



BDSI

Bundesverband der Deutschen
Süßwarenindustrie e.V.

Von Mythen zu Fakten

Klarheit
über
Süßwaren
und
Knabberartikel

Von Mythen zu Fakten

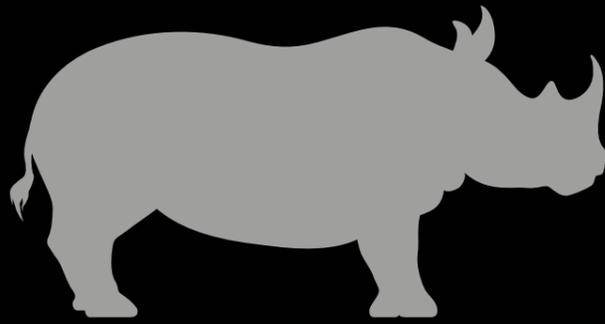
Klarheit
über
Süßwaren
und
Knabberartikel

Die Deutsche Süßwarenindustrie sieht sich in Bezug auf die Rolle ihrer Produkte in der Ernährung teils einer Vielzahl von unsachlichen Vorwürfen und falschen Tatsachenbehauptungen ausgesetzt. Mit dieser Broschüre „Von Mythen zu Fakten“ wollen wir auf der Basis von wissenschaftlichen Fakten und Studien zu mehr **Klarheit über Süßwaren und Knabberartikel** beitragen und den sachlichen Diskurs bereichern.

Wir laden Sie ein, liebe Leserinnen und Leser, sich auf die Gegenüberstellung von sachlichen Argumenten mit Fakten, Daten und Zahlen als Antwort auf gängige Mythen und Märchen einzulassen. Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen.

Ihr BDSI

Mythos



Süßwaren machen dick.

Fakt

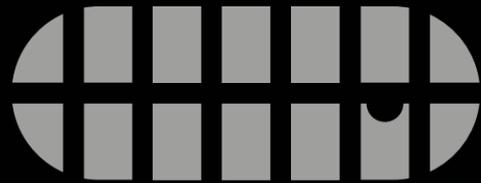


Das stimmt so nicht.

Unser gesamter, vor allem sitzender Lebensstil und vieles mehr tragen zur Entstehung von Übergewicht bei.

Unser Alltag findet immer unbewegter und inaktiver statt. Uns prägt ein vor allem sitzender Lebensstil, auch in der Freizeit. Weder die Ernährung allein noch eine einzelne Lebensmittelgruppe taugen als Verantwortliche für zu viele Kilos. In Ernährungsstudien ließ sich kein Zusammenhang zwischen dem Ernährungsmuster, Süßwarenkonsum und Körpergewicht zeigen.

Mythos



Süßigkeiten verursachen Karies.

Fakt



Vor allem eine gute Mundhygiene beugt Karies vor.

Heute sind 81 Prozent der 12-jährigen Kinder kariesfrei. Auch bei jüngeren Erwachsenen nimmt die Mundgesundheit deutlich zu. Das liegt daran, dass immer mehr Menschen ihre Zähne gut und mit fluoridhaltiger Zahnpasta pflegen.

Mythos



**Mit Zucker Gesüßtes verursacht
„Zuckerkrankheit“.**

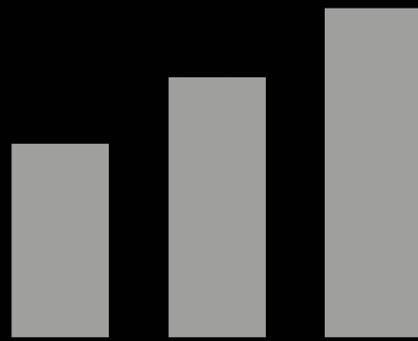
Fakt



**Diabetes („Zuckerkrankheit“) wird nicht durch
die Zuckeraufnahme ausgelöst.**

**Ein wichtiger Risikofaktor für die Entstehung von
Diabetes Typ 2 ist Übergewicht. Das entsteht, wenn
dauerhaft mehr Kalorien aufgenommen als verbraucht
werden. An der Kalorienzufuhr sind jedoch alle Lebens-
mittel beteiligt!**

