

APPROPOS



AUSGABE 01

DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

DANONE
PUBLIC
AFFAIRS



NUTRITION COMMITMENTS

UNSER BEITRAG ZU
PRODUKT-REFORMULIERUNG, NÄHRWERTZIELEN
UND NÄHRWERTKENNZEICHNUNG

Herausforderung für die Politik
Nährwertkennzeichnung von
Lebensmitteln – ein Gastbeitrag
von Prof. Dr. Hans Hauner

Nutritional Targets
Produkt- Reformulierungen
auf Basis fundierter
Nährwertziele

Nutri-Score
Nährwertkennzeichnung
zum Nutzen der
Verbraucher

DANONE DEUTSCHLAND IM ÜBERBLICK



ca. **2.000** Mitarbeiter



3 Verwaltungsstandorte



3 Werke



Produkte für unterschiedlichste Zielgruppen

Säuglingsnahrungen, Nahrungen für Frühgeborene, Nahrungen und Getränke für gesunde Menschen in typischen Lebenssituationen sowie medizinisch enterale Nahrungen für verschiedene Therapiefelder und Indikationen.

4 Geschäftsbereiche



Milchfrische



DANONE
ESSENTIAL DAIRY
& PLANT-BASED



Getränke



DANONE
WATERS



Babynahrung



DANONE
EARLY LIFE NUTRITION



Medizinische Ernährung



DANONE
ADVANCED MEDICAL NUTRITION

Daten beziehen sich auf Deutschland. Stand Mai 2018

ANSPRECHPARTNER BEI DANONE PUBLIC AFFAIRS

**DANONE
PUBLIC
AFFAIRS**

Postanschrift:

DANONE Public Affairs
Am Hauptbahnhof 18
60329 Frankfurt am Main



Nadine Küster
General Secretary Danone D-A-CH
T: +49 (0)175 2936872
E-Mail: nadine.kuester@danone.com



Matthias Dondrup
Senior Manager Public Affairs
T: +49 (0)69 719135262
E-Mail: matthias.dondrup@danone.com



Verena Kolb
Manager Public Affairs
T: +49 (0)69 719135250
E-Mail: verena.kolb@danone.com

APROPOS: ERNÄHRUNG

APROPOS – das ist das neue Format von DANONE Deutschland, das über Themen informiert, die die deutsche Öffentlichkeit bewegen und beschäftigen. Wir möchten darin aktuelle Debatten und Herausforderungen der Zeit aufgreifen und behandeln und damit Anstoß geben zu einem konstruktiven Austausch mit Ihnen. Die Themenbereiche Reformulierung zur Reduktion von Zucker und Fett in Fertigprodukten sowie die Nährwertkennzeichnung werden wir in dieser ersten Ausgabe von APROPOS beleuchten.

Wie wir uns gesund und ausgewogen ernähren können, wurde von Experten, Politikern und Konsumenten wahrscheinlich nie öffentlicher und kontroverser diskutiert als heute. Wissenschaftler weisen auf Entwicklungen in der Bevölkerung wie zunehmendes Übergewicht hin, die sowohl mit Verhaltens- und Ernährungsweisen wie auch mit der Zusammensetzung der Nahrungsmittel zu tun haben.

In unserer heutigen modernen Gesellschaft mit verschiedenen Lebensstilen und individuellen Lebensentwürfen geht es allerdings auch um die Frage einer angemessenen Zufuhr essenzieller Nährstoffe. Bestimmte Nährstoffe wie Ballaststoffe gelten als günstig – bei ihnen empfehlen Ernährungswissenschaftler eher ein Mehr als ein Weniger. Andere Nährstoffe, insbesondere Zucker, Fett und Salz, stehen in der Kritik und Experten empfehlen, deren Gesamtaufnahme in der Bevölkerung zu reduzieren. Aber auch bei diesen umstrittenen Nährstoffen ist zu differenzieren: Ab wann hat ein Produkt zum Beispiel „zu viel“ Zucker? Einem „zu viel“ steht immer auch ein „angemessen“ oder „ausreichend“ gegenüber.

Was sind folglich geeignete und wissenschaftlich fundierte Zielmarken für Nährwerte, die sowohl den Verbrauchern als auch den mit der Fachdiskussion befassten Akteuren – darunter auch Politik und Unternehmen – Orientierung geben können? Orientierung zum einen, um Produkte in ihrer Zusammensetzung zu überarbeiten – oder wie es technisch heißt: zu reformulieren. Orientierung zum anderen, um auf Produktverpackungen Informationen zu den Nährwerten anzugeben, die auf einen Blick leicht verständlich und vergleichbar sind und zu einer informierten Produktauswahl beitragen.

Wenn es um die Verbesserung unserer Produkte geht, können wir bei DANONE bereits auf eine lange Tradition verweisen. So wurde zum Beispiel der Zuckergehalt der *FruchtZwerg*e seit der Einführung im Jahr 1981 bis heute um 30 Prozent und der Fettgehalt um mehr als 60 Prozent reduziert. Um den Prozess der Reformulierung unserer Produkte weiter voranzutreiben und ausgewogenere Ess- und Trinkgewohnheiten zu fördern, haben wir uns sechs Verpflichtungen gegeben, die wir bis 2020 umsetzen werden: die *Nutrition Commitments*. Dazu gehören fest definierte Nährwertziele (*Nutritional Targets*) hin zu weniger Zucker und Fett in den Produkten in unseren Geschäftsbereichen Milchfrische, Getränke und Babynahrung. DANONE spricht sich zudem für eine wissenschaftlich basierte und einfach erfassbare Nährwertkennzeichnung aus, die wir mit dem *Nutri-Score*-Modell gefunden haben.

DANONE ist Teil der Gesellschaft und übernimmt Verantwortung. Deshalb wollen wir mit unseren Produkten und einer transparenten Nährwertkennzeichnung einen Beitrag zu einer gesünderen und ausgewogeneren Ernährung leisten.

