

Hintergrund

Coca-Colas „Gesundheitspartnerschaften“

Stand: 03. Dezember 2015

1. Einführung

Übergewicht und Fettleibigkeit (Adipositas) bei Kindern sowie Erwachsenen haben in den vergangenen Jahrzehnten dramatisch zugenommen. Adipositas wird inzwischen als das am schnellsten wachsende Gesundheitsproblem eingestuft. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO)¹ sowie die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)² sprechen in diesem Zusammenhang von einer globalen „Adipositas-Epidemie“.

Insgesamt gelten 15 Prozent der Kinder in Deutschland als übergewichtig (Body Mass Index ≥ 25), 6,3 Prozent der Kinder sogar als fettleibig (Body Mass Index ≥ 30). Im Vergleich zu den 1990er-Jahren hat der Anteil übergewichtiger Kinder um 50 Prozent zugenommen.³ Bei den Erwachsenen gelten 66 Prozent (Männer) beziehungsweise 51 Prozent (Frauen) als übergewichtig und insgesamt etwa jeder fünfte Erwachsene als fettleibig.⁴ Zudem sind in Deutschland insgesamt etwa 6 Millionen Menschen an Diabetes erkrankt.⁵ Seit 1998 entspricht das einer altersbereinigten Steigerung um 24 Prozent. Mehr als 90 Prozent der Betroffenen leiden an Diabetes Typ 2.⁶

Public Health-Experten schreiben zuckerhaltigen Getränken eine besondere Rolle in dieser Entwicklung zu. Der Konsum zuckerhaltiger Getränke fördert nachweislich die Entstehung von Übergewicht sowie Diabetes Typ II⁷ und zugleich weiterer chronischer Krankheiten.⁸ Der deutsche Pro-Kopf-Verbrauch der sogenannten Erfrischungsgetränke⁹ hat laut Angaben der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke (wafg) seit 1970 um etwa 150 Prozent zugenommen¹⁰ und belief sich 2014 auf 119,8 Liter. Davon sind 79,6 Liter Limonaden.¹¹ Zahlreiche internationale wie nationale medizinische Fachgesellschaften plädieren daher für Marketing-Beschränkungen (u.a.: Deutsche Diabetes Gesellschaft¹², Deutsche Adipositas Gesellschaft¹³, Deutsche Allianz gegen Nichtübertragbare Krankheiten¹⁴, World Obesity Federation¹⁵, European Heart Network¹⁶, British Medical Association¹⁷, Weltgesundheitsorganisation (Europa)¹⁸).

¹ WHO; Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases. WHO Technical Report Series 916, Genf (2003)

² Sassi F; Obesity and the economics of prevention. Fit not fat. OECD, Paris (2010)

³ http://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Studien/Kiggs/Basiserhebung/GPA_Daten/Adipositas.pdf?blob=publicationFile

⁴ Max Rubner-Institut, 2008, Nationale Verzehrsstudie II (NVS II, 2005-2006)

⁵ http://www.diabetesde.org/ueber_diabetes/was_ist_diabetes/diabetes_in_zahlen/

⁶ <http://www.diabetes-stoppen.de/fakten/zahlen-und-fakten-zu-diabetes>

⁷ Vgl. Evidenzbasierte Leitlinie: Kohlenhydratzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten (2011), Hauner et al., 2007:

<https://www.dge.de/wissenschaft/leitlinien/leitlinie-kohlenhydrate/>

⁸ <http://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-drinks/soft-drinks-and-disease/>

⁹ Zu der Gruppe der „Erfrischungsgetränke“ zählen Limonaden, Schorlen, Wasser mit Aromen, Sport und Energy Drinks, Kaffee- und Teegetränke sowie Fruchtsaftgetränke

¹⁰ Zahlen für 1970 - 2010, siehe: <http://www.wafg.de/pdf/presse/110127095.pdf>

¹¹ Zahlen für 2000 - 2014, siehe: <http://www.wafg.de/pdf/presse/150618139.pdf>

¹² [http://www.deutsche-diabetes-gesellschaft.de/nc/presse/ddg-pressemeldungen/meldungen-detailansicht/article/25-jahre-wiedervereinigung-in-sachen-diabetes-ist-deutschland-nach-wie-vor-geteilt.html?cHash=6e86fa2a6e38d99633283d63f935c437&sword_list\[0\]=marketing](http://www.deutsche-diabetes-gesellschaft.de/nc/presse/ddg-pressemeldungen/meldungen-detailansicht/article/25-jahre-wiedervereinigung-in-sachen-diabetes-ist-deutschland-nach-wie-vor-geteilt.html?cHash=6e86fa2a6e38d99633283d63f935c437&sword_list[0]=marketing)

