezielt nach Lösungen zu suchen, die Betroffene motivieren und überzeugen. Denn nur Entscheidungen, die aus Überzeugung getroffen werden, sind nachhaltig und fördern einen aktiveren Lebensstil.

Ernährung: Wissen und schlechtes Gewissen

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der ausgewogenen Ernährung. Sieben von zehn Personen in der Schweiz ist die Zusammensetzung und Ausgewogenheit von Lebensmitteln wichtig.¹⁵ Umgesetzt wird das Wissen aber nicht immer. Als häufigste Hindernisse werden der Zeitaufwand für den Einkauf, Alltagszwänge, Vorlieben für gutes Essen und hohe Preise genannt.¹⁶ Das eigentlich vorhandene Wissen, gepaart mit alltäglichen Hindernissen, führt häufig dazu, dass zu reichhaltiges Essen mit schlechtem Gewissen konsumiert wird.

Bewegung: Aktive werden aktiver, Inaktive bleiben sitzen

Die Mehrheit der Bevölkerung bewegt sich weniger als 30 Minuten pro Tag, 19% sind ganz inaktiv. Zugleich fällt aber auf: Seit den 1970er-Jahren ist die Anzahl der Personen in der Schweiz, die zweimal oder häufiger pro Woche Sport treibt, von 22 auf 50% gestiegen.¹⁷ Gelegenheitssportler wurden aktiver, die Inaktiven blieben sitzen. Dabei ist Sport gut für das Wohlbefinden und die Gesundheit. Das ist klar. 96% der Aktiven geben an, dass die Gesundheitsförderung ein Motiv für die sportliche Betätigung ist.¹⁸

Wussten Sie, dass...

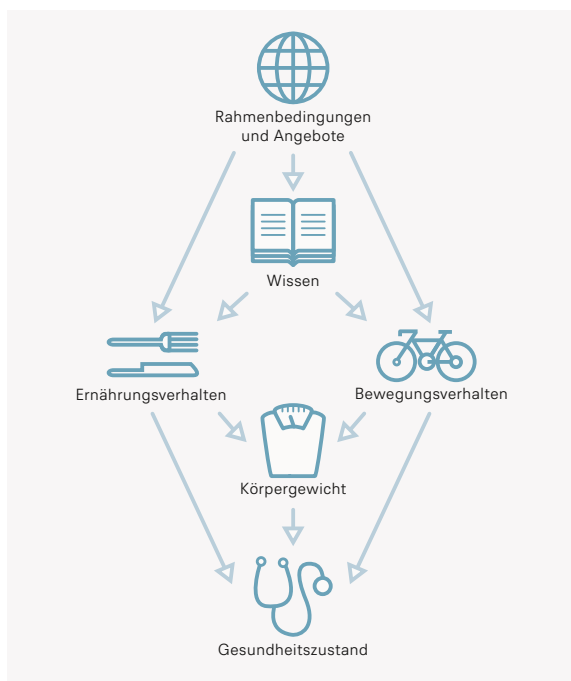
- kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Übergewicht von Kindern und Jugendlichen und dem Konsum von Erfrischungsgetränken besteht?
- Menschen über 65 Jahren die wenigsten Erfrischungsgetränke konsumieren und zugleich die höchste Neigung zu Übergewicht aufweisen?
- der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch an Lebensmitteln (ohne Energie aus alkoholischen Getränken) in den letzten Jahrzehnten zurückgegangen ist, die durchschnittliche Pro-Kopf-Energiezufuhr aber 20 bis 30% über den empfohlenen 2245 Kilokalorien liegt?¹⁹

Informieren und überzeugen statt verbieten und besteuern

Eine ausgewogene Energiebilanz, die auch in einem normalen Körpergewicht zum Ausdruck kommt, ist die Voraussetzung für ein gesundes und aktives Leben.

Das vom Bundesamt für Gesundheit BAG entwickelte Wirkungsmodell gibt Auskunft über die zentralen Aspekte, die Einfluss auf das Körpergewicht und den Gesundheitszustand haben. Demnach prägen Rahmenbedingungen und Angebote den Wissensstand der Konsumentinnen und Konsumenten. Dieses Wissen wiederum hat Einfluss auf unser Ernährungs- und Bewegungsverhalten, die letztlich unser Körpergewicht und unseren Gesundheitszustand mitbestimmen.

Abb. 8: Wirkungsmodell zur Bestimmung des Gesundheitszustands



Quelle: Bundesamt für Gesundheit BAG.

