

Statement des Süßstoff-Verbandes zur Ernährungsstrategie

Kalorienreduzierung oder Geschmacksdiktat? Die Ernährungsstrategie der Bundesregierung lässt viele Fragen offen

Die Ernährungsstrategie des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) umfasst rund 90 geplante und bestehende ernährungspolitische Maßnahmen. Hierzu gehören neben Einschränkungen der an Kinder gerichteten Werbung auch neue, strengere Reduktionsziele für Fett, Zucker und Salz in Lebensmitteln und Getränken. Sowohl Werbeverbote als auch staatlich festgelegte Reduktionsziele sollen zu Veränderungen der Lebensmittelrezepturen und des bestehenden Lebensmittelangebots führen. Die Verwendung von kalorienfreien Süßstoffen soll bei den politisch gewünschten Reformulierungen jedoch nicht erlaubt sein. „Süßstoffe sind der wichtigste und nachweislich wirkungsvollste Baustein bei der Reformulierung zuckerhaltiger Produkte“, erklärt Isabelle Begger, Vorsitzende des Süßstoff-Verbandes. „Es ist nicht nachvollziehbar, warum die kalorienfreie Süße ausgeschlossen wird.“

Köln, den 25. Januar 2024 | Das geplante Werbeverbot nutzt ein strenges Nährwertprofil, um Lebensmittel zu identifizieren, die nicht mehr beworben werden dürfen. Die vorgesehenen Nährwertangaben setzen so enge Grenzen, dass rund 70 Prozent der Lebensmittel auf dem Markt, die unter Einhaltung aller gesetzlichen Vorgaben hergestellt und vertrieben werden, unter das Werbeverbot fallen würden. Auch die Verwendung von kalorienfreien Süßstoffen wird im aktuellen Gesetzesentwurf ausgeschlossen.

„Das Werbeverbot für Süßstoff-gesüßte Lebensmittel und Getränke wäre kontraproduktiv“, fasst Isabelle Begger zusammen. „Süßstoffe sind ein nützliches, erprobtes und bewährtes Hilfsmittel für die Zucker- und Kalorienreduktion. Sie liefern keine Kalorien und wirken sich nicht negativ auf den Insulin- und Blutzuckerspiegel aus. Ein weiterer Vorteil: Süßstoffe sind nicht kariogen, verursachen also keine Karies. Sollen neue, kalorienreduzierte Produkte von der Politik gewünscht werden, müssen sie beworben werden dürfen, damit sie eine Chance auf dem Markt haben.“

Neue Reduktionsziele – Praxischeck nicht erwünscht

Für die Entwicklung neuer Reduktionsziele für Fett, Zucker und Salz in Lebensmitteln wurden im Herbst 2023 unter der Leitung des Max Rubner-Instituts Experten-Workshops einberufen. Jedoch nur wenige Expertinnen und Experten

der Lebensmittelwirtschaft durften an den Workshops teilnehmen. Die Praktiker*innen werden auch bei der finalen Abstimmung der neuen Reduktionsziele nicht eingebunden. Dieser Input aus der Praxis, der sowohl Lebensmitteltechnologie als auch Konsumgewohnheiten im Blick hat, ist aber notwendig, denn er entscheidet über den nachhaltigen Erfolg von Rezepturveränderungen auf dem Markt.

„Auch bei den Reduktionszielen ist zu befürchten, dass Süßstoffe als Reformulierungsoption gestrichen werden“, erklärt Begger vom Süßstoff-Verband. „Statt Kalorien soll der süße Geschmack reduziert werden. Ob diese staatlich verordneten Rezepturen den Verbraucherinnen und Verbrauchern schmecken werden, ist fraglich. Eines ist jedoch sicher: Die Maßnahmen des BMEL werden die Vielfalt des Lebensmittelangebots in Deutschland einschränken.“

Mehr Informationen über die Kampagne „Geschmäcker sind verschieden“ finden Sie hier: www.geschmaecker-sind-verschieden.de

Über den Süßstoff-Verband

Der Süßstoff-Verband e.V. wurde 1970 mit dem Ziel gegründet, „die Forschung auf dem Gebiet der Süßstoffe und die Verbreitung (Veröffentlichung) der Forschungsergebnisse sowie die Information der Öffentlichkeit zu fördern“ (§ 3 der Verbandssatzung). Der Verband setzt sich für eine ausgewogene und faktenbasierte Berichterstattung zum Thema „Süße“ in den Medien ein. Auch im politischen Raum vertritt er die Interessen von süßstoffherstellenden und -verwendenden Unternehmen mit Sitz in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Pressekontakt:

Süßstoff-Verband e.V. (Deutschland)

Anja Roth

Tel.: 02203 – 20 89 45

roth@suessstoff-verband.de

www.suessstoff-verband.info

Agenturkontakt:

rheinland relations GmbH

Carlotta Wehrmann

Tel.: 0228 – 299 753 22

wehrmann@rr-pr.com