



Bundesministerin
Julia Klöckner

15

Prozent Kalorienreduktion bei Erfrischungsgetränke im Zeitraum von 2015 bis 2025 strebt die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke (wafg) als signifikanten und ambitionierten Beitrag der Branche zur Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie der Bundesregierung an.

Branche leistet Beitrag

Die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie der Bundesregierung soll Zucker, Fette und Salz in Fertiglebensmitteln reduzieren. Die wafg unterstützt die Strategie mit einem konkreten Branchenbeitrag.

>> **Bundesministerin Julia Klöckner** hat im Dezember 2018 die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie vorgestellt. Nunmehr kam erstmals das Begleitgremium zur Strategie zusammen, die sich auf die Reduktion der Gehalte von Zucker, Fetten und Salz in Fertigprodukten ausrichtet. Das Gremium soll die Umsetzung der Strategie begleiten und ist breit aufgestellt – unter anderem mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Wissenschaft, dem Gesundheitswesen, der Verbraucherschaft und der Lebensmittelwirtschaft. Im Rahmen der Auftaktsitzung hat die Wirtschaftsvereinigung Alkohol-

freie Getränke (wafg) den Branchenbeitrag für Erfrischungsgetränke konkretisiert. Mit dem Konzept strebt die wafg für die Produktkategorie „Zuckerhaltige Erfrischungsgetränke“ einen nachhaltigen, nachprüfbar und signifikanten Beitrag zur Nationalen Strategie an. Ambitionierte Zielsetzung bei Erfrischungsgetränken ist eine marktgewichtete Kalorienreduktion von 15 Prozent bezogen auf das gesamte Portfolio im Zeitraum 2015 bis 2025. Um eine derartige Kalorienreduktion zu erreichen, setzen teilnehmende wafg-Mitgliedsunternehmen auf ein Konzept mit verschiedenen Ele-

Zielsetzung

Eckpunkte zum wafg-Branchenbeitrag:

- Kalorienreduktion um 15 Prozent
- Umsetzung 2015 bis 2025
- Über 90 Prozent Beteiligung (bezogen auf die in der wafg organisierte Absatzmenge)

menten (Toolbox). Die Beiträge der einzelnen Unternehmen sind dabei – mit Blick auf die zum Teil signifikant unterschiedlichen Voraussetzungen – so vielfältig wie die Branche selbst. Zu den Elementen zählen etwa der weitere Ausbau des Angebotes an zuckerreduzierten beziehungsweise zuckerfreien Produkten sowie Produktinnovationen und die Reformulierung bestehender Rezepturen. Auch ein Ausbau des Angebots kleinerer Packungsgrößen für den Einzelverzehr beziehungsweise die verstärkte Werbung für Getränke ohne oder mit weniger Kalorien sind mögliche Bausteine. Jedes Un-

ternehmen entscheidet für sich, welche Instrumente es anwendet.

Dabei liegt auf der Hand, dass selbst eine politisch gewünschte Zielsetzung einen funktionierenden Wettbewerb natürlich nicht nachteilig beeinträchtigen darf. Dies ist bereits aus kartellrechtlichen Gründen zwingend; entsprechende Vorgaben sind im vorliegenden Branchen-Konzept daher berücksichtigt. An dem über unsere Vereinigung eingebrachten Branchenbeitrag beteiligen sich alle großen Mitgliedsunternehmen. Diese stehen für einen Marktanteil von mehr als 90 Prozent des gesamten Absatzes von Erfrischungsgetränken der in der wafg organisierten Hersteller. Die wafg repräsentiert als Branchenverband bei Erfrischungsgetränken einen Marktanteil von über 60 Prozent. Damit sprechen wir als Branchenverband zunächst für die maßgeblichen Hersteller bzw. Anbieter der Kategorie in Deutschland, darüber hinaus stehen wir zum Konzept in konstruktiven Gesprächen mit weiteren relevanten Verbänden in Handel und Industrie.

Die praktischen Herausforderungen für die Umsetzung sind nicht zu un-



terschätzen. Denn Erfrischungsgetränk ist nicht gleich Erfrischungsgetränk – so gibt es etwa an Limonaden andere (Geschmacks-) Erwartungen als an Schorlen oder an aromatisierte Wässer. Ein zentraler Punkt ist auch die Akzeptanz von Süßstoffen, die wiederholt aufgrund umfassender wissenschaftlicher Bewertungen im Rahmen der rechtlichen Vorgaben als unbedenklich bewertet wurden. Ebenso notwen-

Das wafg-Konzept mit Zielen und Maßnahmen ist abrufbar unter www.wafg.de/branchenbeitrag-kalorienreduktion.

dig ist die Anpassung der rechtlichen Vorgaben – etwa mit Blick auf die Leitsätze („leichte Schorle“, „leichte Limonade“) und die Prüfung, wie zukünftig eine Kalorienreduktion noch besser ausgelobt werden kann. Manche der kleineren Unternehmen verfügen in vielen Fällen (noch) nicht über die gleichen Voraussetzungen wie größere Marktakteure – etwa mit Blick auf die Entwicklung von Innovationen oder die Anpassung von Rezepturen. Jedoch wird die entsprechende Entwicklung der Kategorie am Markt mittel- und langfristig übergreifend einen positiven Beitrag zur Nationalen Strategie initiieren.

Schon heute finden Verbraucherinnen und Verbraucher bei Erfrischungsgetränken ein breit gefächertes Angebot mit geschmacklicher Vielfalt auch bei zahlreichen kalorienfreien, kalorienarmen und kalorienreduzierten Varianten. Das Angebot von (Mineral-)Wässern ist die mit deutlichem Abstand stärkste Kategorie bei alkoholfreien Getränken und wird von vielen Unternehmen aktiv ausgebaut. Auch über den Erfolg des Branchenbeitrags entscheiden am Ende die Konsumenten. Denn ohne die Akzeptanz neuer Produkte und Rezepturen bei Verbraucherinnen und Verbrauchern wird dessen Umsetzung nicht gelingen. Dabei ist sicher: Verbraucherinnen und Verbraucher können weiter darauf setzen, dass ihnen eine große Sortimentsvielfalt selbst die Entscheidung überlässt, zu welchen Produkten sie am Regal greifen.

Ambitionierte Aufgabe

15 Prozent Kalorienreduktion im Zeitraum 2015 bis 2025 – wir sind überzeugt, dieser Beitrag der Branche ist ambitioniert. Unabhängig davon,



dass einzelne Akteure mehr erwarten. Hier gilt: Fordern kann man vieles und nahezu alles. Insbesondere dann, wenn andere das praktisch umsetzen sollen. Für den Umsetzungserfolg ist jedoch die Verbraucherakzeptanz entscheidend. Im Markt brauchen gewünschte Veränderungen

daher Zeit. Dies verdeutlicht etwa Finnland mit dem Erfolg bei der Salzreduktion. Zudem wollen wir die Vielfalt der Kategorie im Regal und der Gastronomie nicht beschneiden. Verbraucherinnen und Verbraucher sollen weiterhin nach persönlichen Vorlieben und

Erwartungen aus einem breiten Angebot wählen. Dabei bietet das AfG-Sortiment bereits unzählige kalorienfreie und kalorienarme beziehungsweise reduzierte Alternativen. Dies sollen innovative Konzepte und Produkte fortführen.

Detlef Groß,
Hauptgeschäftsführer wafg

Kontakt

Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e.V.
(wafg)

Telefon: + 49 (0) 30/259258-0,
E-Mail: mail@wafg.de,
Internet: www.wafg.de