Nun wünschen wir Ihnen eine spannende und informative Lektüre. Gerne freuen wir uns auf Ihr Feedback und Anregungen.

Ihre



Nadine Küster

General Secretary Danone D-A-CH

Gastbeitrag

NÄHRWERTKENNZEICHNUNG VON LEBENSMITTELN – EINE HERAUSFORDERUNG FÜR DIE POLITIK



Prof. Dr. Hans Hauner
Direktor des Else Kröner-Fresenius-
Zentrums für Ernährungsmedizin
der Technischen Universität
München

Die Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln ist in Deutschland seit vielen Jahren ein kontrovers diskutiertes Thema. Hier stehen unterschiedliche Interessenslagen im Raum, beispielsweise die Interessen der Industrie und des Handels gegenüber der Wissenschaft und Verbraucherschutzorganisationen. Wissenschaftler und Verbraucherschützer monieren an der gültigen Nährwertkennzeichnung in erster Linie, dass sie intransparent ist und von Verbrauchern nicht verstanden wird. Verbraucherbefragungen dazu haben in den vergangenen Jahren wiederholt und konsistent gezeigt, dass der Großteil der Verbraucher die Angaben nicht versteht und bei der Kaufentscheidung nicht beachtet. Damit wird offenkundig der Zweck dieser Regelung verfehlt.

„Die Änderung der Lebensmittelkennzeichnung muss zuallererst wissenschaftlich begründet sein.“

In Deutschland gilt seit dem 13. Dezember 2016 eine Nährwertkennzeichnung, die auf eine entsprechende EU-Verordnung aus dem Jahr 2011 zurückgeht. Diese schreibt die Nährwertkennzeichnung aller vorverpackten Lebensmittel vor. Dabei wird der Gehalt von sieben wichtigen Nährwerten pro 100g benannt: der Brennwert (kJ/kcal) sowie die Gehalte an Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker, Eiweiß und Salz. Diese Angaben finden sich meist in kaum lesbarer Größe auf der Rückseite von Verpackungen. Nach Ansicht von Wissenschaftlern und Verbraucherschützern ist die aktuelle Regelung dringend revisionsbedürftig. Oberstes Ziel muss dabei sein, dass jeder Verbraucher eine einfache und transparente Information über das von ihm ausgewählte Produkt erhält und mit Alternativen vergleichen kann.

Viele Länder, darunter europäische Nachbarländer, haben bereits vor Jahren neue und transparentere Systeme zur Kennzeichnung von Lebensmitteln eingeführt (z. B. FSA-NHS, Nutri-Score, Keyhole, Choices), sodass auf die dortigen Erfahrungen zurückgegriffen werden kann. Danach sind klare Regeln für die Lebensmittelhersteller wichtig und stellen wertvolle Impulse dar, um Reformulierungsaktivitäten und Produktverbesserungen anzuregen bzw. zu beschleunigen.

Die großen, multinationalen Lebensmittelproduzenten sind bereits seit Jahren aktiv bemüht, ihre Produkte gesünder zu gestalten. Sie orientieren sich dabei an den Empfehlungen der wissenschaftlichen Fachgesellschaften. Für kleinere Unternehmen stellt die Reformulierung ihrer Produkte dagegen noch eine Herausforderung dar bzw. wurde noch nicht ausreichend berücksichtigt. Hier sind intelligente Lösungen gefragt.

Es gibt heute mehr als je zuvor neue technologische Möglichkeiten, um vor allem hochverarbeitete Lebensmittel weiter zu verbessern. Da solche Reformulierungsaktivitäten mit spezieller Expertise und finanziellen Ressourcen verknüpft sind, müssen Regelungen gefunden werden, um drohende Wettbewerbsverzerrungen nach Möglichkeit zu vermeiden. Dies darf aber nicht, wie in der Vergangenheit leider häufig geschehen, zulasten des Gesundheitswertes von Lebensmitteln und damit der gesundheitlichen Interessen der Verbraucher gehen. Zu beachten ist in diesem Zusammenhang außerdem, dass Konsumenten zunehmend Wert auf die Gesundheitsaspekte von Lebensmitteln legen. In einer kürzlich publizierten repräsentativen Befragung von Bürgern zu bevorzugten Innovationsfeldern lag das Thema „Ernährung und Gesundheit“ mit großem Abstand an erster Stelle.

Das im letzten Jahr in Frankreich eingeführte weiterentwickelte Kennzeichnungssystem Nutri-Score basiert auf dem Nährwertprofilsystem der britischen Food Standards Agency (FSA-NPS).

„Oberstes Ziel muss sein, dass jeder Verbraucher eine einfache und transparente Information über das von ihm ausgewählte Produkt erhält.“

Der Nutri-Score besteht aus einer fünfstufigen Farbskala (Ampel), die auf der Vorderseite der Lebensmittelverpackungen gut sichtbar aufgedruckt sein muss. Erste Untersuchungen zum Verbraucherverhalten legen nahe, dass das Nutri-Score-Label von den Konsumenten – im direkten Vergleich zu anderen Labels – wahrgenommen und geschätzt wird sowie mit einer verbesserten Nährstoffqualität beim Einkauf verbunden ist.

„Konsumenten legen zunehmend Wert auf die Gesundheitsaspekte von Lebensmitteln.“

Auch in den USA wurde vor Kurzem eine neue Nährwertkennzeichnung eingeführt, die dem Verbraucher die gesunde Wahl deutlich erleichtert und viele Informationen einschließlich des Energiegehalts auf der Vorderseite der Verpackungen gut lesbar vermittelt. Die radikalste gesetzliche Regelung wurde in Chile beschlossen. Dort sind Warnhinweise vorgeschrieben, wenn verarbeitete Lebensmittel definierte Grenzwerte überschreiten.