Die Erfrischungsgetränkproduzenten teilen diese Sicht und die Bestrebungen der öffentlichen Hand, geeignete Präventionsmassnahmen mit den zur Verfügung stehenden Mitteln umzusetzen. Ernährungsbedingten Krankheiten und Bewegungsarmut soll gezielt entgegengewirkt werden. Der Akzent der Bestrebungen und Projekte muss jedoch auf der Eigenverantwortung der Konsumentinnen und Konsumenten liegen. Die Erfrischungsgetränkproduzenten leisten ihren eigenen Beitrag und bringen im Rahmen unterschiedlichster Projekte Bewegung und Information in den Alltag.

Informierte Konsumentinnen und Konsumenten treffen bewusste Entscheide

Wahlfreiheit erzeugt eine grössere Vielfalt. Ist der Kunde gut informiert, trifft er die für ihn richtigen Entscheidungen. Wird die Wahlfreiheit durch Strafsteuern, Verbote oder

willkürliche Kategorisierungen von Produkten eingeschränkt, fördert das keine nachhaltigen Entscheidungen, sondern schmälert die Selbstverantwortung der Bürgerinnen und Bürger. Gerade in der Schweiz besitzen Bürgerinnen und Bürger dank direkter Demokratie und gelebtem Föderalismus ein hohes Mass an Eigenverantwortung. Es wäre daher grotesk zu glauben, dass Schweizerinnen und Schweizer zwar über genug Verantwortungsbewusstsein verfügen, um Entscheidungen mit unmittelbaren Auswirkungen auf die Zukunft der Schweiz zu treffen, jedoch über zu wenig Verantwortung, wenn es um die für sie richtigen Alltagsentscheidungen geht.

Transparente und verständliche Information

Jeder Konsument ist für einen ausgewogenen Ernährungsstil auf einen anderen Produktmix angewiesen. Konsumentinnen und Konsumenten schätzen die Vielfalt und die Wahlfreiheit. Mit dem sogenannten Nährstoff-Referenzwert, einem international anerkannten Standard auf Basis von Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation, informieren die Erfrischungsgetränkeproduzenten transparent über den Nährwert der Produkte und bieten die Möglichkeit, einen Vergleich innerhalb des vielfältigen Angebots vorzunehmen. Der Nährstoff-Referenzwert gibt Aufschluss darüber, wie viel Energie, Zucker, Fett, gesättigte Fettsäuren und Natrium oder Salz in einem Produkt enthalten sind und setzt diesen Anteil in Relation zur durchschnittlich benötigten Tageszufuhr.

Die Kategorisierung von Nahrungsmitteln auf der Basis ihres Nährstoffgehalts beziehungsweise die Unterscheidung von guten und bösen Produkten in Form eines Ampelsystems fördert das Wissen der Konsumentinnen und Konsumenten nicht. Ein Ampelsystem führt lediglich zur Stigmatisierung einzelner Produkte ohne wissenschaftliche Grundlage. Mehr noch: Sie lenkt von den sachlich-faktischen Nährwertinformationen der Produkte ab. Grenzwerte wiederum, die für die Einteilung von Lebensmitteln in Kategorien nötig sind, führen dazu, dass fast identische Produkte mit unterschiedlichen Verkaufshinweisen versehen werden – eine Täuschung der Kunden ist die Folge. Nur eine überzeugte und motivierte Produktauswahl fördert den Wissensstand und damit ein gesundes Ernährungsverhalten. Statt flächendeckend Produkte mit roten Ampeln in den Giftschränk zu stellen, sollte der unverhältnismässige Konsum durch einen kleinen Teil der Gesellschaft gezielt angegangen werden.²⁰

Kunden müssen informiert, aber nicht gesteuert werden

Ist der Kunde gut informiert und kann frei wählen, trifft er richtige Entscheidungen. Das Ernährungspanel Schweiz 2012 der Eidgenössischen Technischen Hochschule ETH bestätigt dies indirekt mit seinen Ergebnissen: Es kommt zum Schluss, dass das ernährungsbezogene Gesundheitsbewusstsein bei autonom motivierten Personen am stärksten ausgeprägt ist. Zwischen dem Gesundheitsbewusstsein und externer Motivation konnte kein Zusammenhang nachgewiesen werden.

Weder Werbeverbote...

Bereits in jungen Jahren wird meist der Grundstein für einen aktiven Lebensstil und ausgewogene Ernährung gelegt. Aus diesem Grunde sind beispielsweise Initiativen im Bereich der Ernährungsbildung zu begrüßen. Immer wieder stehen aber auch restriktive Forderungen wie Werbeverbote im Lebensmittelbereich zur Diskussion. Aus freiheitlicher Sicht setzen solche Massnahmen am falschen Punkt an. Die Verantwortung im Umgang mit Lebensmitteln liegt bei den Konsumenten – und im Falle von Kindern bei den Erziehungsberechtigten. Im Falle von Werbung, die sich an Kinder richtet, nimmt Artikel 18 des Kodexes der International Chamber of Commerce die Produzenten in die Pflicht. Diese ICC-Regeln werden von der Schweizerischen Lauterkeitskommission angewendet.

