

STELLUNGNAHME

Neustädtische Kirchstraße 7A
10117 Berlin

www.vgms.de | info@vgms.de
T 030 212 33 69-0 | F 030 212 33 69-99

Präsidium:
Gustav Deiters, Dr. Stefan Geiser,
Michael Gutting, Karl-Rainer Rubin

Geschäftsführung:
Dr. Peter Haarbeck

AG Charlottenburg VR 35572 B
Steuernummer: 27/620/59290

Commerzbank, BIC: COBADEFFXXX
IBAN: DE68 1004 0000 0302 4411 00

Berlin, 25. Juni 2020

Viel heiße Luft: „Süß, süßer, Frühstück“ – die Cerealienstudie des AOK-Bundesverbandes vom April 2020 verzichtet auf Wissenschaftlichkeit

Im April 2020 hat der AOK-Bundesverband die Studie „Süß, süßer, Frühstück – die AOK-Cerealienstudie“ veröffentlicht. Inhalt der Studie ist eine Darstellung der Zuckergehalte von etwa 1.400 untersuchten Produkten sowie dem Kaufverhalten der Bevölkerung unter soziodemografischer Aspekten. Inhalt und Tonalität der Studie stoßen indes auf Befremden. Es ist bedauerlich, dass der AOK-Bundesverband als Körperschaft des öffentlichen Rechts mit der Veröffentlichung seiner „Studie“ wissenschaftliche Standards missachtet und nichts zu einer sachlichen Debatte beiträgt. Die Studie liefert keine objektive Darstellung der Bedeutung von Frühstückscerealien für die Ernährung der Bevölkerung, valide Verbrauchsdaten fehlen vollständig. Die Studie nennt lediglich allgemein gehaltene unsachliche Argumente ohne sie mit Fakten zu belegen. Aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse werden ignoriert. Zur Einordnung der Bedeutung von Frühstückscerealien für die Ernährung fehlen wichtige Vergleiche, etwa mit anderen typischen Frühstücksvarianten. Die Behauptung, Cerealien hätten einen erheblichen Anteil an der Zuckeraufnahme ist mit Blick auf die Absatzzahlen unhaltbar: Der Pro-Kopf-Verbrauch von Müslis liegt bei etwa 1,2 Kilogramm, der von traditionellen Cerealien bei etwa 1 Kilogramm pro Jahr. Daraus ergibt sich eine tägliche Zuckeraufnahme durch Cerealien und Müslis von rund 1,2 Gramm oder von einem Drittel Zuckerwürfel. Es wird deutlich, dass sich selbst für Bevölkerungsgruppen mit einem deutlich höheren Cerealien-Verbrauch keine wirklich bedeutende Zuckeraufnahme errechnen lässt. Fazit: Der „AOK-Studie“ fehlt es an allem, was eine gute wissenschaftliche Arbeit ausmacht!

Hier unsere Kritik zu den Thesen der „AOK-Studie“ im Einzelnen:

These der AOK-Studie: Verbraucher haben keine Möglichkeit, sich ausreichend zu informieren

AOK-Studie, Seite 4: „Doch die Eigenverantwortung der Verbraucher stößt an Grenzen, wenn intransparente Kennzeichnung, irreführende Werbeversprechen und psychologisch ausgefeilte Marketingkonzepte dazu beitragen, dass eben doch vor allem stark zuckerhaltige Produkte im Einkaufswagen landen.“

Die Hersteller von Frühstückscerealien kennzeichnen nach den geltenden rechtlichen Regelungen der Lebensmittelinformationsverordnung. Nährstoffgehalte sind in der Nährwerttabelle pro 100 g und häufig zusätzlich pro Portion als prozentualer Anteil an der Referenzmenge angegeben. Vielfach werden Nährwertgehalte mit Bezug zur Referenzmenge auf der Verpackungsvorderseite wiederholt. Alle Zutaten erscheinen in der Zutatenliste.

Nährwertbezogene und gesundheitsbezogene Angaben sind nur möglich, wenn diese gemäß *Health-Claims-Verordnung* zugelassen sind und die Verwendungsbedingungen eingehalten werden.

- *Fazit: Konkrete Beispiele nennt die Studie nicht und lässt zugleich offen, wie sie zu ihren generellen Einschätzungen gekommen ist. Irreführende Aussagen sind gemäß Lebensmittelinformationsverordnung sowie Health-Claims-Verordnung unzulässig. Die Hersteller informieren über ihre Produkte im vorgegebenen rechtlichen Rahmen.*

These der AOK-Studie: Frühstückscerealien haben einen erheblichen Anteil an der Zuckeraufnahme der Verbraucher

AOK-Studie, Seite 5: „Tatsächlich aber konsumieren die Deutschen jeden Tag etwa 95 Gramm Zucker, also fast doppelt so viel, wie die WHO für Erwachsene empfiehlt – das sind durchschnittlich 34,8 Kilogramm Zucker pro Jahr. Und die Frühstückscerealien haben daran – vor allem in den Familien – einen erheblichen Anteil.“

Der auf der Grundlage von Marktdaten des Marktforschungsunternehmens IRI errechnete Pro-Kopf-Verbrauch von allen Produkten der Kategorie Frühstückscerealien (*traditionelle Cerealien* und *Müslis*) lag 2019 bei durchschnittlich 2,2 kg. Der Absatz von Frühstückscerealien in 2019 insgesamt betrug rund 178.800 t, darin enthalten sind Müslis mit rund 103.400 t sowie traditionelle Cerealien mit rund 75.400 t.