In Deutschland sollten sich die Zielwerte für eine gesunde Ernährung an den aktuellen Empfehlungen z. B. der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) und der European Food Safety Authority (EFSA) orientieren. Die dort genannten Zielwerte für die Zufuhr gesättigter Fette, Zucker und Salz werden in Deutschland weiterhin deutlich überschritten und verursachen durch die Förderung von Krankheiten wie Adipositas, Typ-2-Diabetes, Hypertonie etc. enorme Folgekosten. Für die genannten Nährwerte gibt es in der Wissenschaft einen breiten Konsens: So sollte die Zufuhr von gesättigten Fetten wie auch die von Zucker weniger als 10 Prozent

der Gesamtenergiezufuhr und die von Salz unter 5 bis 6 Gramm pro Tag liegen. Die Änderung der Lebensmittelkennzeichnung muss zuallererst wissenschaftlich begründet sein und bedarf einer unabhängigen wissenschaftlichen Begleitforschung und Evaluation.

Nach Überzeugung des Verfassers sollte die aktuelle Lebensmittelkennzeichnung in Deutschland zügig revidiert werden, um die Umsetzung der oben genannten Ziele zu erreichen und damit die Gesundheit der Bevölkerung zu verbessern. Die Erfahrungen aus anderen Ländern zeigen, dass eine klare Regelung für die Ernährungswirtschaft einen Anreiz darstellt, die vorhandenen technologischen Potenziale besser auszuschöpfen. Im Mittelpunkt dieser Bemühungen müssen eindeutig der Verbraucherschutz und damit die Gesundheit der Verbraucher stehen.

Zum Autor:

Professor Doktor Hans Hauner ist seit 2003 Ordinarius für Ernährungsmedizin und Direktor des Else Kröner-Fresenius-Zentrums für Ernährungsmedizin an der Technischen Universität München.

Seine Forschungsschwerpunkte liegen u. a. in den Feldern *Biologie und sekretorische Funktion des humanen Fettgewebes, Prävention und Therapie von Adipositas und Typ-2-Diabetes sowie personalisierte Ernährung.*

Professor Hauner ist Mitglied verschiedener Kommissionen, so beispielsweise der Verbraucherkommission der Bayerischen Staatsregierung sowie Editor in Chief *Obesity Facts (European Journal of Obesity).*

Zudem ist Professor Hauner Mitglied der Leopoldina Nationale Akademie der Wissenschaften und des Wissenschaftlichen Präsidiums der DGE.

DIE DANONE NUTRITION COMMITMENTS

Jedes Mal, wenn wir etwas essen oder trinken, entscheiden wir uns für die Welt, in der wir leben wollen.

Diese Idee ist der Kern der Food Revolution, einer Bewegung, getragen von Verbrauchern, die darauf abzielt, ausgewogenere Ess- und Trinkgewohnheiten zu etablieren und so die Gesundheit der Menschen und der Umwelt heute und in Zukunft zu wahren.

Wir bei DANONE wollen Teil der Food Revolution sein und sie gemeinsam mit unseren 900 Millionen Verbrauchern, dem Handel, Landwirten, Zulieferern und NGOs gestalten. Dies ist die Basis für unser Handeln weltweit. Denn als Nahrungsmittelproduzent wissen

wir, dass Ernährung mehr als nur die Aufnahme von Nährstoffen oder der Verkauf von Lebensmitteln und Getränken ist: Durch die Förderung einer ausgewogeneren Ernährung wollen wir die Lebensqualität und das Wohlbefinden so vieler Menschen wie möglich verbessern.

Diesem Anliegen kommen wir bei DANONE mit den „Nutrition Commitments“ nach. Sie gelten für DANONE weltweit in den Geschäftsbereichen Milchfrische, Getränke, Babynahrung und medizinische Ernährung. Sie betreffen sowohl unsere Produkte wie auch die Wege, wie wir gesündere Ess- und Trinkgewohnheiten fördern möchten, und enthalten messbare Ziele, die wir bis zum Jahr 2020 erfüllen werden.



COMMITMENT #1 DANONE verbessert ständig das Nährwertprofil seiner Produkte.

DANONE hat sich mit den Nutritional Targets wissenschaftlich fundierte Nährwertziele gesetzt, die bis zum Jahr 2020 zu 100 % erreicht werden. Dies schließt die Reformulierung von Rezepturen mit ein und bedeutet unter anderem eine Reduzierung von Zucker und Fett.



COMMITMENT #3 DANONE wird sein Verständnis über lokale Ernährungsgewohnheiten und gesundheitspolitische Rahmenbedingungen weiter ausbauen.

Bis 2020 wird DANONE in seinen Hauptmärkten Forschungsprogramme lokaler Experten veröffentlicht und umgesetzt haben, die dazu beitragen werden, Ernährungsgewohnheiten und -kulturen besser zu verstehen.



COMMITMENT #5 DANONE verfolgt eine verantwortungsvolle Vermarktungsstrategie, speziell gegenüber Kindern.

Bis zum Jahr 2020 werden wir in jedem Land, in dem wir tätig sind, die Einhaltung lokaler und globaler Richtlinien zum verantwortlichen Marketing sicherstellen. DANONE Deutschland hält die Vorgaben des EU-Pledge und den WHO-Kodex zum Marketing von Muttermilchersatzprodukten seit Jahren ein.



COMMITMENT #2 DANONE entwickelt gesündere Produktalternativen für die Verbraucher.

Bis 2020 baut DANONE sein Angebot an gesünderen Produktalternativen weiter aus und berücksichtigt dabei auch die unterschiedlichen Ansprüche an Nährwertzusammensetzungen.



COMMITMENT #4 DANONE geht zusammen mit Partnern lokale Herausforderungen im Gesundheitsbereich an, zu deren Lösung das Unternehmen auch einen bestmöglichen Beitrag leisten kann.

DANONE setzt auf die partnerschaftliche Förderung von Projekten und Bildungsprogrammen: Bis 2020 werden wir in unseren 15 wichtigsten Märkten jeweils mindestens ein lokales Gesundheitsprojekt unterstützen.