Mythos



**Die Menschen
hierzulande essen immer
mehr Süßwaren.**

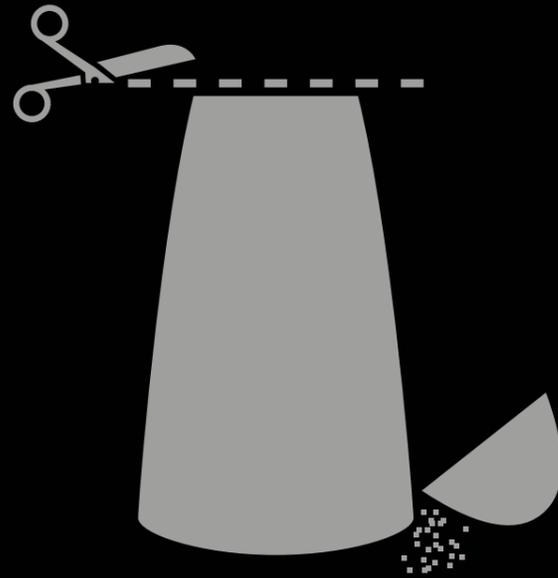
Fakt



**Stimmt nicht:
Der Süßwarenkonsum stagniert und Kinder
essen sogar immer weniger.**

Bei Kindern gibt es die genauesten Daten, denn hier haben das Robert Koch-Institut (RKI) in seiner KiGGS-Studie und die Universität Bonn in der DONALD-Studie Eltern und Kinder befragt. Laut RKI sind die konsumierten Süßwarenmengen von 2003 bis 2017 „erheblich gesunken“ – je nach Geschlecht und Altersgruppe zwischen 20 und 30 Prozent.

Mythos



Der Zuckergehalt in Süßwaren lässt sich einfach reduzieren.

Fakt



**Das stimmt so pauschal nicht.
Und: Zucker sorgt für viele Produkteigenschaften.**

**Wer schon einmal selbst Plätzchen gebacken hat, weiß:
Mit viel weniger Zucker als im Rezept angegeben werden sie oft weder schön goldgelb-braun noch richtig knusprig.
Viele Kuchen werden nicht so richtig „fluffig“ und Speiseeis z. B. nicht so cremig wie gewohnt. Und auch bei anderen Süßwaren ist die Reduktion herausfordernd.**

Mythos



**Der Zuckergehalt
von Produkten wird bewusst
verschleiert.**

Fakt



**Im Gegenteil:
Er ist in der Nährwerttabelle auf
jeder Packung nachzulesen.**

Wer wissen möchte, wie viel Zucker in einem Produkt enthalten ist, findet diese Angabe in der Nährwerttabelle: Hier steht unter „Kohlenhydraten“ immer auch „davon Zucker“. Die hier angegebene Menge pro 100 g bzw. 100 ml Lebensmittel umfasst sowohl alle natürlicherweise enthaltenen als auch alle zugesetzten Zucker.

Mythos



**Verbraucher
können Süßwaren nicht richtig
einschätzen.**

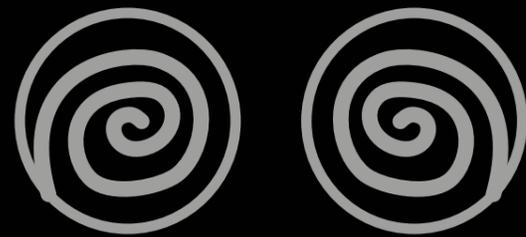
Fakt



**Umfrage zeigt:
Die große Mehrheit weiß sehr wohl um deren Stellenwert
in der Ernährung.**

**Rund 80 Prozent der Menschen hierzulande wissen,
dass es sich bei Süßwaren primär um genussbringende
Lebensmittel und nicht um Grundnahrungsmittel
handelt. Damit ist den allermeisten klar: Süßwaren
sind das „Genuss-i-Tüpfelchen“ in der Ernährung und
nicht etwa zum Sattessen da.**

Mythos



Süßwaren machen süchtig.

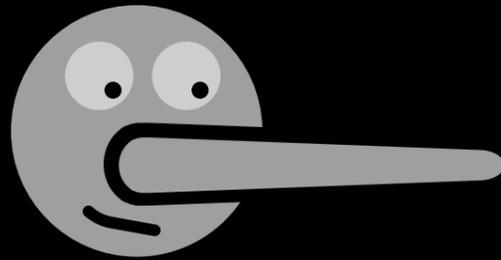
Fakt



Süßes trägt zu Genuss und Wohlfühl bei.

Bislang wurden – mit Ausnahme von Alkohol und Koffein – keine suchtauslösenden Substanzen in Lebensmitteln identifiziert. Es ließ sich auch nicht belegen, dass speziell Zucker und süße Lebensmittel beim Menschen eine Abhängigkeit auslösen können.

