

## „Ja“ zum offenen Dialog, „nein“ zum Markenpranger

Produkte können sich heute im harten Wettbewerb letztlich nur dann am Markt behaupten und dauerhaft erfolgreich sein, wenn sie von den Verbraucherinnen und Verbrauchern geschätzt werden und auch kritischen Fragen standhalten. Dazu gehört auch, den Verbraucherinnen und Verbrauchern erklären zu können, warum eine bestimmte Verpackung und Präsentation des Produkts gewählt wurde.

Daher liegt den Herstellern die Akzeptanz ihrer Produkte bei ihren Kundinnen und Kunden natürlich besonders am Herzen. Viele Unternehmen pflegen gerade deshalb den besonderen Dialog mit ihren Kunden – und erhalten hierzu vielfältiges Feedback zum einen über Service-Hotlines bzw. den Verbraucherdialog via E-Mail, zum anderen aber auch vor allem jeden Tag über die Kaufentscheidung an den Regalen des Handels.

Aktuell wird angesichts der anstehenden Verlängerung der öffentlichen Förderung wieder intensiv über das Verbraucherportal [www.lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de) diskutiert. Die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg) hat einige Vorgänge an der Schnittstelle zum Portal in den vergangenen Monaten konstruktiv begleitet, indem sie Expertise zu branchenbezogenen Fragen eingebracht hat. Zu begrüßen ist grundsätzlich, dass dieses Portal im Informationsteil den Versuch unternimmt, die nicht immer eingängigen Vorgaben des Lebensmittelrechts in verständlicher und anschaulicher Weise zu vermitteln.

Nicht akzeptabel ist jedoch, wenn im produktbezogenen Teil einzelne Marken aus einem breiten Warensortiment – bewusst oder unbewusst – willkürlich unter der Überschrift „Getäuscht?“ herausgegriffen werden, obwohl sie sich vollständig in Übereinstimmung mit den lebensmittelrechtlichen Vorgaben befinden. Diese Vorgehensweise ist weder ein Beitrag zur Verbraucheraufklärung noch zur strukturierten Diskussion über eine bessere Lebensmittelkennzeichnung. Vielmehr ist dieses Vorgehen vor allem eine Wettbewerbsverzerrung – die im Übrigen auch nicht im Interesse der Verbraucher liegt. Dies gilt in besonderer Weise, wenn ein solches Produkt im Supermarkt im Regal neben einer ganzen Reihe vergleichbar aufgemachter Konkurrenzartikel steht.

Die wafg setzt darauf, dass diese erkannte Schwachstelle in der zukünftigen Struktur des Portals in einer für alle Akteure fairen Weise abgestellt wird. Die Alternative für solche Fälle steht bereit: Allgemeine Fragen können über so genannte „Dummies“ (also markenneutrale Einstellungen) stellvertretend für eine Produktkategorie speziell verdeutlicht werden. Dies fördert Dialog statt Konfrontation – und führt am Ende vielleicht sogar dazu, dass zukünftig ergebnisorientierter diskutiert wird.



Dr. Detlef Groß  
Hauptgeschäftsführer  
der Wirtschaftsvereinigung  
Alkoholfreie Getränke e.V.  
(wafg)

### Bundesrat fordert verpflichtende Umweltverträglichkeitsprüfung für Fracking

Derzeit machen sich die Bundesländer, allen voran Nordrhein-Westfalen, für ein Verbot der Erdgasgewinnung mit Chemikalien (Fracking) stark. In einem entsprechenden Entschließungsantrag des Bundesrats soll sich dieser gegen den Einsatz umwelttoxischer Substanzen bei Fracking aussprechen, solange die Risiken auch für das Trinkwasser bzw. Quellen noch nicht endgültig geklärt sind. Der Bundesrat hat nunmehr eine verpflichtende Umweltverträglichkeitsprüfung gefordert. Bisher fehlt es an einer solchen bundesweiten Vorgabe.