COMMITMENT #6 DANONE gibt auf der Verpackung übersichtliche Informationen zu den in unseren Produkten enthaltenen Nährwerten an, um gesündere Verhaltensweisen zu fördern.

Jenseits der bereits heute angegebenen Nährwertinformationen auf den Produkten führt DANONE bis 2020 ein System für eine umfassende Nährwertkennzeichnung ein.

In der ersten Ausgabe von APROPOS möchten wir den Schwerpunkt auf die Commitments #1 und #6 legen und Ihnen vorstellen, was DANONE bereits bei der Reformulierung der Produkte entlang von definierten Nährwertzielen sowie bei der Nährwertkennzeichnung unternimmt. Weiterführende Informationen zu den Nutrition Commitments finden Sie zudem auf der internationalen DANONE Website unter www.danone.com/en/publications.

PRODUKT-REFORMULIERUNGEN AUF BASIS FUNDIERTER NÄHRWERTZIELE

Bis zum Jahr 2020 sollen die DANONE Produkte neuen spezifischen Nährwertzielen, den *Nutritional Targets*, entsprechen. So steht es in den DANONE Nutrition Commitments. Die Einhaltung der Ziele geht einher mit Produkt-Reformulierungen hin zu weniger Zucker und Fett – auch in Deutschland.



Antorm

Mira Koppert
Senior Ext. Scientific Affairs
Manager Danone D-A-CH

Produkt-Reformulierungen sind bei DANONE nichts Neues, sondern seit Jahren Bestandteil der kontinuierlichen Weiterentwicklung von Produkten. Gerade an einem Beispiel wie den *FruchtZwergen* ist zu sehen, wie über Jahre hinweg Zucker und Fett reduziert wurden. Die DANONE *Nutritional Targets* sind dennoch etwas Besonderes, denn sie treiben die Reformulierungen mit spezifischen Zielwerten und einem klaren Zeitplan in den Geschäftsbereichen Milchfrische, Getränke und Babynahrung weiter voran.

Wissenschaftlich fundiert

Der Prozess der Definition von Nährwertzielen für DANONE dauerte mehr als zwei Jahre. Das Team der Ernährungswissenschaftler bei DANONE hat zunächst die internationale Studienlage gesichtet: die Ernährungsempfehlungen, Stellungnahmen und Leitlinien der Weltgesundheitsorganisation (WHO), der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) und der Europäischen Gesellschaft für Pädiatrische Gastroenterologie, Hepatologie und Ernährung (ESPGHAN) – alle Vorgaben flossen in die Überlegungen mit ein.

So hat beispielsweise die Empfehlung der WHO von 2015 über zugesetzten und freien Zucker Eingang in die Nährwertziele gefunden. Die EFSA hat bereits 2009 den wissenschaftlichen Referenzrahmen für die Zufuhr und Kennzeichnung von Energie, Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker und Salz beschrieben. Die Referenzwerte für Fett ergeben sich aus der EFSA-Opinion von 2010.

Als Bewertungsmodell auf Produktebene nutzt DANONE den Rayner-Score, der nach Mike Rayner, Professor of Population Health in Oxford, benannt ist. Der Rayner-Score ist ein wissenschaftlich validiertes Modell zur Nährwertprofilierung. Limitierende Inhaltsstoffe in diesem Modell sind Energie, gesättigte Fettsäuren, Salz und Gesamtzucker. Qualifizierende Inhaltsstoffe sind Eiweiß, Ballaststoffe, Früchte und Gemüse.

Auf Basis dieser Vorgaben und neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse hat DANONE dann im Jahr 2016 ganz konkrete Nährwertziele für bestimmte Produktgruppen vorgelegt.

Klare Zielvorgaben

Die Nährwertziele bei DANONE schlüsseln sich entlang mehrerer Parameter auf: der Produktkategorien der Geschäftsbereiche Milchfrische, Getränke und Babynahrung, dem Alter der Verbrauchergruppen sowie der Unterscheidung in Produkte für den täglichen Verzehr und Produkte, die im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung lediglich für den gelegentlichen Verzehr empfohlen werden.

Die Produkte, die täglicher Teil der Ernährung sein können, weisen ein hochwertiges Nährwertprofil auf. Bei Produkten für den gelegentlichen Verzehr steht vor allem ein Genussmoment im Vordergrund. Auch sie können Teil einer ausgewogenen Ernährung sein, wenn sie nicht übermäßig konsumiert werden. Beide Kategorien haben auch insofern ihre Berechtigung, als es unterschiedliche Verzehranlässe gibt. Für beide Kategorien gibt es somit unterschiedliche Zielvorgaben bei den Nährwerten.

Für unsere Milchfrische-Produkte gilt:

Im Bereich der Milchfrische zählen zu den Produkten des täglichen Verzehrs beispielsweise Joghurt-, Quark- und andere fermentierte Milchprodukte. Die Vorgaben für einzelne Nährstoffe (Gesamtzucker, zugesetzter Zucker, Kalzium, Proteine, gesättigte Fettsäuren) sind jeweils pro 100 g definiert. Der maximale Energiegehalt ist pro Portion angegeben, mit angepassten Obergrenzen für verschiedene Verbrauchergruppen.

Für den gelegentlichen Verzehr (maximal zweimal pro Woche) empfohlen sind Dessertprodukte. Die Nährwertziele fokussieren sich hier auf Nährstoffe, die in begrenztem Maße konsumiert werden sollten (Gesamtzucker, gesättigte Fettsäuren). Die Nährwertvorgaben und die maximale Energiegrenze sind jeweils pro Portion, d. h. pro Becher (115 g oder mehr), angegeben, jeweils angepasst an verschiedene Verbrauchergruppen.

Für unsere Getränke gilt:

Wasser ist essenziell für den Flüssigkeitshaushalt. Natürliches Mineralwasser ist in Deutschland der Durstlöscher Nummer eins, denn es ist von Natur aus rein.

