

Bundesministerium für
Ernährung und Landwirtschaft
Frau Ministerin Julia Klöckner

11055 Berlin

Albrechtstraße 9
10117 Berlin
Tel 030 / 3 11 69 37-0
Fax 030 / 3 11 69 37-20
E-Mail: info@ddg.info
www.ddg.info

5. Dezember 2018

Stellungnahme der DDG zum Entwurf der Nationalen Reduktionsstrategie

Sehr geehrte Frau Ministerin,

vielen Dank für die Übersendung des Entwurfes für die „Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten“. Die Deutsche Diabetes Gesellschaft DDG möchte dazu wie folgt Stellung nehmen:

Die DDG erkennt in der Strategie das deutliche Bemühen der Politik, das Produktangebot in Richtung verbesserte Nährwertzusammensetzung zu verändern. Wir unterstützen insbesondere das angekündigte engmaschige Monitoring, die Möglichkeit zur Nachsteuerung sowie die Ankündigung bei „fehlender Bereitschaft zur Zusammenarbeit regulatorische Maßnahmen zu prüfen“. Wie beim Runden Tisch erläutert, sind wir skeptisch, ob die Industrie die Reduktion allein auf freiwilliger Basis umsetzt. Daher gehen wir davon aus, dass „Möglichkeiten zur Nachsteuerung“ die Chancen der Umsetzung erhöhen, aber diesbezügliche Kriterien mit den Wirtschaftsverbänden auch verbindlich vereinbart werden.

Sehr begrüßenswert ist auch die Betonung verhältnispräventiver Maßnahmen und die Feststellung, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen bisher mit verhaltenspräventiven Maßnahmen nicht oder schlecht erreicht werden.

An einigen, für Übergewicht besonders relevanten Punkten, vermissen wir allerdings in der Strategie deutliche Aussagen und Vorgaben von Seiten des Ministeriums. Hier sind aus unserer Sicht Ergänzungen notwendig:

S. 19, Kinderprodukte und Kindermarketing:

Das Ziel, dass Produkte mit Kinderoptik keine ungünstigere Nährstoffzusammensetzung aufweisen sollen als solche, die sich nicht speziell an Kinder wenden, werten wir nicht als einen großen Fortschritt gegenüber dem Status Quo. Bereits heute gibt es in fast allen Produktgruppen ähnlich ungesunde Produkte auch für Erwachsene – aus diesem Passus ergibt sich also für die Industrie keinerlei

Handlungsdruck. Wir erwarten, dass die Strategie an diesem Punkt für einen stärkeren Schutz dieser besonders vulnerablen Gruppe sorgt. Der entsprechende Passus sollte daher umformuliert werden: **Produkte mit Kinderoptik müssen eine günstigere Nährstoffzusammensetzung aufweisen** als solche, die sich nicht speziell an Kinder wenden. Am sinnvollsten wäre es aber „Kinderoptik“ ganz zu streichen, da es keine Ernährungsprodukte gibt, die für Kinder „besonders geeignet“ sind. Darauf wurde auch während des Runden Tisches mehrmals hingewiesen.

Das Thema Werbung an Kinder sprechen Sie in dem Dokument an (S. 11 und 20), allerdings bleibt unklar, welche Maßnahmen geplant sind. Selbstverpflichtungen der Industrie oder Verweise auf den Werberat reichen hier aus unserer Sicht überhaupt nicht aus, auch darüber wurde beim Runden Tisch gesprochen. Welche Maßnahmen planen Sie von Seiten des BMEL und der Bundesregierung, um der Aufforderung der EU nachzukommen und binnen 21 Monaten „dafür Sorge zu tragen, dass an Kinder gerichtete Werbung für Lebensmittel mit hohen Gehalten an Zucker, Fetten und Salz eingeschränkt wird“? Wir empfehlen, die Reduktionsstrategie an diesem Punkt wie folgt zu ergänzen: „Die Bundesregierung wird entsprechende gesetzliche Regelungen erlassen, um an Kinder und Jugendliche gerichtete Werbung für Lebensmittel mit hohen Gehalten an Zucker, Fetten und Salz zu unterbinden.“

