

Eine „Süßgetränkeabgabe“ ist kein sinnvolles Instrument der Gesundheitspolitik

Informationen zur wafg

Die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg) ist die Interessenvertretung der Erfrischungsgetränkeindustrie.

Mitglieder sind neben international aufgestellten Herstellern vor allem mittelständische und regionale Mineralwasserbrunnen, Hersteller von Fruchtsaftgetränken sowie Unternehmen der Vorstufen.

Der Verband blickt auf eine über 135-jährige Tradition, wobei er sich als Dienstleister und starker Partner für die Unternehmen der Branche engagiert.

Schwerpunkte sind die Themen Verbraucherpolitik, Lebensmittelrecht, Ernährung, Wirtschaft und Umwelt.

Berlin, 10. August 2021 – Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) fordert aktuell eine Abgabe auf den Konsum zuckergesüßter Getränke. Die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke (wafg) hat wiederholt darauf hingewiesen, dass eine solch einseitige und verengte Diskussion keinen zielführenden Beitrag leistet, um die eigentlichen gesundheitspolitischen bzw. gesellschaftlichen Fragen sinnvoll angehen zu können.

Dabei stellen sich die Verbraucherschützer auf den Standpunkt, die Zuckerreduktion schreite in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern – insbesondere Großbritannien – zu langsam voran. Außen vor bleibt in der medialen Begleitkommunikation jedoch unter anderem der Hinweis, dass in Großbritannien Süßstoffe als ein wichtiger Teil der Kalorienreduktion in die dortige Abgabe nicht einbezogen sind.

Daher möchte der vzbv nicht nur zuckerhaltige, sondern auch (kalorienfreie und -reduzierte) Süßgetränke über die gleichzeitig erhobene Abgabe auf Süßstoffe in diese Maßnahme einbeziehen, die faktisch wie eine Verbrauchssteuer wirkt. Diese solle „proportional zum Zuckergehalt der Getränke“ ansteigen und „zudem auch Süßstoffe umfassen“. Das erklärte Ziel des vzbv ist danach, „das geschmackliche Süßlevel (...) der Produkte zu senken“. Letztlich geht es somit um Geschmackssteuerung.

Überraschend ist aber, dass sich der vzbv unabhängig von der Komplexität der angesprochenen Fragen somit nicht nur für eine Verteuerung und Konsumlenkung einsetzt, sondern eindeutig das Ziel einer umfassenden Geschmackssteuerung in den Vordergrund stellt. Dies ist bereits deshalb nicht nachvollziehbar, da die Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland bei Alkoholfreien Getränken eine breite Vielfalt im Angebot finden – gerade in der Kategorie Süßgetränke auch von kalorienfreien und -reduzierten Alternativen.

Enttäuschend ist zudem, dass der vzbv die Anstrengungen der Branche, die im Rahmen der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie geleistet werden, offenbar ignoriert. Die Fakten zeigen: In Deutschland gibt es zumindest bei Erfrischungsgetränken einen nachhaltigen und erfolgreichen Trend, der die Ziele der Zuckerreduktion aus der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie bestätigt. Dies zeigen nicht nur die Erhebungen des Max Rubner-Instituts (MRI) zum Produktmonitoring, sondern auch die Marktdaten des Statistischen Bundesamtes (siehe weiterführend zur Marktentwicklung insbesondere www.wafg.de.de/pkv_2020). Unzutreffend ist insofern die Einschätzung des vzbv, wonach Selbstverpflichtungen nicht wirksam seien – unabhängig davon,

Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e.V.
Monbijouplatz 11
10178 Berlin
Telefon +49 (0)30/259258-0
Telefax +49 (0)30/259258-20
mail@wafg.de
www.wafg.de

ob die vereinbarten Ziele den Wunschvorstellungen des vzbv entsprechen.

Noch stärker irritiert, dass der vzbv ignoriert, dass Süßgetränke nur für einen (geringen) Anteil der gesamten Kalorien- bzw. Zuckeraufnahme stehen. Bisher gibt es keinen Beleg, wonach von Seiten der organisierten Verbraucherschaft präferierte diskriminierende Steuern oder Abgaben auf die Kategorie tatsächlich zu einer nachhaltigen und ursächlichen Verbesserung der gesundheitlichen Situation in der Bevölkerung führen.

Weitere Informationen zur wafg sind abrufbar über www.wafg.de.

Ansprechpartner:

Dr. Detlef Groß, Hauptgeschäftsführer

Martin Delius, Leiter Public Affairs