... noch Steuern lösen das Problem...

Zur Bekämpfung von Adipositas in der Schweiz sind Konsumsteuern auf zucker- und fetthaltige Produkte ein schlechter Weg. Eine neue Steuer fördert weder einen aktiven Lebensstil, noch reduziert sie den übermässigen Konsum einiger weniger Konsumenten. Stattdessen belastet sie das Budget von Familien mit tieferen Einkommen überdurchschnittlich und gefährdet – durch vermehrte Auslandseinkäufe – Arbeitsplätze in der Schweiz. Zwischen 7 und 8% der Schweizer Bevölkerung sind von Adipositas betroffen. Diese Zahl ist seit etwa zehn Jahren konstant. Bei der Einführung einer Verbrauchssteuer würden folglich 92% der Bevölkerung für Güter des täglichen Bedarfs höhere Preise bezahlen, ohne dass damit dem betroffenen Teil der Gesellschaft geholfen wäre.

... Dänemark beweist es

In Dänemark wurde 2011 eine Verbrauchssteuer auf Produkte mit gesättigten Fettsäuren eingeführt, die beispielsweise Butter um 30% verteuerte. Der Verkauf von Produkten wie Butter, Speiseöl und Margarine ging im Jahresvergleich um 10 bis 20% zurück, hingegen nahmen die Grenzeinkäufe zu – gemäss einer Studie kaufen 48% der Dänen im Ausland ein.²¹ Die neue Steuer veränderte das Konsumverhalten kaum, verlängerte die Einkaufswege und kostete der dänischen Lebensmittelbranche zahlreiche Arbeitsplätze. 70% der Dänen bewerteten im Oktober 2012 in einer Zeitungsumfrage den Nutzen der Steuer als schlecht oder sehr schlecht. 2013 zog die dänische Politik die Notbremse: Sie schaffte die Steuer wieder ab und verfügte, dass die Steuer auf zuckerhaltige Getränke per 1. Januar 2014 ebenfalls aufgehoben wird.

Gezielte Prävention statt unwirksame Besteuerung

Das Beispiel Dänemark führt es deutlich vor Augen: Wirtschaft und Konsumenten gehören zu den Verlierern von Konsumsteuern. Frankreich hat aus angeblich gesundheitspolitischen Überlegungen am 1. Januar 2012 eine Steuer von knapp neun Franken pro Hektoliter zuckerhaltige und mit Süsstoff versetzte Erfrischungsgetränke eingeführt. Pro halben Liter macht dies 4,5 Rappen, die der Konsument mehr bezahlen muss. Solche Preiserhöhungen sind der falsche Hebel, um eine Verhaltensänderung zu bewirken. Das belegen verschiedene ökonomische Studien.²² Naheliegender ist, dass eine solche Steuer der Verminderung des Budgetdefizits dient. Zudem erhöht sie den bürokratischen Aufwand in der Wirtschaft und für den Staat. Auch wenn die Einnahmen zweckgebunden für soziale und gesundheitspräventive Massnahmen vorgesehen sind, bleibt ungewiss, ob die Mittel tatsächlich da ankommen, wo sie am nötigsten gebraucht werden.

Die Erfrischungsgetränkproduzenten handeln:

- **Transparent:** Wir informieren unsere Kunden transparent, freiwillig und anschaulich über die Nährwerte und Inhaltsstoffe unserer Produkte. Durch eine grosse Angebotsvielfalt und einfache Vergleichsmöglichkeiten garantieren wir, dass jeder Konsument in den Genuss des für ihn passenden Produkts kommt.
- **Verantwortungsvoll:** Wir verzichten bewusst auf Werbung, die sich direkt an Kinder unter zwölf Jahren richtet. Das Bundesamt für Gesundheit schätzt unser freiwilliges Engagement und hat die Mitglieder des Swiss Pledge zu Partnern von actionsanté ernannt.
- **Lösungsorientiert:** Konsumsteuern leisten keinen Beitrag zur Bekämpfung von Adipositas. Stattdessen belasten sie einkommensschwache Familien überdurchschnittlich, fördern den Einkaufstourismus und schaden dem Wirtschaftsstandort Schweiz. Einen Pranger für einzelne Lebensmittel in Form von diskriminierenden und willkürlichen Steuern lehnen wir ab.
- **Aktiv:** Eine aktive und bewusste Lebensweise wird durch die Vielfalt der Produkte und durch zahlreiche Aktivitäten der Erfrischungsgetränkproduzenten für mehr Bewegung und Sport gefördert. Dazu zählen beispielsweise praktische Informationen für einen aktiven Lebensstil oder vielfältige Engagements im Breitensport (Stadtläufe, Grümpelturniere, Skiplausch u.v.m.).