Mythos



**Eine zusätzliche Zuckersteuer
verringert Übergewicht.**

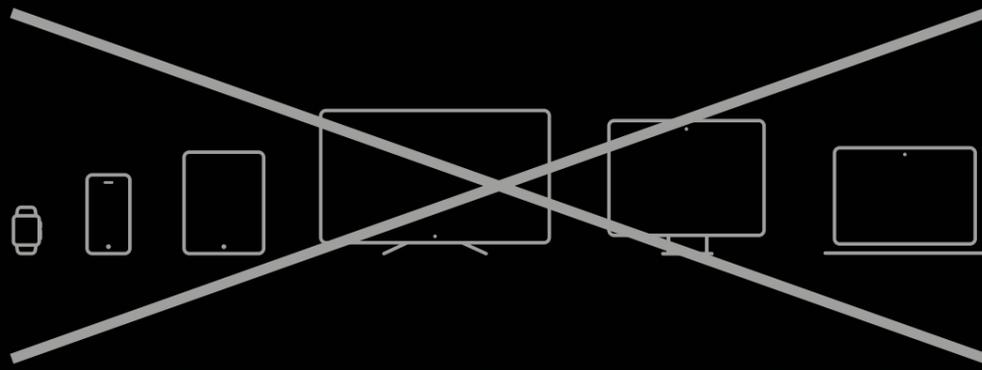
Fakt



**Das bringt dem Staat zwar Geld,
aber keine dünneren Bürgerinnen und Bürger.**

Großbritannien, Norwegen, Frankreich, Mexiko – es gibt einige Länder, in denen der Staat eine Steuer, z. B. auf zuckerhaltige Produkte, erhebt. Und auch wenn das teilweise schon seit vielen Jahren die Produkte teurer macht: Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler konnten bislang nicht ausreichend belegen, dass die Menschen dadurch insgesamt weniger Kalorien zu sich nehmen oder schlanker werden.

Mythos



Ein Werbeverbot für Süßwaren gegenüber Kindern verringert Übergewicht.

Fakt



Verbote machen nicht schlanker, sondern ein aktiver, gesunder Lebensstil.

Die pädagogische Forschung ist längst zu der Erkenntnis gelangt, dass der Lebensstil der Familie, des Freundeskreises und des weiteren Umfelds das (Ernährungs-)Verhalten von Kindern entscheidender prägt als Werbung. Ohne Werbung lebt es sich nicht per se gesünder. Das zeigen auch Erfahrungen aus dem Ausland wie z. B. in Großbritannien.

Mythos



Süßwaren machen dick.

Fakt



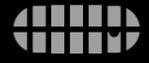
Das stimmt so nicht. Unser gesamter, vor allem sitzender Lebensstil und vieles mehr tragen zur Entstehung von Übergewicht bei.

Unser gesamter Lebensstil und vieles mehr tragen zur Entstehung von Übergewicht bei.

Seit vielen Jahren beschäftigt sich die Forschung in unterschiedlichsten Disziplinen mit der Frage, warum immer mehr Menschen übergewichtig sind. **Die Wissenschaftler eint: Der Entstehung von Übergewicht liegt ein komplexes Geflecht an Ursachen zugrunde. Die Rolle der Ernährung wird überschätzt. In Ernährungsstudien ließ sich etwa kein Zusammenhang zwischen dem Ernährungsmuster, Süßwarenkonsum und Körpergewicht zeigen.** Das heißt, von dem, was ein Mensch isst und trinkt, lässt sich im Allgemeinen nicht einfach

ablesen, ob er dünn oder dick ist. Und auch der Zuckerkonsum per se lässt die Fettpolster nicht anwachsen. Es ist sogar so, dass der Konsum von sogenannten freien Zuckern, Süßwaren und Süßgetränken gerade bei Kindern in Deutschland seit Jahren stagniert bzw. rückläufig ist. Die Übergewichtigen aber werden nicht weniger. Das mag für manchen erstaunlich klingen. Es wird verständlicher, wenn man den Blick über den Tellerrand lenkt. So spielt beispielsweise unser sitzender Lebensstil eine wichtige Rolle: Wir verbrauchen durch lange Sitzzeiten im Büro, in der Schule, im Auto, in Bus und Bahn, vor dem Fernseher und Computer viel weniger Kalorien als in Bewegung. Stress, schwierige Lebensumstände, Schlafmangel, Vererbung, diverse Erkrankungen und eingeschränkte Mobilität z. B. im Alter sind ebenfalls Faktoren, die sich auf die Entwicklung unseres Körpergewichts auswirken können. Wer da nur die Ernährung oder gar einzelne Zutaten als „Stellschrauben“ im Blick hat, wird dem komplexen Problem Übergewicht in keiner Weise gerecht.

Mythos



Süßwaren verursachen Karies.

Fakt



Vor allem eine gute Mundhygiene beugt Karies vor.

Vor allem gute Mundhygiene beugt Karies vor.

