

Zuckerreduzierte und zuckerfreie Lebensmittel – die Sicht der Verbraucher

Welche Erwartungen haben Verbraucher bei zuckerreduzierten oder zuckerfreien Lebensmitteln? Und: Kennen sie ihre persönliche Energiebilanz? Das Marktforschungsinstitut Innofact hat dazu im Auftrag der Initiative „Schmeckt Richtig“ eine repräsentative Umfrage durchgeführt und 2.024 Verbraucherinnen und Verbraucher befragt.

Die Befragten

Gesamtzahl der Befragten: 2.024. Davon

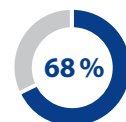
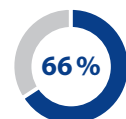
- Personen mit Body-Mass-Index (BMI) von 25 und mehr (übergewichtig oder adipös): 1.065
- Personen, die zuckerfreie oder zuckerreduzierte Produkte kaufen: 1.816
 - Davon Personen mit BMI von 25 und mehr: 972

Weniger Zucker gleich weniger Kalorien?

Zunächst wollten wir ganz allgemein wissen, ob Verbraucher glauben, dass Produkte, die weniger Zucker enthalten, auch kalorienärmer sind.

Die Ergebnisse:

- 66 Prozent – also rund zwei Drittel – der 2.024 Befragten sind überzeugt, dass Produkte, die weniger Zucker enthalten, kalorienärmer sind.
- 68 Prozent der 1.065 übergewichtigen und adipösen Befragten halten Produkte mit weniger Zucker für kalorienärmer.



Fazit

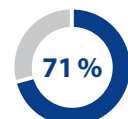
Die große Mehrheit der Verbraucher ist der Meinung, weniger Zucker bedeute weniger Kalorien. Dies ist jedoch bei festen Lebensmitteln meistens nicht der Fall. Denn wird der Zucker in einem Lebensmittel reduziert, muss eine andere Zutat an seine Stelle treten. Und die hat ebenfalls Kalorien. Weniger Zucker führt daher meist nicht zu weniger Kalorien.

Verbraucher werden zu falschen Schlüssen verleitet

Alle Befragten, die zuckerfreie oder zuckerreduzierte Produkte kaufen – also 1.816 Personen –, haben wir nach den Gründen für ihre Kaufentscheidung gefragt.

Die Ergebnisse:

- 71 Prozent greifen zu den zuckerreduzierten oder zuckerfreien Produkten, weil sie glauben, damit Kalorien zu sparen.
- 52 Prozent sind der Meinung, dass man von zuckerreduzierten und zuckerfreien Lebensmitteln guten Gewissens mehr essen kann und man davon nicht dick wird.
- 56 Prozent der 972 Befragten mit einem BMI von 25 und mehr glauben, dass sie von Produkten mit „weniger Zucker“ nicht dick werden.



Fazit

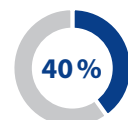
Die Kennzeichnung „weniger Zucker“ kann Verbraucher zu falschen Schlüssen verleiten. Weniger Zucker in Lebensmitteln führt nicht automatisch zu einer geringeren Kalorienaufnahme. Kann eine Zuckerreduktion sogar dazu führen, dass Verbraucher mehr Kalorien zu sich nehmen?

„Energiebilanz“ – nur wenige wissen, was damit gemeint ist

Bei der Prävention von Übergewicht ist die Energiebilanz entscheidend. Aber wissen Verbraucher überhaupt, was „Energiebilanz“ bedeutet? Wir haben nachgefragt.

Das Ergebnis:

- Nur 40 Prozent – also 4 von 10 Befragten – wissen, was unter dem Begriff „Energiebilanz“ zu verstehen ist.



Denkbar wäre, dass viele Verbraucher zwar den Fachbegriff nicht kennen, intuitiv aber sehr wohl auf ihre Energiebilanz achten, indem sie im Blick haben, wie viele Kalorien sie aufnehmen beziehungsweise verbrauchen.