Viele Menschen wünschen sich – als Ergänzung zu natürlichem Mineralwasser – etwas Abwechslung und Geschmack im Glas. Aus diesem Grund bietet *Volvic* auch *Volvic Touch*, *Volvic Tee* und *Volvic Juicy* an. Der Gesamtzuckergehalt in diesen Produkten, die eine gelegentliche Abwechslung zu natürlichem Mineralwasser darstellen, beträgt bis 2020 nicht mehr als 5g Zucker pro 100 Milliliter.

Es gelten außerdem besondere Vorgaben für Kinderprodukte:

Kinder haben einen anderen Nährstoffbedarf als Erwachsene. Ess- und Trinkgewohnheiten werden vor allem in der Kindheit entwickelt. Aus diesen Gründen stellen wir höhere Anforderungen an Produkte, die für Kinder gedacht sind:

- Alle Milchfrische-Produkte für Kinder bis 12 Jahre (also Produkte, die zu mehr als 50 Prozent von Kindern unter 12 Jahren konsumiert werden) unterliegen den strikteren Standards für den täglichen Verzehr, auch wenn es sich um Produkte handelt, die für

einen gelegentlichen Verzehr gedacht sind. Auch die Nährwertziele für sogenannte Familienprodukte (also Produkte, die zumindest zu 35 bis 50 Prozent von Kindern unter 12 Jahren konsumiert werden) sind strenger als die für Erwachsenenprodukte.

Um Kinder zu einem gesünderen Trinkverhalten zu animieren, bietet DANONE Deutschland das natürliche Mineralwasser *Volvic* als Maskottchenflaschen an.

Für unsere Babynahrungen gilt:

Im Segment der Babynahrung reicht das Sortiment von *Milupa* von Milchnahrungen, Milchbreien, Tees und Müslis für Säuglinge und Kleinkinder bis hin zu angereicherten Lebensmitteln für Schwangere und Stillende. Darüber hinaus bietet *Milupa* Spezialnahrungen für Babys mit ernährungsbedingten Beschwerden wie Reflux oder Nahrungsmittelallergien sowie für Frühgeborene an. Die Vorgaben in diesem Bereich orientieren sich an den sehr strengen Empfehlungen von WHO und ESPGHAN. Gesetzliche Regelungen werden selbstverständlich eingehalten. Hier gilt für alle Produkte für Babys bis 6 Monate, dass außer Lactose keine anderen Zucker verwendet werden dürfen. Für Kleinkinder zwischen 6 und 12 Monaten sowie für Kinder älter als 12 Monate gelten einheitliche Maximalwerte für zugesetzte Zucker, beispielsweise bei Babybreien max. 2,5 g pro 100 kcal.

Übersicht der Nährwertziele für bestimmte Produktkategorien (Auszug aus der Liste der Nährwertziele)

	Täglicher Verzehr	Gelegentlicher Verzehr
Milchfrische-Produkte DANONE Essential Dairy	Gesamtzucker: ≤ 11,5 g/100 g	Gesamtzucker: ≤ 25 g/Portion f. Erwachsene Gesamtzucker: ≤ 20 g/Portion f. Familienprodukte Gesamtzucker: ≤ 11,5 g/100 g für Kinder (3–12 Jahre)
	Zugesetzte Zucker: ≤ 7 g/100 g	
	Kalzium: ≥ 120 mg/100 g	
	Protein: ≥ 2,2 g/100 g	
	Gesättigte Fettsäuren: ≤ 2,5 g/100 g	Gesättigte Fettsäuren: ≤ 7 g/Portion f. Erwachsene Gesättigte Fettsäuren: ≤ 5 g/Portion f. Familienprodukte
	Energiegehalt: ≤ 200 kcal/Portion f. Erwachsene Energiegehalt: ≤ 170 kcal/Portion f. Familienprodukte und Kinder von 7–12 Jahren Energiegehalt: ≤ 140 kcal/Portion f. Kinder von 3–6 Jahren	Energiegehalt: ≤ 200 kcal/Portion f. Erwachsene Energiegehalt: ≤ 170 kcal/Portion f. Familienprodukte
Getränke DANONE Waters	Gesamtzucker: 0 g/100 ml	Gesamtzucker: ≤ 5 g/100 ml
Babynahrung DANONE Early Life Nutrition	Zugesetzte Zucker (pro 100 kcal): <ul style="list-style-type: none"> • Babys bis 6 Monate: 0 g/100 kcal • Kleinkinder von 6–12 Monaten, Kinder älter als 12 Monate: <ul style="list-style-type: none"> • Breie: max. 2,5 g/100 kcal • Kindermilchen: max. 1,25 g/100 kcal 	–

Beispiele für Produkt-
Reformulierungen
bei DANONE



FruchtZwerges



Volvic Aquadrinks



Activia



Milupa Babybreie und Müslis

Reformulierung bestehender Produkte

Die Überarbeitung von DANONE Produkten ist bereits im Gange – und zwar in allen drei Geschäftsbereichen Milchfrische, Getränke und Babynahrung. Der Blick auf ein paar Beispiele zeigt, was etwa in Bezug auf den Zucker- und Fettgehalt schon erreicht wurde und woran noch gearbeitet wird.

FruchtZwerges: Seit der Einführung der *FruchtZwerges* 1981 wurde der Zuckergehalt bis heute um 30 Prozent, der Fettgehalt um mehr als 60 Prozent und damit der Energiegehalt gegenüber der Ausgangsrezeptur um mehr als 35 Prozent reduziert.

Activia: Die *Activia* Fruchtyoghurts wurden Anfang 2018 reformuliert. Mit der aktuellen Veränderung wurde der Zuckeranteil je nach Sorte um bis zu 17 Prozent angepasst. Dadurch entsprechen neben *Activia* Natur nun auch die *Activia* Fruchtarten den Vorgaben der DANONE Nutritional Targets.