Auf der EU-Ebene zeichnet sich derzeit eine Regelung ab, die Fracking grundsätzlich befürwortet, aber an Umweltauflagen knüpfen wird. So hat das EU-Parlament im November 2012 einen „stabilen“ Rechtsrahmen gefordert, der sich jedoch zugleich mit den ökologischen Bedenken gegen den Einsatz der umstrittenen Fördertechnik auseinandersetzen soll. Ein Entwurf wird noch für dieses Jahr erwartet, aktuell läuft zu den Chancen und Risiken von Fracking eine Online-Konsultation.

In den USA wird die Technologie bereits stark genutzt, allerdings gestalten sich dort die Verhältnisse einfacher: Dort liegen derzeit genutzte Schiefergasvorkommen vor allem außerhalb der Bevölkerungszentren, in Europa sind diese deutlich näher an den Ballungszentren. Aus Sicht der wafg ist es daher unverzichtbar, dass gerade Quellen- und Grundwassereinzugsgebiete effektiv gegen potenzielle Risiken geschützt werden, die Kritiker mit dem Einsatz der neuen Technologie verbinden.

### Deutschland auf Platz 2 des EU-Verbraucherbarometers

Die EU-Kommission hat im Dezember zum achten Mal ihr „Verbraucherbarometer“ veröffentlicht. Mit diesem Instrument werden halbjährlich die Bedin-

#### Kontakt:

Wirtschaftsvereinigung  
Alkoholfreie Getränke e.V.  
Telefon: +49 (0) 30/25 92 58-0  
E-Mail: [mail@wafg.de](mailto:mail@wafg.de)  
Internet: [www.wafg.de](http://www.wafg.de)

gungen für Verbraucher in einzelnen Märkten untersucht. Die aktuellen Ergebnisse stützen sich vor allem auf repräsentative Bürgerbefragungen in den Mitgliedstaaten. Nach dem aktuellen Bericht der EU-Kommission haben sich die Bedingungen für Verbraucher in Deutschland auf allen Märkten verbessert. Während Deutschland im Vorjahr noch Platz 4 belegte, liegt es in diesem Jahr bereits auf einem ausgezeichneten 2. Platz.

Besonders gut ist demnach die Lage in Deutschland für Lebensmittel, auch mit Blick auf alkoholfreie Getränke. Dies mag ein weiterer Beleg dafür sein, dass die präsente öffentliche Skandalisierung insbesondere durch einzelne Interessengruppen zu diesem Themenfeld nicht gerade auf belastbaren Fakten beruht.

Weiterführende Einzelheiten finden Sie bei Interesse über den Link [http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_research/editions/cms8\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/cms8_en.htm).

### **Zuckerkulör: EFSA bestätigt Unbedenklichkeit**

Die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) hat Ende 2012 im Rahmen eines üblichen Vorgangs die Datengrundlage für den möglichen Verzehr von Lebensmitteln mit Zuckerkulör aktualisiert. In ihrer Stellungnahme kommt die EFSA zu dem erfreulichen Ergebnis, dass die Verbraucherexposition dabei niedriger anzusetzen ist, als noch in der Bewertung aus dem Jahr 2011 zunächst angenommen.

Weder für den in Erfrischungsgetränken vor allem eingesetzten Zuckerkulör (E 150d) noch für die Gesamtaufnahme von Zuckerkulören kommt es demnach zu einer Überschreitung des so genannten ADI-Wertes (Acceptable Daily Intake). Damit bestätigt die EFSA im Ergebnis nochmals die im europäischen Recht getroffene Sicherheitsbewertung für Zuckerkulöre.

### **wafg weist übertriebene Medienberichte zu einer Studie über angebliche Verbindung von Softdrinks und Prostatakrebs zurück**

In Schweden wurde Ende November 2012 eine Studie über die Verbindung von Kohlenhydraten und Prostatakrebs vorgestellt, die auch im American Journal of Clinical Nutrition (AJCN) veröffentlicht wurde. Diese Studie setzt sich ins-

gesamt mit einer Vielzahl von Lebensmitteln auseinander, die ihrerseits typischerweise reich an Kohlenhydraten sind.

Allerdings wurde in einigen Medien unzutreffend ein spezifischer Bezug zu Softdrinks hergestellt. Ausführlich hat die wafg in einer Position damit verbundene Fehlschlüsse zurückgewiesen. Die Autoren der Studie hatten selbst darauf hingewiesen, dass ihre Ergeb-

nisse aufgrund der vielfältigen Faktoren bei der Entstehung von Prostatakrebs mit Vorsicht zu interpretieren sind.