Seite 20, Zuckerreduktion bei Softdrinks:

Das Ziel einer „deutlich zweistelligen Zuckerreduktion“ bis 2025 ist hier aus unserer Sicht zu unkonkret formuliert und zu langfristig gesteckt. Das Beispiel Großbritannien hat gezeigt, dass bei zuckergesüßten alkoholfreien Erfrischungsgetränken eine Reduktion um 50 % innerhalb relativ kurzer Zeit von der Industrie ohne größere Probleme zu realisieren ist. Wir halten daher auch für Deutschland eine **Zuckerreduktion von mindestens 50 % bei Softdrinks** für notwendig. Angesichts der Tatsache, dass Softdrinks als zusätzliche Kalorienträger einen großen Einfluss bei der Entstehung von Übergewicht haben, appellieren wir dringend an Sie, hier bei den konkreten Vereinbarungen mit der Industrie diese Zielmarke zu erreichen.

Als ungünstig werten wir die Aussage „Zucker gibt dem Körper Energie.“ Diese übernimmt eine Argumentation der Industrie und suggeriert dem Verbraucher, dass der Konsum von Zucker in einem gewissen Maße lebensnotwendig sei, was aus wissenschaftlicher Sicht klar zu verneinen ist. Wir regen daher an, **diesen missverständlichen Satz aus dem Dokument zu streichen.**

Seite 21, gesunde Produktgruppen:

Hier wird leider gar kein konkretes Reduktionsziel angegeben. Ebenso wird nicht erwähnt, dass die Mehrzahl der Frühstückscerealien deutlich zu viel Zucker enthält (mehr als 25 Gramm pro 100 Gramm). Beides wird dem Ausmaß des Problems aus unserer Sicht nicht gerecht. Für diese überzuckerten Produkte ist eine deutliche Reduktion des zugesetzten Zuckers (außer aus Milch, Früchten und Nüssen) notwendig.

Seite 27, zeitliche Planung:

Wir begrüßen, dass bereits im Herbst 2019 eine Überprüfung stattfinden soll, ob die Hersteller die Maßnahmen umsetzen. Offen bleibt allerdings, zu welchem Zeitpunkt regulatorische Maßnahmen ergriffen werden, falls sich die freiwillige Vereinbarung als wirkungslos erweist, siehe bereits unser Hinweis weiter oben. Vor dem Hintergrund der alarmierenden Daten darf damit nicht bis 2025 gewartet werden. **Sollte sich bis Ende 2020 abzeichnen, dass die Reduktion nicht oder nur unzureichend umgesetzt wird, sind verbindlichere Regelungen notwendig.**

Da der uns übersandte Entwurf der Reduktionsstrategie bereits in der Presse veröffentlicht wurde und verschiedene Akteure dazu Stellung genommen haben, erlauben wir uns, diese Stellungnahme ebenfalls parallel zu veröffentlichen.

Mit vorzüglicher Hochachtung



Prof. Dr. med. Dirk Müller-Wieland
Präsident



Barbara Bitzer
Geschäftsführerin

Diabetes erforschen und verhindern, behandeln und heilen.

Vorstand 2017/2018:

Prof. Dr. Dirk Müller-Wieland (Präsident), Prof. Dr. Baptist Gallwitz (Past Präsident), Prof. Dr. Monika Kellerer (Vizepräsidentin), Dr. Matthias Kaltheuner, Prof. Dr. Ralf Lobmann, Prof. Dr. Andreas Neu (Schatzmeister), Dr. Hans-Martin Reuter, Prof. Dr. Michael Roden (Tagungspräsident 2019), Prof. Dr. Annette Schürmann, Prof. Dr. Jochen Seufert (Tagungspräsident 2018)

Geschäftsführerin: Barbara Bitzer

Vereinsregister: AG Berlin Charlottenburg VR 30808 B, Finanzamt: Berlin für Körperschaften I St.-Nr.: 27/640/59125
Commerzbank AG, IBAN: DE97 1004 0000 0311 6969 00 | National-Bank AG, IBAN: DE39 3602 0030 0006 4647 77