Volvic Aquadrinks: Im Jahr 2013 haben wir *Volvic Juicy* auf den Markt gebracht, das zu diesem Zeitpunkt bereits 30 Prozent weniger Zucker enthielt als klassische Softdrinks. Gleichzeitig arbeiten wir konstant daran, den Zuckergehalt weiter zu reduzieren. So konnte seit 2014 der Zuckergehalt über das komplette *Volvic Juicy* Sortiment hinweg um 10 Prozent angepasst werden. Darüber hinaus haben wir uns dazu verpflichtet, bis 2019 *Volvic Juicy* über alle Sorten mit „wenig Kalorien“ auszuloben, das entspricht weniger als 20 Kalorien pro 100 Milliliter. *Volvic Tee* und *Volvic Touch* entsprechen schon jetzt dem Zielwert von nicht mehr als 5 g Zucker pro 100 Milliliter und liegen zum Teil deutlich darunter. Generell verzichten wir bei unseren Produkten auf den Süßstoff Aspartam:

Milupa Babybreie und Müslis: Bereits im Zeitraum 2012 und 2013 wurde bei 25 Prozent der Produkte im Sortiment an Breien und Müslis komplett der zugesetzte Zucker entfernt, sodass danach

knapp 70 Prozent der Produkte ohne Zuckerzusatz waren. Aufgrund von weiteren Produkthanpassungen stammt heute bei knapp 80 Prozent der Produkte die Süße ausschließlich aus den natürlichen Zutaten wie dem Getreide, der Milch oder den Früchten.

Auch bei den neu einzuführenden Produkten achtet DANONE darauf, dass bereits die Nährwertziele 2020 eingehalten werden. So ist die neue Sorte *Volvic Bio Tee* bereits zuckerreduziert und enthält damit wenig Kalorien. Mit dem biozertifizierten *Volvic Essence* führt DANONE Waters zudem ein zucker- und süßstofffreies Getränk ein, das nur aus drei Zutaten besteht: natürliches Mineralwasser, Frucht- und Kräutereextrakte sowie Bio-Zitronensaft.

Viele kleine Schritte ergeben einen großen

Doch die besten Nährwerte helfen nichts, wenn den Verbrauchern das Produkt schließlich nicht schmeckt. Die Erfahrung von DANONE zeigt, dass Verbraucher den „großen Schritt“ auf dem Weg der Zucker- und Fettreduktion oft nicht mitgehen. So haben die Verbraucher ein *Actimel*-Produkt ohne Zucker, das im Jahr 2012 auf den Markt gebracht wurde, nicht angenommen.

Eine Reduktion von Zucker und Fett in mehreren kleinen Schritten ist daher vielversprechender: Bei den *FruchtZwerges* waren es über die Jahre insgesamt zehn Schritte. Da die gesetzlich erforderliche 30-Prozent-Marke pro Reduktionsschritt jeweils nicht erreicht wurde, wurden einzelne Schritte nicht auf der Verpackung ausgelobt.

Entsprechend geht DANONE den Weg hin zu ausgewogenen Nährstoffprofilen mit weniger zugesetztem Zucker und Fett in seinen Produkten – Schritt für Schritt. Dabei ist vielleicht nicht alles von heute auf morgen möglich – aber mit den entsprechenden Zielsetzungen und vielen Einzelschritten lässt sich viel bewegen. DANONE ist dabei, wenn es darum geht, freiwillig Nährstoffe wie Zucker und Fett entlang wissenschaftlich basierter Zielmarken zu reduzieren.

NUTRI-SCORE – NÄHRWERT-KENNZEICHNUNG ZUM NUTZEN DER VERBRAUCHER

In seinen Nutrition Commitments hat sich DANONE verpflichtet, auf seinen Produktverpackungen übersichtliche Informationen zu den Nährwerten anzugeben. Dies soll Verbraucher dabei unterstützen, bewusste Entscheidungen für eine ausgewogenere Ernährung zu treffen. Das Nährwertkennzeichnungsmodell Nutri-Score erfüllt diese Anforderungen in besonderer Weise. Es ist wissenschaftlich basiert, für den Verbraucher auf den ersten Blick verständlich und trägt zu einer informierten Produktauswahl bei.



Autorin

Teresa Hagemann
External Scientific Affairs
Manager Danone D-A-CH

Seit Oktober 2017 hat Frankreich eine neue freiwillige Nährwertkennzeichnung: den Nutri-Score. Die farblich hinterlegte Kennzeichnung wird dort seit Mitte 2018 von DANONE als einem der ersten Unternehmen auf der Vorderseite seines Milchfrischesortiments angebracht. Aber wie funktioniert der Nutri-Score?

Von Wissenschaftlern entwickelt

Die Entwicklung des Nutri-Score geht auf die beiden Ernährungswissenschaftler Professor Mike Rayner und Professor Serge Hercberg zurück. Professor Rayner entwickelte für die britische Food Standards Agency (FSA) ein System für die Berechnung von Nährwertprofilen, den sogenannten Rayner-Score. Professor Hercberg und sein Team von Ernährungswissenschaftlern haben ab dem Jahr 2014 in Frankreich auf Basis des Rayner-Score ein weiterführendes Kennzeichnungssystem für Lebensmittel und Getränke entworfen.

Die Besonderheit der von Professor Hercberg entwickelten Systematik liegt vor allem in ihrem holistischen Ansatz. In die Bewertung des Nährwertgehalts von Lebensmitteln und Getränken gehen sowohl die Nährwertelemente, die begrenzt werden sollten, wie auch die Nährwertelemente, die für gesunde Menschen in typischen Lebenssituationen als förderlich angesehen werden, ein. Der Nutri-Score bildet damit die Nährwertqualität umfassend ab.