Das belegt die Deutsche Mundgesundheitsstudie (DMS), die einzige bundesweit repräsentative Studie zur Mundgesundheit, seit Jahren eindrucksvoll. In der aktuellen Studie bescheinigen Zahnärztinnen und -ärzte: **81 Prozent der 12-jährigen Kinder sind heute kariesfrei.** Diese Zahl hat sich in der Zeit von 1997 bis

2014 verdoppelt. Im internationalen Vergleich nehmen Kinder in Deutschland einen Spitzenplatz ein. Auch bei jüngeren Erwachsenen nahm die Mundgesundheit deutlich zu. **Das liegt daran, dass immer mehr Menschen ihre Zähne gut und mit fluoridhaltiger Zahnpasta pflegen.** An der Entstehung von Karies sind verschiedene Faktoren beteiligt, letztendlich aber werden aufgrund der Säurebildung durch Bakterien im Zahnbelag Mineralien aus dem Zahn herausgelöst. Dieser wird dadurch geschwächt und angreifbar. Bakterien bilden diese Säuren aus Zuckern und Stärke wie sie z. B. in Süßwaren, Brot, Nudeln und süßem Obst wie Bananen vorkommen. Je häufiger im Lauf des Tages etwas Zucker- und/oder Stärkehaltiges gegessen wird, desto häufiger kann ein Säureangriff auf die Zähne erfolgen. Aber: Wer seine Zähne regelmäßig und gut putzt, gibt Säuren und Karies keine Chance.

Mythos



Mit Zucker Gesüßtes verursacht „Zuckerkrankheit“.

Fakt



Diabetes („Zuckerkrankheit“) wird nicht durch die Zuckeraufnahme ausgelöst.

Die „Zuckerkrankheit“ wird nicht durch die Zuckeraufnahme ausgelöst.

Der irreführende Name „Zuckerkrankheit“ der heute als Diabetes bezeichneten Stoffwechselerkrankung rührt aus Zeiten, als die Krankheit bekannt war, man aber nichts über die Ursachen wusste und keine Therapie kannte. Ärzte stellten fest, dass der Urin von Erkrankten

süß war. Im 18. Jahrhundert identifizierte der britische Arzt und Naturphilosoph Matthew Dobson eine Art Zucker, den er dafür verantwortlich machte. Die erste erfolgreiche Therapie durch Gabe von Insulin wurde 1922 angewendet. Die Forschung förderte zutage: **Diabetes liegt eine verminderte (Diabetes mellitus Typ 2) oder keine Bildung (Diabetes mellitus Typ 1) des den Zuckerstoffwechsel regulierenden Hormons Insulin zugrunde.** Ein **wichtiger Risikofaktor** für die Entstehung von Diabetes Typ 2 ist Übergewicht. Das entsteht, wenn dauerhaft mehr Kalorien aufgenommen als verbraucht werden. An der Kalorienzufuhr sind alle Lebensmittel – nicht nur mit Zucker gesüßte – beteiligt. Und die Forschung zeigt: **Zuckerhaltiges per se trägt nicht zur Entstehung von Diabetes bei, wenn die Balance zwischen Kalorienzufuhr und -verbrauch insgesamt stimmt.**

Mythos



Die Menschen hierzulande essen immer mehr Süßwaren.

Fakt



Stimmt nicht: Der Süßwarenkonsum stagniert und Kinder essen sogar immer weniger.

Der Süßwarenkonsum stagniert und Kinder essen sogar immer weniger.

Das zeigen die wichtigsten aktuellen Erhebungen. Bei Kindern gibt es die genauesten Daten, denn hier haben das Robert Koch-Institut (RKI) in seiner KiGGS-Studie und die Universität Bonn in der DONALD-Studie Eltern

und Kinder befragt. Laut RKI sind die konsumierten **Süßwarenmengen von 2003 bis 2017 „erheblich gesunken“** – je nach Geschlecht und Altersgruppe zwischen 20 und 30 Prozent. Und die DONALD-Studie zeigte von 1985 bis 2016 ebenfalls einen **Rückgang der Zufuhr von „freien Zuckern“***. Insbesondere Mädchen nahmen kontinuierlich weniger davon aus Zucker und Süßigkeiten zu sich. Bei Erwachsenen gibt es keine aktuellen Ernährungserhebungen, die einen Vergleich der konsumierten Süßwarenmengen über die Jahre ermöglichen. Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung zeigt aber in ihrem aktuellen Ernährungsbericht, dass **der Verbrauch in den wichtigsten Süßwarenkategorien stagniert bzw. leicht rückläufig ist.**

*„Freie Zucker“ sind alle durch Hersteller, Köche, Verbraucher etc. Lebensmitteln zugesetzte Zucker plus diejenigen, die natürlicherweise in Honig, Sirup und Fruchtsäften enthalten sind.