Impressum und Literatur

- ¹ Für die Schweiz gibt es keine vergleichbaren Daten. Aufgrund der kulturellen Nähe ist zu vermuten, dass ein ähnliches Verhalten in der Schweiz vorliegt. Das vom Bundesamt für Gesundheit geplante Projekt «MenuCH» wird die Datenlage für die Schweiz transparenter machen.
- ² Ess-Trends im Fokus «Ernährungsalltag mit Kindern». Eine Initiative von Coop mit fachlicher Unterstützung der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung. Basel. 2010. S. 15 ff.
- ³ Analyse der Studie Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC) unter den Aspekten von Ernährung und Bewegung. Sekundäranalyse im Auftrag des Bundesamts für Gesundheit. Zürich. 2012. S. 22.
- ⁴ State-of-the-Art-Bericht. «Fast Food und Gesundheit: Wie wirkt sich der regelmässige Konsum von Schnellgerichten auf die Gesundheit aus?» Schweizerische Gesellschaft für Ernährung. Auftraggeber der Studie: Coop und Schweizerische Gesellschaft für Ernährung mit Daten von GastroSuisse. Bern. 2005. S. 23.
- ⁵ Trinken ist Lebensfreude. Broschüre der Schweizerischen Gesellschaft für Sportmedizin. Die Publikation wurde dank finanzieller Unterstützung von Coca-Cola Schweiz ermöglicht, die Autoren waren und sind jedoch frei in ihrer Meinungsbildung und -äusserung. Bern. 2013. S. 1 ff.
- ⁶ Süssgetränke versus Wasser. Grundlagen zum Süssgetränke- und Wasserkonsum. Herausgegeben von Gesundheitsförderung Schweiz. Bern. 2011. S. 9.
- ⁷ S. 10 ebenda.
- ⁸ «Richtig Trinken» – Informationsbroschüre der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. Berlin. 2011. S. 4 ff.
- ⁹ Kohlenhydrate in der Ernährung (Kohlenhydratbericht). Stellungnahme und Empfehlungen der Eidgenössischen Ernährungskommission (EEK). Herausgegeben vom Bundesamt für Gesundheit (BAG): Bern. 2009. S. 12.
- ¹⁰ Schweizerische Gesundheitsbefragung 2012. Übersicht. EDI, BFS. 2013.
- ¹¹ Overweight and obesity in Switzerland Part 2: Overweight and obesity trends in children. Prepared for the Bundesamt für Gesundheit (BAG). Basel. 2009. S. III.
- ¹² Murer Stefanie B., Saarsalu Siret, Zimmermann Michael B., Aeberli Isabelle (2013): Pediatric adiposity stabilized in Switzerland between 1999 and 2012. In: European Journal of Nutrition, 2013.
- ¹³ Association between sweet drink intake and adiposity in Danish children participating in a long-term intervention study. 2013. Jesen et al. In: International Association for the Study of Obesity. Pediatric Obesity 8. Page 259–270.
- ¹⁴ Analyse der Studie Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC) unter den Aspekten von Ernährung und Bewegung. Sekundäranalyse im Auftrag des Bundesamts für Gesundheit. Zürich. 2012. S. 71.
- ¹⁵ Die gesunde Lebensmittelwahl. Was wissen wir über den Konsumenten und die Konsumentin in der Schweiz? Schweizerische Gesellschaft für Ernährung (SGE). Bern. 2012. S. 23.
- ¹⁶ Gesundheit und Gesundheitsverhalten in der Schweiz 2007. Bundesamt für Statistik. Neuenburg. 2010. S. 34.
- ¹⁷ Sport Schweiz 2008 – Das Sportverhalten der Schweizer Bevölkerung. Bundesamt für Sport (BASPO). Magglingen. 2008. S. 8.
- ¹⁸ Ebenda S. 13.
- ¹⁹ NZZ, 22.9.2013, S. 11.
- ²⁰ Gesundes Körpergewicht. Ergebnisse des Ernährungspanels Schweiz 2012. Hartmann, Eidgenössische Technische Hochschule (ETH) Zürich, Institut für Umweltentscheidungen (IED). Zürich. S. 6 f.
- ²¹ The Economist. <http://www.economist.com/news/europe/21566664-danish-government-rescinds-its-unwieldy-fat-tax-fat-chance>
- ²² Journal of Public Health Policy. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3730238/#bib14>. Abgerufen am 29.9.2013.