

Kandidat Nr. 1: Coca-Cola: Glacéau Vitaminwater (“defense”)



foodwatch-Kritik: Coca-Cola peppt billiges Wasser mit Aromen, Farbstoffen und Vitaminzusätzen auf und vermarktet es wie Wunderprodukte, beispielsweise für das Immunsystem. Dabei sind die Vitaminzusätze überflüssig, wir sind in Deutschland ausreichend mit den meisten Vitaminen versorgt. Ein typisches Functional-Food-Produkt: Erfunden, um Verbrauchern das Geld aus der Tasche zu ziehen. Eine 500ml-Flasche kostet etwa 1,80 Euro im Handel.

Fakten und Quellen:

- Gesundheitsbezogene Werbeaussagen sind gemäß EU-Health Claims Verordnung seit Ende 2012 zulassungspflichtig. Die Vitaminwater-Sorte “defense” trägt einen zugelassenen Claim¹ „Vitamin C + Zink tragen zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei“. Dieser Claim ermöglicht Coca-Cola auch allgemeinere Aussagen wie „defense“ oder „Wenn du deinem Körper gibst, was er braucht – Vitamin C und Zink, zum Beispiel – revanchiert er sich bei dir, indem er mehr von dem mitmacht, was du von ihm willst.“²
- Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) stellte 2012 fest: „Deutschland ist kein Vitaminmangeland (...) Vitaminmangel und dadurch bedingte Krankheiten kommen in Deutschland äußerst selten vor.“³
- Im Ernährungsbericht 2012 der Deutschen Gesellschaft für Ernährung zeigt sich: Sowohl Männer als auch Frauen erreichen im Median die Referenzwerte (Mindestzufuhrmengen) von Vitamin C und Zink (beide sind der Vitaminwater-Sorte „defense“ zugesetzt).⁴
- Das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) schlägt in einer Stellungnahme von 2004 „Höchstmengen zur Anreicherung von Lebensmitteln“ vor: für Vitamin C 100 mg je Tagesverzehrmenge eines Lebensmittels, für Zink wird gar keine Anreicherung empfohlen⁵. Trotzdem setzt Coca-Cola der Sorte „defense“ laut Verpackung 120mg Vitamin C sowie 2,5 mg Zink je 500ml-Flasche zu.
- Auf Nachfrage von foodwatch erklärt Coca-Cola: „Ein Markenzeichen von Glacéau vitaminwater ist seit vielen Jahren die humorvolle Ansprache der Konsumenten. (...) Wir sind der festen Überzeugung, dass Verbraucher dies richtig verstehen. Sämtliche Aussagen zum Produkt sind selbstverständlich nach der Health-Claim-Verordnung zugelassen.“

¹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:136:0001:0040:DE:PDF>

² Angaben laut Verpackung (Sorte: „defense“)

³ <http://www.dge.de/modules.php?name=News&file=article&sid=1231>

⁴ Vgl. S. 70f im 12. Ernährungsbericht 2012 der DGE, zu bestellen unter <http://www.dge.de/modules.php?name=News&file=article&sid=1275>

⁵ Vgl. S. 25, http://www.bfr.bund.de/cm/350/verwendung_von_vitaminen_in_lebensmitteln.pdf.

Zutaten:

(Beispielsorte: „defense“)

Quellwasser, Fruktose, Zucker, Säuerungsmittel Citronensäure, Vitamine (Vitamin C, Niacin, Pantothensäure, Vitamin B6), färbendes Lebensmittel (Konzentrat aus schwarzer Johannisbeere, Karotte), Süßstoff Steviolglycoside, Zinkgluconat, natürliches Aroma.