Mythos



Der Zuckergehalt in Süßwaren lässt sich einfach reduzieren.

Fakt



Das stimmt so pauschal nicht. Und: Zucker sorgt für viele Produkteigenschaften.

Lässt sich der Zuckergehalt in Süßwaren ganz einfach reduzieren? Nein. Das lässt sich so pauschal nicht sagen.

Wer schon mal selbst Plätzchen gebacken hat, weiß: Mit viel weniger Zucker als im Rezept angegeben werden sie oft weder schön goldgelb-braun noch richtig knusprig. Viele Kuchen werden nicht so richtig „fluffig“ und Speiseeis z. B. nicht so cremig wie gewohnt. Und auch bei anderen Süßwaren ist

die Reduktion herausfordernd. Unmöglich wird es bei Karamellbonbons, also bei allen Süßigkeiten, die (fast) nur aus Zucker bestehen. Die Beispiele zeigen, dass es nicht so einfach geht, die Zuckermenge zu reduzieren. **Denn: Zucker hat viele weitere Eigenschaften, als „nur“ für den süßen Geschmack zu sorgen.** Bei manchen Süßwaren kommt hinzu, dass der Einsatz von Alternativen, z. B. Süßstoffen, nicht oder nur eingeschränkt zugelassen ist. In der Lebensmittelproduktion muss also für jedes Produkt geprüft werden, ob eine Zuckerreduktion möglich ist. Falls ja, muss eine eigene geeignete Strategie entwickelt werden. Und für den Hersteller besteht bei all dem Aufwand das Risiko, dass die zuckerreduzierten Produkte dem Verbraucher nicht so gut schmecken wie sein (ursprüngliches) Lieblingsprodukt.

Mythos



Der Zuckergehalt von Produkten wird bewusst verschleiert.

Fakt



Im Gegenteil: Er ist in der Nährwerttabelle auf jeder Packung nachzulesen.

Der Zuckergehalt von Produkten ist in der Nährwerttabelle auf jeder Packung nachzulesen.

Wer wissen möchte, wie viel Zucker in einem Produkt enthalten ist, findet diese Angabe in der Nährwerttabelle: Hier steht unter „Kohlenhydraten“ immer auch „davon Zucker“. **Die hier angegebene Menge pro 100 g bzw. 100 ml Lebensmittel umfasst sowohl alle**

natürlicherweise enthaltenen als auch alle zugesetzten Zucker. Und dieser Begriff bezieht sich auf alle Zuckerarten wie beispielsweise Glukose (Traubenzucker), Fruktose (Fruchtzucker), Saccharose (Haushaltszucker) und Laktose (Milchzucker) und schließt den Zucker aus süßen Zutaten wie Honig ebenfalls ein. Welche Zuckerarten bei der Zubereitung des Produkts eingesetzt wurden, lässt sich anhand der Zutatenliste ablesen. Hier schreibt das Gesetz vor, dass die verschiedenen Zucker konkret anzugeben sind. Im Gegensatz zur Nährwerttabelle ist hier mit „Zucker“ Haushaltszucker gemeint, alle anderen Zuckerarten wie z. B. die oben genannten sind extra aufgeführt. Die Zutaten sind in der Reihenfolge ihres Gehaltes aufgelistet. Dass verschiedene Arten von Zuckern verwendet werden, hat geschmackliche und technologische Gründe.

Mythos



Verbraucher können Süßwaren nicht richtig einschätzen.

Fakt



Umfrage zeigt: Die große Mehrheit weiß sehr wohl um deren Stellenwert in der Ernährung.

Umfrage zeigt: Die große Mehrheit der Verbraucher weiß sehr wohl um den Stellenwert von Süßwaren in der Ernährung.

Das zeigen eindrucksvoll die Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherbefragung im Auftrag des Bundesverbands der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

(respondi/Dezember 2020). Über vier von fünf Bundesbürgerinnen und Bundesbürgern erwarten in Süßwaren einen hohen Zuckergehalt. Fast identisch sind die Einschätzungen bei der Aussage „Süßigkeiten haben viele Kalorien“. Auch wissen rund 80 Prozent der Menschen hierzulande, dass es sich bei Süßwaren primär um genussbringende Lebensmittel und nicht um Grundnahrungsmittel handelt. **Damit ist den allermeisten klar: Süßwaren sind das „Genuss-i-Tüpfelchen“ in der Ernährung und nicht etwa zum Sattessen da.**

Mythos



Süßwaren machen süchtig.

Fakt



Süßes trägt zu Genuss und Wohlgefühl bei.

Süßes trägt zu Genuss und Wohlgefühl bei.