Zur Ermittlung des Nutri-Score werden also ungünstige und günstige Nährwertelemente abgeglichen. Das erfolgt in drei Schritten:

- Im ersten Schritt wird der Gehalt der ungünstigen und der günstigen Nährwertelemente entsprechend ihrem jeweiligen Gehalt pro 100 g Lebensmittel oder Getränk ermittelt. Als ungünstige Nährwertelemente werden erfasst: der Gesamtzuckergehalt, gesättigte Fettsäuren, Natrium sowie der Energiegehalt. Als günstige Nährwertelemente sind Ballaststoffe, Proteine sowie generell Obst, Gemüse und Nüsse definiert. Für jeden Nährwertgehalt gibt es entlang von Bewertungsskalen, denen der Rayner-Score hinterlegt ist, Punkte.

- Im zweiten Schritt werden diese Punkte für die ungünstigen und die günstigen Nährwertelemente miteinander verrechnet. So gelangt man zu einer Gesamtpunktzahl für das Produkt. Hierbei gilt: Je geringer die Punktezah, desto hochwertiger das Nährwertprofil.
- Im dritten Schritt werden die Gesamtpunkte einer fünfstufigen Einteilung innerhalb des Nutri-Score zugewiesen. Jede Stufe ist hinterlegt mit einer Farbe und einem Buchstaben. Diese reichen von „grün“ und „A“ bis „rot“ und „E“.

Drei Schritte bis zum Nutri-Score

SCHRITT 1: Ermittlung der Punkte für günstige und ungünstige Nährwertelemente

+ Punkte für ungünstige Nährwertelemente:

- Energie
- Gesättigte Fettsäuren
- Gesamtzucker
- Natrium

- Punkte für günstige Nährwertelemente:

- Obst, Gemüse, Nüsse
- Ballaststoffe
- Protein

SCHRITT 2: Gesamtpunkte berechnen



$$(\sum \text{+ Punkte}) - (\sum \text{- Punkte}) = \text{Gesamtpunkte}$$

SCHRITT 3: Farben und Buchstaben zuweisen

Lebensmittel	Nutri-Score	Getränke
-15 Punkte bis -1 Punkt	A B C D E	Wasser
0 Punkte bis 2 Punkte	A B C D E	-15 Punkte bis 1 Punkt
3 Punkte bis 10 Punkte	A B C D E	2 Punkte bis 5 Punkte
11 Punkte bis 18 Punkte	A B C D E	6 Punkte bis 9 Punkte
19 Punkte und mehr	A B C D E	10 Punkte und mehr

> Nutri-Score betrachtet gesamthaft die Nährwertelemente eines Lebensmittels und gelangt zu einer farblich hinterlegten Fünf-Stufen-Skala

Punktzuweisung anhand zweier Produktbeispiele



0 Gesamtpunkte
für Activia Natur
3,5 %



Das Produkt hat die zweithöchste Nährwertqualität erreicht, die bei Nutri-Score möglich ist. In den Nutrition Commitments von DANONE ist Activia Natur 3,5 % ein Milchfrische-Produkt, das für den täglichen Verzehr geeignet ist.



11 Gesamtpunkte
für DANONE Twix Mix



Das Produkt hat die zweitniedrigste Nährwertqualität, die bei Nutri-Score möglich ist. Das Milchfrische-Produkt DANONE Twix Mix ist damit gemäß den Nutrition Commitments von DANONE für den gelegentlichen Verzehr geeignet.

Zur Orientierung: „gelegentlich“ bedeutet einen Verzehr von maximal zweimal pro Woche.

Nutri-Score unterscheidet sich somit von anderen Nährwertkennzeichnungssystemen. Um die Vergleichbarkeit für die Verbraucher zu erleichtern, wird der Nutri-Score nicht anhand von Portionsgrößen, sondern auf 100-Gramm-Basis berechnet. Anders als beispielsweise beim Modell der dreistufigen „multiplen“ Ampelkennzeichnung gibt es bei Nutri-Score eine Gesamtbewertung des Lebensmittels oder Getränks und daher auch nur eine farbliche Kennzeichnung, diese allerdings auf fünf leicht verständlichen Stufen.

Getestet in Verbraucherstudien

Dieses Modell wurde in der Folge unter anderem unter Mitwirkung der französischen Ernährungsbehörde ANSES und des Hohen Rats für öffentliche Gesundheit der französischen Republik weiterentwickelt. Im Zuge der Evaluierung wurden auch betroffene Stakeholder wie Verbraucherverbände und Unternehmen mit einbezogen. In mehreren Vergleichsstudien mit anderen Nährwertkennzeichnungssystemen, die zwischen 2015 und 2017 in Frankreich durchgeführt wurden, hatte Nutri-Score zudem seine Verständlichkeit beim Verbraucher und seine Wirkung auf das Einkaufsverhalten zu beweisen.

So ergaben zwei Studien, dass die befragten Verbraucher Nutri-Score im Vergleich zu anderen sogenannten „Front of Pack“-Labels wie der „multiplen Ampel“ oder auch dem GDA-Label als das am leichtesten erkennbare und am besten zu verstehende Kennzeichnungssystem bewerteten bzw. Nutri-Score bevorzugten. Über Nutri-Score war zudem die Wahrscheinlichkeit einer korrekten Einordnung der Produkte entlang der Nährwertgesamtqualität am höchsten. In fünf weiteren Studien zur Auswirkung auf das tatsächliche Kaufverhalten konnte zudem gezeigt werden, dass sich durch Nutri-Score die Nährwertqualität der von den Verbrauchern ausgewählten Produkte im Einkaufskorb am deutlichsten erhöhte – deutlicher als durch die „multiple Ampel“.

Verschiedene Kennzeichnungssysteme im Vergleich – Ergebnisse von Verbraucherstudien zum Verständnis und Kaufverhalten

	Spontanes Verbraucherverständnis*		Kaufverhalten: Verbesserter Warenkorb**	
	Studie 2017 (I)	Studie 2017 (II)	Studie 2017 (III)	
Nutri-Score	92,4 %	+9,3 %	+4,5 %	
Multiple Ampel	29 %	+4,8 %	+3,9 %	
GDA	16,6 %	+2,9 %	Keine signifikanten Veränderungen	

* Anteil der Testpersonen, die in der Lage waren, anhand der Kennzeichnungssysteme drei Produkte aus vier Lebensmittelkategorien korrekt entlang ihrer Nährwertgesamtqualität einzuordnen.