Bei einem durchschnittlichen Zuckergehalt von 20 g je 100 g Frühstückscerealien (Beispiel aus der AOK-Studie) nimmt jeder Verbraucher in Deutschland rund 440 g Zucker pro Jahr aus Frühstückscerealien auf. Auf einen Tag berechnet sind das im Durchschnitt 1,2 g Zucker oder ein Zuckerwürfel verteilt über drei Tage.

Produkte, die sich in ihrer Aufmachung an Kinder richten sind überwiegend *knusprige Getreideerzeugnisse*, die der Unterkategorie *traditionelle Cerealien* zuzuordnen sind. Bei einem Absatz von 75.400 t in 2019 lag der Pro-Kopf-Verbrauch von traditionellen Cerealien bei etwa 1 kg. Den in der Studie ermittelten durchschnittlichen Zuckergehalt von 27 g je 100 g für Produkte, die Kinder ansprechen, zugrunde gelegt, errechnet sich eine Zuckeraufnahme aus traditionellen Cerealien von 270 g pro Jahr oder 0,7 g pro Tag.

Die AOK-Studie vernachlässigt aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse über den Beitrag einzelner Produktgruppen zur Zuckeraufnahme. Aus der *Dortmund Nutritional and Anthropometric Longitudinally Designed Study (DONALD-Studie)* sind Ende 2019 die Ergebnisse einer Untersuchung zum Zuckerkonsum von 1.312 Kindern und Jugendlichen im Alter von 3 bis 18 Jahren veröffentlicht worden. Von 1985 bis 2016 wurde über so genannte *Drei-Tage-Wiegeprotokolle* unter anderem die Aufnahme an freiem und Gesamtzucker für die Studienteilnehmer erfasst.

Das Ergebnis zeigt, dass für Kinder und Jugendliche Frühstückscerealien keine relevante Quelle für die Aufnahme von Zucker sind: Im Median lag die Aufnahme an freien Zuckern aus Frühstückscerealien über den gesamten Zeitraum und in nahezu allen Altersgruppen bei null Prozent der Gesamtenergieaufnahme, das bedeutet, dass für die Hälfte der Studienteilnehmer Zucker aus Frühstückscerealien keine Rolle spielt!

Die für das 75. Perzentil ermittelte Zuckeraufnahme aus Frühstückscerealien lag – gemittelt über alle Altersgruppen – bei knapp einem Energieprozent. Mit dem Satz, „die Aufnahme von freien Zuckern aus süßen Broten und Kuchen sowie Frühstückscerealien war [...] in sämtlichen Altersgruppen zu allen Zeitpunkten insgesamt gering“, wird Projektleiterin Ute Alexy in einer Mitteilung der Universität Bonn zitiert.

- *Fazit: Die AOK-Studie lässt offen, wie hoch der tatsächliche Anteil der Frühstückscerealien an der Gesamtzuckeraufnahme ist, absolute Verzehr- oder Verbrauchszahlen nennt sie überhaupt nicht. Die pauschale Behauptung, Cerealien seien eine erhebliche Quelle für die Aufnahme freier Zucker basiert damit nicht auf der Grundlage valider Daten und ist nachweislich falsch.*

These der AOK-Studie: Verbraucher kaufen nur die süßen Produkte

AOK-Studie, Seite 4: „Verkaufsschlager wie etwa Kellogg's Smacks haben sogar einen Zuckergehalt von bis zu 43 Gramm je 100 Gramm.“

Die AOK-Studie nennt für mehrere Produktbeispiele nicht mehr aktuelle Zuckergehalte. *Nestlé Lion Cereals* werden bereits seit einiger Zeit tatsächlich mit einem Zuckergehalt von 25 g statt 26,4 g, *Nestlé Cini Minis* mit 25,0 g statt 25,4 g verkauft. Auch der Zuckergehalt von *Kellogg's Smacks* liegt schon länger bei 34 g Zucker und nicht – wie in der Studie behauptet – bei 43 g. Die Aussage, dass besonders die Verkaufsschlager zuckerreich sind, passt nicht mit den Aussagen an anderer Stelle zusammen. So tauchen zum Beispiel *Kellogg's Smacks* nicht in der Liste der TOP 10 Bestseller auf.