Wenn jemand sagt, etwas Leckeres mache sie oder ihn süchtig, ist den meisten nicht bewusst, dass sie Lebensmittel leichtfertig mit einem ernsten Problem beladen, mit dem diese aber bei genauerer Überlegung nichts zu tun haben. **Bislang wurden – mit Ausnahme von Alkohol und Koffein – keine suchtauslösenden Substanzen in Lebensmitteln identifiziert. Es ließ sich auch nicht belegen, dass**

speziell Zucker und süße Lebensmittel beim Menschen eine Abhängigkeit auslösen können. Und dies, obwohl sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler intensiv damit befassten. Es ist auch nicht bekannt, dass jemand bei starkem Verlangen löffelweise Zucker isst oder gar mit sozialen Normen bricht, um an Zucker zu kommen. Bekannt ist: Menschen haben eine angeborene Vorliebe für „süß“. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler gehen davon aus, dass für unsere Ahnen etwas süß Schmeckendes auf „reif“ und „essbar“ hinwies, während bitter oftmals „giftig“ bedeutete. Süßer Geschmack sorgt für Genuss und Lebensfreude und wie andere schöne Erlebnisse bzw. „Belohnungen“, also z. B. Musikhören, die Freude über einen Gewinn, das Zusammentreffen mit seinem/seiner Liebsten, aktiviert auch etwas gut Schmeckendes das sogenannte Belohnungszentrum in unserem Gehirn. Das ist also ein ganz normaler Vorgang und hat nichts mit dem Entstehen einer Sucht zu tun.

Mythos



Eine zusätzliche
Zuckersteuer verringert
Übergewicht.

Steuern auf Lebensmittelzutaten machen Menschen nicht schlanker.

Großbritannien, Norwegen, Frankreich, Mexiko – es gibt einige Länder, in denen der Staat eine Steuer, z. B. auf zuckerhaltige Produkte, erhebt. Und auch wenn das teilweise schon seit vielen Jahren die Produkte teurer macht: **Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler konnten bislang nicht ausreichend belegen, dass die**

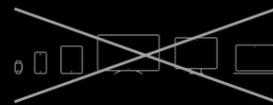
Fakt



Das bringt dem Staat zwar Geld,
aber keine dünneren Bürgerinnen
und Bürger.

Menschen dadurch insgesamt weniger Kalorien zu sich nehmen oder schlanker werden. Und Gleiches gilt für das Auftreten von (starkem) Übergewicht und Erkrankungen, zu deren Entstehung eine nicht ausgewogene Ernährung beiträgt. Das Argument der Steuerbefürwortenden ist, dass durch Anstieg der Preise für bestimmte Lebensmittel oder Getränke weniger davon gekauft und konsumiert wurde. Könnte sein, aber bei einem großen Lebensmittelangebot ist es doch wahrscheinlicher, dass viele auf andere Produkte ausweichen und hierüber Zucker und Energie aufnehmen. **Das scheint beispielsweise in Mexiko so zu sein: Hier wurde im Jahr 2014 eine Steuer auf zuckerhaltige Limonaden eingeführt, aber die Zahl der stark übergewichtigen Menschen erhöhte sich trotzdem weiter.**

Mythos



Ein Werbeverbot für
Süßwaren gegenüber
Kindern verringert
Übergewicht

Ohne Werbung lebt es sich per se nicht gesünder.

Die pädagogische Forschung ist längst zu der Erkenntnis gelangt, dass der Lebensstil der Familie, des Freundeskreises und des weiteren Umfelds das (Ernährungs-)Verhalten von Kindern entscheidender prägt als Werbung. Es kommt hinzu, dass die Entwicklung von Übergewicht nicht nur eine Frage der

Fakt



Verbote machen nicht
schlanker, sondern
ein aktiver, gesunder
Lebensstil.

Ernährung ist. **Vielmehr spielen Bewegungsmangel, Stress, schwierige Lebensumstände, Schlafmangel, Vererbung und vieles mehr eine Rolle.** Wir leben in einer Medienwelt, in der auch Unternehmen durch Werbung auf ihre Produkte und deren Eigenschaften aufmerksam machen. **Es ist viel erfolgversprechender, Kinder fit zu machen, mit Werbung richtig umgehen zu lernen,** und ihnen zu vermitteln und vorzuleben, was eine ausgewogene Ernährung ist. An Kinder und Jugendliche gerichtete Werbung ist bereits heute gesetzlich geregelt und freiwillig beschränkt. Die Süßwarenindustrie spricht zudem im TV – dem mit großem Abstand wichtigsten Werbemedium der Branche – klar primär Erwachsene und nicht Kinder an. Es gibt entsprechende Gesetze zu ihrem Schutz und die Lebensmittelbranche hat sich zusätzlich ein freiwilliges Regelwerk auferlegt. **Ohne Werbung lebt es sich nicht per se gesünder.** Das zeigen auch Erfahrungen aus dem Ausland wie z. B. in Großbritannien.