Studie 2017 (I): CREDOC FFAS. Les enquêtes complémentaires Etudes quantitatives. Evaluation ex ante de systèmes d'étiquetage nutritionnel graphique simplifié, 2017, Seite 38

** Prozentualer Anstieg der Teilnehmer mit verbesserter Nährwertqualität des Einkaufskorbes (entlang FSA Score) je nach Kennzeichnung.

Studie 2017 (II) – Studie in einem experimentellen Supermarkt: Crosetto, P., Lacroix, A., Muller, L., and Ruffieux, B. Modification des achats alimentaires en réponse à cinq logos nutritionnels. Cah Nut Diet, 2017; 52, 3, 129–133, Seite 3

Studie 2017 (III) – Feldstudie in 60 realen Supermärkten: Evaluation ex ante de systèmes d'étiquetage nutritionnel graphiques simplifiés. Rapport du comité scientifique. Fond Français pour l'Alimentation & la Santé (FFAS), Seite 51

Es verwundert daher nicht, dass Nutri-Score derzeit als die Nährwertkennzeichnung mit der umfangreichsten wissenschaftlichen Grundlage gilt und eine breite Unterstützung durch Wissenschaftler genießt. Verbraucherorganisationen wie „UFC-Que Choisir“ und „60 million consommateurs“ befürworten ebenfalls Nutri-Score. Folgerichtig fiel im März 2017 die Entscheidung der französischen Regierung auf Nutri-Score als präferiertes, freiwilliges Nährwertkennzeichnungsmodell. Ein Schritt, der auch von der WHO Europa begrüßt wurde.

DANONE unterstützt Nutri-Score

Der Nutri-Score entspricht den Zielen, wie sie DANONE in den Nutrition Commitments festgelegt hat. DANONE unterstützt dieses innovative Instrument zur Nährwertkennzeichnung.

Viele Industrie- und Handelsunternehmen machen bei der Einführung in Frankreich mit. Neben DANONE sind dies unter anderem Bonduelle, McCain, Weightwatchers, Fleury-Michon, Intermarché, Auchan und Leclerc. Nutri-Score wird parallel zur Einführung noch weiterentwickelt – so ist eine Ausweitung zum Beispiel auf Restaurants und Bäckereien in Frankreich in der Diskussion.

Die Kennzeichnung durch den Nutri-Score erleichtert die Auswahl von Lebensmitteln für eine ausgewogenere Ernährung. Sie ist bewusst nicht dafür gedacht, den Verbrauchern die Entscheidung abzunehmen. Die Verbraucher sollen gut informiert mit der Wahl ihrer Einkäufe bewusste Entscheidungen treffen können. So kann auch der Genuss von Lebensmitteln mit rotem Nutri-Score bei gelegentlichem Verzehr Teil einer bewussten Ernährung sein. Deshalb ist es auch wichtig zu bedenken, dass eine solche Kennzeichnung Lebensmittel nicht diskreditieren soll. Lebensmittel sind etwas Positives und sollen weiterhin wertgeschätzt werden.



Impressum

Herausgeber:

DANONE Public Affairs, Am Hauptbahnhof 18, 60329 Frankfurt am Main

Vi.S.d.P.: Nadine Küster

Redaktion: DANONE Public Affairs und Burson-Marsteller GmbH

Layout und Satz: publicgarden GmbH

Druck: Motiv Offset N. & S. Karatas GbR

Gedruckt auf hochweißem Premium-Recyclingpapier
aus 100 % Altpapier mit FSC®-Zertifikat und Blauem Engel.

Über DANONE

Ziel des führenden internationalen Lebensmittelunternehmens DANONE ist, durch gesunde Ernährung die Lebensqualität so vieler Menschen wie möglich zu verbessern. Daran arbeitet das Unternehmen in den vier Geschäftsbereichen DANONE Essential Dairy and Plant Based, DANONE Waters, DANONE Early Life Nutrition und DANONE Advanced Medical Nutrition. Das Unternehmen strebt danach, im Einklang mit der Unternehmensvision „One Planet. One Health“ Verbraucher zu gesünderen und nachhaltigeren Ess- und Trinkgewohnheiten zu inspirieren. Diese Vision spiegelt die feste Überzeugung wider, dass die Gesundheit der Menschen und die unseres Planeten untrennbar miteinander verbunden sind. Deshalb setzt DANONE auf gesundheitsorientierte Produkte und verpflichtet sich dazu, effizient und verantwortungsvoll zu handeln, um nachhaltige Werte zu schaffen und zu teilen – unter Einhaltung der höchsten Geschäftsstandards. Dies spiegelt sich in dem Ziel wider, als eines der ersten multinationalen Unternehmen B-Corp-zertifiziert zu werden. Mit seinen Produkten in über 120 Märkten erzielte DANONE im Jahr 2017 einen Umsatz von 24,7 Milliarden Euro. Das Portfolio enthält sowohl internationale Marken (Actimel, Activia, Alpro, Aptamil, Danette, Danio, Danonino, Evian, Nutricia, Nutrilon, Volvic u. a.) als auch lokale Marken wie AQUA, Blédina, Bonafont, Cow & Gate, Horizon, Mizone, Oikos, Prostokvashino, Seide und Vega. Über ein ADR-Programm (American Depositary Receipt) ist DANONE an der Euronext Paris gelistet und dadurch ein Bestandteil führender Indizes von Unternehmen mit sozialer Verantwortung, darunter die Dow Jones Sustainability Indexes, Vigeo, Ethibel Sustainability Index, MSCI Global Sustainability, MSCI Global SRI Indexes und der FTSE4Good Index.

DANONE
PUBLIC
AFFAIRS