Einzelheiten finden Sie bei Interesse unter [http://www.wafg.de/pdf/wafg/wafg-Position\\_Medienberichte\\_zu\\_einer-schwedischen\\_Studie\\_ueber\\_die\\_Verbindung\\_von\\_Kohlenhydraten\\_und\\_Prostatakrebs\\_ziehen\\_uebertriebene\\_Schlussfolgerungen.pdf](http://www.wafg.de/pdf/wafg/wafg-Position_Medienberichte_zu_einer-schwedischen_Studie_ueber_die_Verbindung_von_Kohlenhydraten_und_Prostatakrebs_ziehen_uebertriebene_Schlussfolgerungen.pdf)

### **Erfrischungsgetränke: Stabiler Konsum in 2012**

Mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von 121,6 Litern für das Jahr 2012 zeigt sich der Konsum an Erfrischungsgetränken sehr stabil. Erfrischungsgetränke, auch kalorienfreie bzw. -reduzierte Alternativen, liegen damit bei den Verbrauchern weiterhin im Trend.

Dies zeigen die aktuellen Daten der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg) zum Pro-Kopf-Verbrauch für 2012. Im Durchschnitt genoss damit jeder Bundesbürger 121,6 Liter Erfrischungsgetränke. Dies ist ein leichtes Plus von anderthalb Litern (+ 1,2 Prozent) gegenüber dem Vorjahr (120,1 Liter).

Insbesondere Klassiker wie Cola-Getränke und Limonaden stehen dabei in der Beliebtheitsskala der Verbraucher klar vorne. Weiterhin im positiven Trend der vergangenen Jahre liegen die kalorienfreien bzw. -reduzierten Light-Varianten. Wie bereits im Vorjahr zeigen zudem aromatisierte Wasser einen deutlichen Wachstumstrend.

wafg-Präsident Patrick Kammerer weist auf die Stärke der Branche hin: „Konsumenten wünschen sich Abwechslung und Vielfalt. Gerade bei Erfrischungsgetränken erfüllen die Hersteller diesen Wunsch mit einem breiten Angebot. Dies stärkt die Beliebtheit der Kategorie bei den Verbrauchern.“

Unabhängige Untersuchungen bestätigen diese Innovationskraft der Branche. Erstmals eingeführte Erfrischungsgetränke mit Süßungskonzepten auf Basis von Stevia sind hierfür ein aktuelles Beispiel. Im Jahr 2012 stand zudem die in bestimmten Regionen altbekannte „Fassbrause“ als Trendsetter im Fokus.

„Erfrischungsgetränke gibt es inzwischen für den individuellen Genuss in jeder Lebenslage. Dies gilt auch und gerade für kalorienreduzierte bzw. kalorienfreie Produkte“, bewertet Kammerer diese Vielfalt. Der wafg-Präsident weist darauf hin, dass gerade bei Erfrischungsgetränken schon heute eine umfassende Nährwertkennzeichnung den Verbraucherinnen und Verbrauchern eine bewusste Entscheidung ermöglicht.

Über das Konzept der portionsbezogenen Nährwertkennzeichnung (bei Erfrischungsgetränken liegt die Portionsgröße im Regelfall bei 250 ml) unter Bezugnahme auf den Richtwert für die empfohlene tägliche Zufuhr der elementaren Nährstoffe werden insofern alle wesentlichen Informationen in der Produktkennzeichnung vermittelt. Diese Informationen ergänzen weiterhin die zukünftig verpflichtende gesetzliche Nährwertinformation und gehen über diese hinaus. Kammerer kündigt an: „Wir werden an dieser Kennzeichnung festhalten, die dem Konsumenten schon heute eine schnelle Orientierung, etwa zum Zuckergehalt eines Getränks, ermöglicht.“

Ergänzendes Datenmaterial zur AfG-Marktentwicklung 2012 und weiterführende Informationen zur wafg sind abrufbar über [www.wafg.de](http://www.wafg.de).