- *Fazit: Falsche Produktdaten zeichnen ein falsches Bild. Aussagen zur Marktbedeutung einzelner Produkte sind durch Studiendaten nicht belegt.*

These der AOK-Studie: Kindercerealien sind Zuckerbomben und überwiegend Familien mit Kindern kaufen die süßen Produkte

AOK-Studie, Seite 3: „Familien greifen sehr gerne zu Produkten, die sich durch Verpackungsgestaltung und Marketing gezielt an Kinder richten. Diese Kindercerealien sind aber besonders süß.“

AOK-Studie, Seite 5: „[...] Familien greifen im Vergleich zu Haushalten ohne Kinder bei den Frühstückscerealien überdurchschnittlich häufig zu.“

Die Zahlen zu den Kaufgewohnheiten (AOK-Studie, Seite 13) zeigen, dass Produkte mit einem hohen und sehr hohen Zuckergehalt (25-40 g) über nahezu alle Altersgruppen hinweg eine weniger bedeutende Rolle spielen. Etwa 50 Prozent der gekauften Produkte haben einen mittleren Zuckergehalt von 15-25 g. Etwa ein Viertel der gekauften Produkte liegt im unteren Bereich von 0-15 Prozent.

Nicht nur Kinder essen Produkte, die sich in ihrer Aufmachung an Kinder richten. Die Ergebnisse der AOK-Studie zeigt, dass in Familien mit Kindern

zu 39 Prozent Produkte gekauft werden, die an Kinder gerichtet sind. In Haushalten ohne Kinder sind es immerhin noch 20 Prozent.

- *Fazit: Selbst laut AOK-Studien kaufen Verbraucher überwiegend Produkte mit einem mittleren Zuckergehalt von 15-25 Prozent. Produkte mit Kinderoptik werden auch von Erwachsenen verzehrt.*

These der AOK-Studie: Die Hersteller verwenden billigen Zucker.

AOK-Studie, Seite 18: „Zucker wird in Frühstückscerealien, vor allem Kinder-cerealien, als billiger Baustoff zugesetzt. Bei den Produkten mit dem höchsten Zuckergehalt von 43 Gramm kostet der Zucker gerade einmal einen Cent.“

Neben der geschmacklichen Komponente hat Zucker eine Reihe weiterer Funktionen, die den Herstellungsprozess sowie die sensorischen, optischen oder alltagsrelevanten Produkteigenschaften wie Konsistenz, Textur, Mundgefühl, Aussehen und Haltbarkeit maßgeblich beeinflussen. Ausführliche Information dazu sind in der VGMS-Warenkunde Frühstückscerealien zu finden.

- *Fazit: Zucker in Frühstückscerealien spielt eine wichtige Rolle bei der Herstellung sowie für Produkteigenschaften und ist damit keineswegs ein „billiger Füllstoff“, der nur Süße in die Produkte bringt.*

Fazit: Die „AOK-Studie“ ist keine wissenschaftliche Arbeit, sondern Teil einer Kampagne gegen Frühstückscerealien

Mit der Kritik im Einzelnen sollte deutlich geworden sein, dass die in der AOK-Studie aufgestellten Thesen unzureichend recherchiert und gar nicht oder unzureichend belegt sind. Für die Bewertung der Bedeutung von Frühstückscerealien für die Zuckeraufnahme fehlen in der AOK-Studie wesentliche Punkte, die hier nur kurz angerissen werden: Zum einen verfälscht die ausschließliche Betrachtung des Zuckergehalts des Trockenproduktes das Ergebnis, denn Cerealien werden in der Regel mit Milch verzehrt. Zum anderen fehlen für die systematische Einordnung von Erkenntnissen zu Frühstückscerealien wichtige Vergleiche, etwa mit anderen Frühstücksvarianten. Die gesamte Tonalität der „AOK-Studie“ entspricht einer PR-Kampagne und ist einer Körperschaft des öffentlichen Rechts unwürdig. Dies enttäuscht umso mehr, als dass es beim Thema Ernährung und Adipositas-Bekämpfung um ein wichtiges gesellschaftliches Thema geht, an dem AOK-Bundesverband und VGMS am Runden Tisch zur Reduktionsstrategie von Bundesernährungsministerin Julia Klöckner gemeinsam arbeiten.

Für ein sachliches und klärendes Gespräch stehen die Hersteller von Frühstückscerealien im VGMS und die VGMS-Geschäftsstelle jederzeit gerne zur Verfügung!

Ansprechpartnerin:

Sandra Blackert
Wissenschaft & Ernährung

E sandra.blackert@vgms.de
T 030 2123369 39

Anlage:

- AOK-Bundesverband, April 2020: „Süß, süßer, Frühstück – die AOK-Cerealienstudie“

- Ines Perrar *et al.*: Time and Age Trends in Free Sugar Intake from Food Groups among Children and Adolescents between 1985 and 2016, *Nutrients* 2020
- Mitteilung der Universität Bonn zur DONALD-Studie vom 20. Dezember 2019
- VGMS-Warenkunde Frühstückscerealien