Nährwerte je 100ml:

(Beispielsorte: „defense“)

Brennwert 13kcal
Eiweiß 0g
Kohlenhydrate 3g
- davon Zucker 3g
Fett 0g
Salz 0g

Verkaufspreis im Einzelhandel:

€ 1,79 (bei Real in Berlin)

Von: Stefanie Effner [REDACTED]

Gesendet: Donnerstag, 17. Juli 2014 10:21

An: Oliver Huizinga (foodwatch)

Betreff: Anfrage vitaminwater

Sehr geehrter Herr Huizinga,

danke für Ihre Anfrage. Nachstehend sende ich Ihnen wie mit Ihrer Kollegin besprochen die gewünschten Antworten und verbleibe

Mit erfrischenden Grüßen
Stefanie Effner



CONFIDENTIALITY NOTICE

NOTICE: This message is intended for the use of the individual or entity to which it is addressed and may contain information that is confidential, privileged and exempt from disclosure under applicable law. If the reader of this message is not the intended recipient, you are hereby notified that any printing, copying, dissemination, distribution, disclosure or forwarding of this communication is strictly prohibited. If you have received this communication in error, please contact the sender immediately and delete it from your system. Thank You.

Was sind die aktuellen, vollständigen Nährwerte (Kalorien, Kohlenhydrate, Zucker, Fette, gesättigte Fette, einfach und mehrfach ungesättigte Fettsäuren, Ballaststoffe, Natrium, Natriumchlorid/ Salz) der o.g. Produkte?

Wir stehen für Transparenz und schreiben drauf, was drin ist. Jeder Verbraucher kann sämtliche verwendeten Zutaten sowie die vollständigen Nährwertangaben auf dem Etikett ablesen.

Wann haben Sie die o.g. Produkte auf dem deutschen Markt eingeführt und welchen Umsatz erzielen Sie damit in Deutschland?

Glacéau vitaminwater stammt von Triathlet und Entrepreneur Darius Bikhoff, der das Getränk 1997 kreierte. Es wurde 2013 in Deutschland eingeführt.

Bitte haben Sie Verständnis, dass wir grundsätzlich keine Umsatzzahlen für einzelne Produkte veröffentlichen.

In welchen weiteren Ländern vermarkten Sie die o.g. Produkte?

Glacéau vitaminwater ist in 23 Ländern erhältlich.

Welche Zielgruppe möchten Sie mit den o.g. Produkten ansprechen?

Glacéau vitaminwater richtet sich an junge Erwachsene und Junggebliebene.

Sie bezeichnen die Sorte „restore“ auf Ihrer Website www.glaceauvitaminwater.de als „morgendlichen muntermacher“. Was möchten Sie Verbrauchern damit vermitteln? Wie genau hilft das Getränk, Verbrauchern morgens „munter“ zu werden?

Sie bezeichnen die Sorte „power-c“ auf selbiger Website als „den extra-schub“ und schreiben auf der Verpackung: „auch in deinem leben ist platz für ein paar übermenschliche kräfte. unsinn, sagst du, wie soll das gehen? mit power-c vielleicht?“. Was möchten Sie Verbrauchern damit vermitteln? Wie genau gibt das Getränk Verbrauchern den „Extra-Schub“?

Auf dem Etikett der Sorte „multi-v“ heißt es „for multitaskers“ und „multi-v gibt deinem körper jede menge supersachen gleichzeitig“. Was möchten Sie Verbrauchern damit vermitteln? Weshalb genau ist das Getränk für „Multitasker“ geeignet? Welche „supersachen“ gibt das Getränk den Verbrauchern?

Ein Markenzeichen von Glacéau vitaminwater ist seit vielen Jahren die humorvolle Ansprache der Konsumenten. Sie ziehen hier einzelne Begriffe aus einem Gesamtzusammenhang – genauso gut könnten Sie auch Worte wie Einschlafen (Power C) oder Lebkuchen (multi-v) herausgreifen.

Beispielhaft der gesamte Text multi-v:

„dein drucker kann kopieren, faxen und scannen, dein kaffee kann karamell, haselnuss und lebkuchen. und du? hast probleme, dir beim telefonieren die schuhe zuzubinden. nicht so leicht, sich bei so viel multifunktionalität um einen herum nicht wie ein kompletter versager zu fühlen. aber vielleicht brauchst du nur ein bisschen unterstützung? multi-v gibt deinem körper jede menge supersachen gleichzeitig. na toll. noch ein getränk, das mehr drauf hat als du.“

Wir sind der festen Überzeugung, dass Verbraucher dies richtig verstehen.