Um das herauszufinden, haben wir gefragt: Achten Sie beim Essen bewusst auf den Kaloriengehalt von Lebensmitteln?

Die Ergebnisse:

- 58 Prozent und somit eine deutliche Mehrheit der Befragten achten nicht bewusst auf den Kaloriengehalt von Lebensmitteln.
- 56 Prozent der Befragten mit einem BMI von 25 und mehr haben den Kaloriengehalt von Lebensmitteln nicht im Blick.



Auffallend: Je höher die Bildung, desto eher achten Menschen auf den Kaloriengehalt.

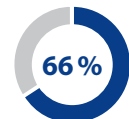
- Knapp 49 Prozent und damit immerhin knapp die Hälfte der Befragten mit Abitur schauen auf den Kaloriengehalt.
- Nur rund 36 Prozent der Personen mit Volks-/Hauptschulabschluss informieren sich über den Kaloriengehalt.



Soviel zur Kalorienaufnahme – wie sieht es beim Kalorienverbrauch aus? Wie gut sind die Menschen darüber informiert? Wir haben gefragt: Wissen Sie, wie hoch Ihr persönlicher Energiebedarf ist, den Sie über Ihre Ernährung pro Tag decken sollten?

Das Ergebnis:

- 66 Prozent aller Befragten wissen nicht, wie hoch ihr täglicher Energiebedarf ist. Lediglich ein Drittel konnte diese Frage mit „ja“ beantworten.



Fazit

Letztlich ist die Energiebilanz für das Gewicht entscheidend. Aber nur wenige wissen, was darunter zu verstehen ist. Außerdem achtet nicht einmal die Hälfte der Verbraucher beim Essen darauf, wie viele Kalorien Lebensmittel enthalten. Es fehlt offenbar ein Bewusstsein für die Kalorienaufnahme und die individuelle Energiebilanz. Verbraucherinformation und -sensibilisierung, die hier ansetzen, können im Kampf gegen Übergewicht zu vielversprechenden Ergebnissen führen.

Resümee

Die Mehrheit der Verbraucher hat falsche Erwartungen an zuckerreduzierte beziehungsweise zuckerfreie Lebensmittel. Viele glauben, „weniger Zucker“ heißt auch automatisch weniger Kalorien. Und sie meinen, guten Gewissens mehr essen zu können, ohne davon dick zu werden. Doch dies kann ein Trugschluss sein.

Weniger Zucker führt gerade in festen Lebensmitteln meist nicht zu weniger Kalorien. Die Reduktion von Zucker ist daher der falsche Weg, Übergewicht vorzubeugen oder zu bekämpfen. Sie führt nicht dazu, dass weniger Kalorien aufgenommen werden. Angesichts der vorliegenden Daten muss die Frage erlaubt sein: Kann weniger Zucker sogar zu einer erhöhten Kalorienaufnahme führen?

Deutlich vielversprechender für die Prävention von Übergewicht ist der Ansatz, den Verbraucher für die persönliche Energiebilanz zu sensibilisieren. Denn sie ist letztlich für das Körpergewicht entscheidend. Fakt ist: Derzeit ist das nur wenigen Verbrauchern bewusst. Die große Mehrheit achtet weder auf den Kaloriengehalt ihrer Lebensmittel noch auf ihren täglichen Energiebedarf.

Quellen

- Marktforschung: Online-Befragung der INNOFACT AG Research & Consulting im Auftrag von Wirtschaftliche Vereinigung Zucker e.V.
- Teilnehmer: 2.024 Personen; bevölkerungsrepräsentative Struktur nach Alter (14 bis 69 Jahre), Geschlecht und Bildung
- Befragungszeitraum: 14.12. bis 17.12.2015

Über die Initiative „Schmeckt Richtig!“

Zucker ist ein Naturprodukt und traditioneller Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung. Mit der Initiative „Schmeckt Richtig“ möchte die deutsche Zuckerwirtschaft zur sachlichen Auseinandersetzung mit dem Thema Zucker einladen. Weitere Informationen stehen auf www.schmecktrichtig.de bereit.

