

## Klares „Ja“ zu Produktinnovation, Angebotsvielfalt und sinnvoller Reformulierung

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) plant eine nationale „Reduktionsstrategie“ für Fette, Zucker und Salz in Fertigprodukten. Neben Herstellern (zuckergesüßter) Erfrischungsgetränke sollen die Produzenten von Brot und Brötchen, Frühstückscerealien, Joghurt und Quarkzubereitungen sowie Tiefkühl-Pizzen sich branchenbezogen und freiwillig verpflichten, entsprechende Nährstoffgehalte in Richtung bestimmter Zielwerte zu reduzieren (vgl. Kasten rechts).

Ausgangspunkt war der Auftrag des Deutschen Bundestages vom Juni 2015 an die Bundesregierung, gemeinsam mit Lebensmittelwirtschaft und Lebensmittelhandel eine entsprechende nationale Strategie zu erarbeiten. So war es für viele Akteure überraschend, mit welchen konkreten Inhalten nun unmittelbar vor Ende der Legislaturperiode der Vorschlag vom BMEL erstmalig zur kurzfristigen Stellungnahme an die Wirtschaft übermittelt wurde. Zumal bereits zuvor die Abstimmung mit anderen Ministerien eingeleitet wurde. Zur Entwicklung einer tragfähigen und umsetzbaren Strategie hätte man den konkreten Dialog mit Wirtschaft und Unternehmen erwartet.

Erfrischungsgetränke sind traditionell alkoholfreie Getränke mit Geschmack, bei denen der Süßung (und ganz überwiegend gerade dem süßen Geschmack) eine prägende Rolle zukommt – bei klassischen Varianten regelmäßig durch die Zutat Zucker. Dies ist Verbraucherinnen und Verbrauchern ebenso wie bei anderen (im Entwurf aber bereits per se ausgenommenen) Produktgruppen sehr wohl bewusst.

Zur Rechtfertigung konkret benannt werden „vulnerable Bevölkerungsgruppen, die mit verhaltenspräventiven Maßnahmen nicht oder nur schlecht erreicht werden, wie z.B. die einkommensschwache Bevölkerungsschicht“. Natürlich müssen auch für diese Bevölkerungsgruppen im Kontext „Übergewicht im Kindes- und Jugendalter“ sachgerechte gesellschaftliche Antworten gefunden werden. Es bedarf aber einer offenen fachlichen, politischen und gesellschaftlichen Debatte, ob die spezifische Betroffenheit einzelner Bevölkerungsteile rechtfertigt, die angebotene Produktauswahl für alle Verbraucher durchgängig beschneiden zu wollen (und zu dürfen). Sehr wohl stellt sich die Frage, warum diese Gruppen durch das Bildungssystem oder öffentliche Informationen nicht erreicht werden – und wie man diesen als Problem (übrigens auch bei anderen Herausforderungen) erkannten Befund als solchen verändern kann.

Bei (zucker-)gesüßten Getränken haben die Unternehmen bereits in den vergangenen Jahren zahlreiche Maßnahmen ergriffen. Neben der Einführung innovativer Produkte (mit weniger bzw. ohne Kalorien) ist die Anpassung bestehender Rezepturen an sich ändernde Verbraucherwünsche gelebte Praxis. Dies betrifft gerade auch die Etablierung neuer Süßungskonzepte mit geringerem Energiegehalt. Die Überarbeitung von Rezepturen (also eine „Reformulierung“ im engeren Sinne) bedarf aber stets der Prüfung auf Umsetzbarkeit und Verbraucherakzeptanz. Die auf EU-Ebene von maßgeblichen Unternehmen getroffenen Vereinbarungen (UNESDA-Commitments) gelten auch für den deutschen Markt. Dort setzt man aber auf einen breiten Mix unterschiedlicher Maßnahmen. Wir werden uns weiter dafür einsetzen, dass (staatlich motivierte) Maßnahmen zudem wettbewerbsneutral sein müssen und die Entscheidung über Veränderungen der Rezeptur auch zukünftig den einzelnen Unternehmen obliegt.