Sämtliche Aussagen zum Produkt sind selbstverständlich nach der Health-Claim-Verordnung zugelassen.

Ernährungsfachgesellschaften wie die Deutsche Gesellschaft für Ernährung betonen regelmäßig, dass Deutschland kein Vitaminmangel-Land ist. Eine wahllose Anreicherung von Lebensmitteln für die Gesamtbevölkerung (insbesondere mit Vitamin C) wird als überflüssig angesehen. Weshalb haben Sie sich trotzdem entschieden, im Marketing für die o.g. Produkte die zugefügten Vitamine (insbesondere Vitamin C) so zentral herauszustellen?

Wie auch schon die Deutsche Gesellschaft für Ernährung festgestellt hat, gibt es in jeder Altersgruppe Personen, die eine ungünstige Vitaminversorgung aufzeigen. Die Faktoren dafür variieren individuell. Unsere Produkte können dabei unterstützen, den Bedarf auszugleichen.

Auf Vitamin C gehen wir in der nächsten Antwort ein.

Das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) schlägt Höchstmengen für die Anreicherung von Lebensmitteln vor, um negativen Auswirkungen einer Vitamin-Überdosierung (Hypervitaminose) vorzubeugen. Aus welchen Gründen ignorieren Sie gleich bei mehreren der o.g. Produkt diese Empfehlungen?

o **Z.B. liegt die vom BfR empfohlene Höchstmenge für Vitamin C bei 100 mg je Tagesverzehrmenge; eine 500ml-Flasche „defense“ enthält jedoch 120 mg, die Sorten „power-c“ und „essential“ enthalten sogar 160 mg Vitamin C.**

o **Z.B. empfiehlt das BfR keine Anreicherung mit Zink, bei der Sorte „defense“ wird jedoch Zink hinzugefügt, so dass in einer 500ml-Flasche 2,5mg Zink enthalten sind.**

Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung, die Sie weiter oben zitieren, sagt, dass die Vitaminzufuhr unserer Bevölkerung eine große Streuung aufweist. Nicht alle Personen erreichen die Zufuhrempfehlungen.

Unsere Produkte bieten eine unterstützende Nährstoffzufuhr. Wir schreiben genau auf das Etikett, welche Stoffe in welchen Mengen enthalten sind. Wir glauben, dass der Verbraucher selbst entscheiden kann.

Das BfR weist drauf hin, dass überschüssiges Vitamin C mit dem Harn ausgeschieden wird.

Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung empfiehlt eine durchschnittliche Aufnahme von 9 mg Zink am Tag. Unsere Produkte können die tägliche Zink Aufnahme daher unterstützen.

Zahnärzte warnen regelmäßig, dass das Säuerungsmittel Citronensäure Zahnschäden verursacht. Aus welchem Grund setzen Sie den Zusatzstoff den o.g. Produkten dennoch zu?

Zitronensäure ist in vielen Lebensmitteln wie Obst natürlich enthalten.

Zahnärzte sind sich einig, dass richtige Zahnpflege das A und O ist. Sie empfehlen, regelmäßig die Zähne zu putzen und zwar 30 Minuten nach dem Verzehr von Speisen und Getränken. Glacéau vitaminwater ist ein kalorienarmes Getränk mit einer nur sehr kurzen Verweilzeit im Mund.

Aus welchen Rohstoffen stellen Sie jeweils das enthaltene „natürliche Aroma“ her (Bitte um Angabe aller verwendeten Bestandteile, insbesondere dgeschmackgebenden)? Welcher Rohstoff ist die Hauptquelle des jeweiligen Geschmacks?

Wir bitten um Verständnis, dass wir aus Wettbewerbsgründen keine Details zur Rezeptur veröffentlichen.

Wie hoch liegt der durchschnittliche Endverkaufspreis einer 500ml-Flasche der o.g. Produkte im deutschen Lebensmitteleinzelhandel?

Der Handel macht die Endverbraucherpreise, bitte fragen Sie dort.

Wie hoch liegen die reinen Produktionskosten einer 500ml-Flasche der o.g. Produkte?

Auch hier bitten wir um Verständnis, dass wir keine derartigen Angaben machen.