Literaturhinweise

Zum Fakt: Unser gesamter Lebensstil und vieles mehr tragen zur Entstehung von Übergewicht bei.

- Hummel E, Wittig F, Schneider K et al. (2013):
Das komplexe Zusammenspiel von Einflussfaktoren auf und Auswirkungen von Übergewicht/Adipositas. *Ernaehrungs Umschau international* 1: 2–7
- Richter A, Heidemann C, Schulze MB et al. (2012):
Dietary patterns of adolescents in Germany – Associations with nutrient intake and other health related lifestyle characteristics. *BMC Pediatrics* 12: 35–49
- Just D, Wansink B (2015):
Fast food, soft drink and candy intake is unrelated to body mass index for 95% of American adults. *Obesity Science & Practice* 1 (2): 126–130
- Gasser CE, Mensah FK, Russell M et al. (2016):
Confectionery consumption and overweight, obesity, and related outcomes in children and adolescents: a systematic review and meta-analysis. *Am J Clin Nutr* 103 (5): 1344–1356
- Bucksch J, Häußler A, Schneider K et al. (2020):
Bewegungs- und Ernährungsverhalten von älteren Kindern und Jugendlichen in Deutschland – Querschnittergebnisse der HBSC-Studie 2017/2018 und Trends. *J Health Monitoring* 5 (3): 22–38
- European Commission (2018):
Special Eurobarometer 472. Sport and Physical Activity. S 4. URL: https://ec.europa.eu/sport/news/2018/new-eurobarometer-sport-and-physical-activity_en (letzter Zugriff am 14.12.2021)
- Zum Fakt: Vor allem gute Mundhygiene beugt Karies vor.**
- Kassenzahnärztliche Bundesvereinigung (KZBV), Bundeszahnärztekammer (BZÄK) (Hrsg.) (2016):
Fünfte Deutsche Mundgesundheitsstudie (DMS V) – Kurzfassung. Berlin/Köln 1. Auflage.
URL: https://www.bzaek.de/fileadmin/PDFs/dms/Zusammenfassung_DMS_V.pdf
- Zum Fakt: Die „Zuckerkrankheit“ wird nicht durch die Zuckeraufnahme ausgelöst.**
- Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) (Hrsg.) (2011):
Evidenzbasierte Leitlinie: Kohlenhydratzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten. Kapitel Kohlenhydratzufuhr und Prävention des Diabetes mellitus Typ 2. URL: <https://www.dge.de/wissenschaft/leitlinien/> (letzter Zugriff am 14.12.2021)

Zum Fakt: Der Süßwarenkonsum stagniert und Kinder essen sogar immer weniger.

- Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) (Hrsg.) (2020):
14. DGE-Ernährungsbericht. Kapitel 1.2 Trendanalysen zum Lebensmittelverbrauch auf Basis der Agrarstatistik. Bonn
- Perrari I, Schadow AM, Schmitting A et al. (2020):
Times and Age Trends in Free Sugar Intake from Food Groups among Children and Adolescents between 1985 and 2016. *Nutrients* 12 (1): S 20
- Krug S, Finger JD, Lange C et al. (2018):
Sport- und Ernährungsverhalten bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland – Querschnittergebnisse aus KiGGs Welle 2 und Trends. In: Robert Koch-Institut (Hrsg.) KiGGs Welle 2 – Gesundheitsverhalten von Kindern und Jugendlichen. *Journal of Health Monitoring* 2018 3 (2): 3–21

Zum Fakt: Lässt sich der Zuckergehalt in Süßwaren ganz einfach reduzieren? Nein. Das lässt sich so pauschal nicht sagen.

- Carle R (2018):
Funktionen des Zuckers in Lebensmitteln. *Aktuel Ernaehrungsmed* 43 (Suppl. 1): 12–16

Zum Fakt: Der Zuckergehalt von Produkten ist in der Nährwerttabelle auf jeder Packung nachzulesen.

- Lebensmittelverband Deutschland (2021):
Nährwertkennzeichnung / Nährwertinformation. URL: <https://www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/kennzeichnung/naehrwert> (letzter Zugriff am 14.12.2021)
- Das Europäische Parlament und der Rat der Europäischen Union (2014):
VERORDNUNG (EU) Nr. 1169/2011 vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel (...).
Amtsblatt der Europäischen Union 22.11.2011 L 304

Zum Fakt: Umfrage zeigt: Die große Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher weiß sehr wohl um den Stellenwert von Süßwaren in der Ernährung.

Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI) (2021): Große Mehrheit der Deutschen schätzt Rolle von Süßwaren in der Ernährung richtig ein. Pressemitteilung vom 01.07.2021 zu den Ergebnissen einer repräsentativen Verbraucherbefragung (URL <https://www.bdsi.de/presse/pressemeldungen/>) sowie Grafiken (URL <https://www.bdsi.de/zahlen-fakten/repraesentative-verbraucherbefragung/>) (letzter Zugriff am 14.12.2021)

Zum Fakt: Süßwaren sind das Genuss-i-Tüpfelchen im Alltag und stehen für Wohlfühl (sie machen nicht süchtig).

Onalapo AY, Onalapo OJ (2018): Food additives, food and the concept of 'food addiction': Is stimulation of the brain reward circuit by food sufficient to trigger addiction? Pathophysiology 25 (4): 263–276

Westwater ML, Fletcher PC, Ziauddeen H (2016): Sugar addiction: the state of the science. Eur J Nutr 55 (Supl 2): 555–569

Fletcher PC, Kenny PJ (2018): Food addiction: a valid concept? Neuropsychopharmacology 43: 2506–2513

Zum Fakt: Steuern auf Lebensmittelzutaten machen Menschen nicht schlanker.

Deutscher Bundestag (2020): Antwort der Bundesregierung auf eine Kleine Anfrage: „Rund um die deutsche Ernährungspolitik und die Empfehlungen des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz“ URL <https://dserver.bundestag.de/btd/19/245/1924559.pdf> (letzter Zugriff am 16.12.2021)

Pfänder M, Heise TL, Hilton Boon M et al. (2020): Taxation of unprocessed sugar or sugar-added foods for reducing their consumption and preventing obesity or other adverse health outcomes. Cochrane Database of Systematic Reviews, Issue 4. Art. No.: CD012333

Barquera S, Hernández-Barrera L, Trejo-Valdivia B et al. (2020): Obesidad en México, prevalencia y tendencias en adultos. Ensanut 2018-19. Salud Publica Mex 62: 682–692

Zum Fakt: Ohne Werbung lebt es sich per se nicht gesünder.

ZAW Die Werbewirtschaft (2021/2020): Lebensmittel (URL: <https://zaw.de/politik-positionen/lebensmittel/>) und Werbung und Ernährung Fakten zum gesellschaftlichen Diskurs in Stichworten (URL: https://zaw.de/wp-content/uploads/2020/06/ZAW-Positionspapier-Lebensmittelwerbung_Juni-2020.pdf) (letzter Zugriff am 14.12.2021)

Statistics on Obesity, Physical Activity and Diet, England, 2019, Part 4: Childhood overweight and obesity, NHS Digital. URL: <https://digital.nhs.uk/data-and-information/publications/statistical/statistics-on-obesity-physical-activity-and-diet/statistics-on-obesity-physical-activity-and-diet-england-2019/part-4-childhood-obesity> (letzter Zugriff am 14.12.2021)

Impressum

Herausgeber und Copyright

Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V. (BDSI)
Schumannstraße 4–6
53113 Bonn
Telefon: +49 228 26007-0
E-Mail: bdsi@bdsi.de
www.bdsi.de

Redaktion

Dr. Carsten Bernoth, Almut Feller, Bianca Kulik, Beate Olzem, Solveig Schneider

Konzeption und Design

:relations Gesellschaft für Kommunikation mbH, Gelnhausen
Lange Design Intelligence, Frankfurt am Main

Fotos und Grafiken

iStockphoto: iStock.com/bubaone (S. 4), iStock.com/powerofforever (S. 5), iStock.com/neoblues (S. 7), iStock.com/happyphoton (S. 9), iStock.com/Gizelka (S. 11), iStock.com/deepblue4you (S. 13), iStock.com/bortonia (S. 14), iStock.com/EllenM (S. 15), iStock.com/PeterSnow (S. 16), iStock.com/PIKSEL (S. 17), iStock.com/Tetiana Saranchuk (S. 18), iStock.com/WEKWEEK (S. 19), iStock.com/BestVectorStock (S. 20), iStock.com/Viktor_Gladkov (S. 21), iStock.com/frikota (S. 22), iStock.com/ElenaNichizhenova (S. 23);
Lange Design Intelligence;
alicia_mb - de.freepik.com

Lithografie

Staudt Medien, Kriftel

Druck

Lokay – Die Umweltdruckerei, Reinheim

 Webseite: <https://www.bdsi.de>

 Facebook: <https://www.facebook.com/BDSI.naschenknabbergeniessen>

 Twitter: <https://twitter.com/BDSI>

 Instagram: <https://www.instagram.com/suessergenuss/>

 YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCFYR1CAs51cSj94tzkUBvew>