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

### „Verbrauchsverfallsdatum“: Diskussion geht weiter

Offenbar erarbeitet derzeit das Max Rubner-Institut (MRI) einen Vorschlag für eine mögliche Definition zu einem „Verbrauchsverfallsdatum“ im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Dies zeigt eine Antwort der Bundesregierung auf eine Kleine Anfrage von Bündnis 90/Die Grünen.

Dabei sollen unter anderem das potentielle Verbraucherverständnis und die Verbrauchererwartung bezüglich einer solchen zusätzlichen Angabe neben den bestehenden Vorgaben zur Deklaration des Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) bzw. des Verbrauchsdatums geprüft werden.

Mit den von Minister Christian Schmidt selbst verfolgten Überlegungen zu einem Verbrauchsverfallsdatum sollen Verbraucherinnen und Verbraucher „einen Korridor zwischen Mindesthaltbarkeitsdatum und dem tatsächlichen Verfall eines Produktes erkennen können“. Ob ein solches Konzept praxistauglich ist, bedarf sicher ebenso der näheren Prüfung.

Dies gilt auch für die Zielsetzung, eine „bessere“ Verbraucherinformation in der Praxis zu erzielen. Insofern mag man sich durchaus auch weiter die Frage stellen, ob nicht die bessere Aufklärung über die tatsächlich mit einer MHD-Angabe bzw. einem Verbrauchsdatum verbundenen Aussagen eine zielführendere Alternative wäre. Zudem wäre es sicher sinnvoll, hier europäisch einheitliche Konzepte zu gestalten.

Das Projekt bezieht sich auf (nicht weiter benannte) ausgewählte Lebensmittelgruppen. Darüber hinaus ist das MRI mit einer umfassenden Metastudie beauftragt, die den internationalen Forschungsstand zur Frage darstellen soll, ob weitere Lebensmittel von der MHD-Kennzeichnungspflicht ausgenommen werden können.

### UBA-Bericht zur Verpackungsentwicklung 2015

Aus dem vom Umweltbundesamt (UBA) veröffentlichten Bericht „Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen für die Jahre 2014 und 2015 – Bericht 2015“ geht hervor, dass 2015 in Deutschland 45,5 Prozent

der konsumierten Getränke in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkverpackungen (MöVE-Verpackungen) abgefüllt wurden (2014: 46,1 %). Der Anteil von Mehrweg sank um 0,8 Prozent auf 44,3 Prozent; der Marktanteil ökologisch vorteilhafter Getränkeverpackungen stieg leicht auf 1,2 Prozent (2014: 1,1 %). Grundlage ist eine Erhebung der GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung.

### Ressourcenschutz für Wasser

Das Umweltbundesamt (UBA) hat auf die zunehmende Notwendigkeit teurer Aufbereitungsmethoden zur Beseitigung von Nitrat-Einträgen hingewiesen, sollten entsprechende Einträge nicht bald gesenkt werden.

Dies ergibt die aktuelle UBA-Studie „Quantifizierung der landwirtschaftlich verursachten Kosten zur Sicherung der Trinkwasserbereitstellung“. Diese schätzt, dass die Trinkwasserkosten um 55 bis 76 Cent pro Kubikmeter steigen – entsprechend einer Preissteigerung von 32 bis 45 Prozent.

Das UBA stellt fest, dass schon derzeit über 27 Prozent der Grundwasserkörper den Nitrat-Grenzwert von 50 mg/l überschreiten und spricht sich für „eine konsequente Umsetzung der Düngeverordnung und verstärkte Kontrollen in den betroffenen Regionen“ aus. Die Bundesregierung hatte bereits Ende Mai im Bericht „Stickstoffeintrag in die Biosphäre“ zur Reduzierung von Nitrat-Einträgen in das Grundwasser insbesondere auf die Novellierung der Düngeverordnung verwiesen.

### NRW verzichtet auf Hygiene-Ampel

Die neu gebildete Landesregierung in Nordrhein-Westfalen hat im Koalitionsvertrag angekündigt, die Hygiene-Ampel wieder abzuschaffen. Hierzu heißt es: „Die sogenannte ‚Hygiene-Ampel‘ wird abgeschafft, weil sie nur eine Scheintransparenz erzeugt und unsere Bäcker, Fleischer und Gastwirte gleichzeitig mit unverhältnismäßigen bürokratischen Lasten belegt.“

Stattdessen soll eine Regelung geschaffen werden, „die eine übersichtliche und eindeutige Verbraucherinformation zu Hygiene und Lebensmittelsicherheit gewährleistet und Betrieben auf freiwilliger Basis die Möglichkeit bietet, die Kontrollergebnisse darzustellen“.

### Nationale Reduktionsstrategie: Inhaltliche Diskussion notwendig

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat Ende Mai 2017 einen Entwurf für eine „Nationale Strategie für die Reduktion von Zucker, Fetten und Salz in Fertigprodukten“ vorgelegt. Hintergrund ist ein Beschluss des Deutschen Bundestages aus dem Juni 2015. Dieser enthielt bereits seinerzeit den klaren Auftrag an das Ministerium, gemeinsam mit der Lebensmittelwirtschaft und dem Lebensmittelhandel ein Konzept zu erarbeiten. Dieses sollte dann auf freiwilliger Basis umgesetzt werden.

Im nun vorgelegten Entwurf wird die Produktkategorie Erfrischungsgetränke in besonderer Weise angesprochen. Die wafg hat daher im Rahmen der schriftlich eingeräumten Möglichkeit zur kurzfristigen Stellungnahme diese Vorlage ausführlich kommentiert. Dabei hat die wafg für die Branche vor allem folgende drei zentrale Kritikpunkte adressiert:

- Besonders kritisch und nicht durch den Auftrag des Deutschen Bundestages gedeckt sieht die wafg den Ansatz, dass unabhängig von einer Reduktion des Zuckergehalts auch die geschmackliche Süße der Produkte infrage gestellt wird. Parallel werden auch Süßstoffe – und damit ein wichtiges Instrument aus dem potenziellen Baukasten einer Reformulierung – kritisch adressiert. Klar ist: Eine damit angesprochene Geschmackserziehung bzw. -lenkung der Verbraucherinnen und Verbraucher lehnt die wafg mit allem Nachdruck ab.
- Es irritiert ebenso, dass das Ministerium offenkundig davon ausgeht, dass sich alle Produkte in der Kategorie an „best in class“-Alternativen orientieren sollen. Fakt ist: Gerade in der Kategorie Erfrischungsgetränke gibt es eine sehr breite Angebotspalette von zucker- und kalorienfreien sowie reduzierten Alternativen neben den „klassischen“ Rezepturen. Ein „Reformulierungs-Rasenmäher“, der in der Zielsetzung sämtliche Rezepturen in eine bestimmte Richtung lenken möchte, kann daher aus vielen Gründen nicht zielführend sein.
- Auch die durch das Ministerium vorgenommene Auswahl einzelner Produktgruppen ist zumindest diskussionswürdig. Bei Erfrischungsgetränken fand – anders als bei den weiteren Kategorien – keine vorherige Erhebung durch das Max Rubner-Institut (MRI) statt. Zudem wird an anderer Stelle deutlich, dass das BMEL eigentlich solche Produktgruppen aus den Überlegungen ausklammert, die klar als zuckerhaltig erkennbar seien. Warum dieser Ansatz nicht konsequent angewendet wurde, bleibt offen.

Natürlich ist es schon heute für die Unternehmen der Branche gelebte und etablierte Praxis, bestehende Rezepturen (auch mit Blick auf den Kaloriengehalt) an sich ändernde Verbraucherwünsche anzupassen bzw. hier durch innovative Produkte die bestehende Auswahl zu erweitern. Unsere ausführliche Bewertung finden Sie im wafg-Positionspapier „Ja zu Produktinnovation, sinnvoller Reformulierung und Angebotsvielfalt, nein zu Reformulierungs-Rasenmäher und Geschmacksdiktat“ unter [www.wafg.de/uploads/tx\\_mrpositionen/wafg-Position\\_Nationale\\_Reduktionsstrategie.pdf](http://www.wafg.de/uploads/tx_mrpositionen/wafg-Position_Nationale_Reduktionsstrategie.pdf).

### 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)