¹³ [http://www.adipositas-gesellschaft.de/index.php?id=373&tx_dagmitteilungen_pi1\[showUid\]=115&cHash=9b2be345f9cdeffb0514e7f71d495a6d](http://www.adipositas-gesellschaft.de/index.php?id=373&tx_dagmitteilungen_pi1[showUid]=115&cHash=9b2be345f9cdeffb0514e7f71d495a6d)

¹⁴ http://www.deutsche-diabetes-gesellschaft.de/fileadmin/Redakteur/Presse/04_Strategiepapier.pdf

¹⁵ http://www.worldobesity.org/site_media/uploads/PAHO_statement_supporting_Obesity_Plan_Sept_29_2014_v3.pdf

¹⁶ <http://www.eph.org/IMG/pdf/English.pdf>

¹⁷ <http://bma.org.uk/working-for-change/improving-and-protecting-health/food-for-thought>

¹⁸ http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0005/270716/Nutrient-Profile-Model_Version-for-Web.pdf?ua=1

Die Branche versucht gezielt die Debatte über die Ursachen von Übergewicht zu beeinflussen, um politische Maßnahmen zu verhindern, die den Konsum zuckerhaltiger Getränke mindern könnten. Der Lobbyverband wafg (Mitglieder u.a.: Coca-Cola, Pepsi, Red Bull) schreibt in einem Positionspapier, die „Förderung von Bewegung“ sei der „Schlüssel im Kampf gegen Übergewicht“. Der „immer stärker um sich greifende Bewegungsmangel“ sei „die zentrale Frage beim Thema Übergewicht – und nicht das Lebensmittelangebot“.¹⁹ Gleichzeitig lehnt die wafg „populistische Forderungen nach einer ‚Ampel‘-Kennzeichnung“ ab und sieht keinen Bedarf für gesetzliche Beschränkungen des an Kinder gerichteten Marketings für Lebensmittel.²⁰

2. Chronologie

9. August 2015

Die New York Times deckt finanzielle Verstrickungen von Coca-Cola mit Wissenschaftlern auf.²¹ Das „Global Energy Balance Network“ (GEBN), eine Forschungseinrichtung zum Thema Übergewicht, erhielt als Anschubfinanzierung 1,5 Millionen Dollar von Coca-Cola, davon 1 Millionen Dollar über eine Spende an die University of Colorado Foundation und weitere 507.000 Dollar über eine Spende an die University of South Carolina.

Der Vize-Präsident des GEBN, Dr. Steven Blair, vertritt Meinungen, die dem Stand der Forschung widersprechen: Dass zuckerhaltige Getränke und ungesunde Ernährung für die Entstehung von Übergewicht verantwortlich sind, sei nicht belegt. Er wirbt dafür, dass Bewegungsmangel das zentrale Problem sei.²² Der Bericht in der New York Times tritt eine weltweite Debatte darüber los, inwiefern Coca-Cola mit der Finanzierung von wissenschaftlicher Forschung und Gesundheitsorganisationen von der eigenen Verantwortung für die globale Adipositas-Epidemie ablenkt, indem Bewegungsmangel in den Fokus gerückt wird.²³

11. August 2015

James O. Hill, Präsident des GEBN und zugleich Professor für Pädiatrie an der University of Colorado Denver²⁴, äußert sich zu den Vorwürfen. Er verweist darauf, dass die Forschungsprojekte des GEBN unabhängig seien und nicht von Coca-Cola freigegeben werden müssten. Zudem verweist er darauf, dass Industrie-Kooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen heutzutage üblich seien und an der University of Colorado Richtlinien bestünden, die einen hohen ethischen Standard sicherstellten.²⁵

19. August 2015

Muhtar Kent, CEO der Coca-Cola Company, veröffentlicht einen Gastbeitrag Wall Street Journal, in dem er zu den Vorwürfen Stellung nimmt.²⁶ Er sei „enttäuscht“ darüber, dass einige ihrer Aktivitäten zu „Misstrauen“ geführt hätten. Mit der Finanzierung wissenschaftlicher Forschung wolle Coca-Cola „wissenschaftsbasiert“ zur Debatte beitragen, wie der Adipositas-Epidemie begegnet werden kann. Zu den Vorwürfen, dass Coca-Cola von der eigenen Verantwortung

¹⁹ <http://www.wafg.de/pdf/wafg/obesity.pdf>

²⁰ http://www.wafg.de/pdf/GI/2013_03.pdf

²¹ http://well.blogs.nytimes.com/2015/08/09/coca-cola-funds-scientists-who-shift-blame-for-obesity-away-from-bad-diets/?_r=0

²² „Most of the focus in the popular media and in the scientific press is, ‘Oh they’re eating too much, eating too much, eating too much’ — blaming fast food, blaming sugary drinks and so on. And there’s really virtually no compelling evidence that that, in fact, is the cause.“ (Vice President, Steven N. Blair, des Global Energy Balance Network: https://www.youtube.com/watch?v=9xBV_Enlh1A)

²³ Der Artikel wurde weltweit in Leitmedien zitiert, u.a. im Guardian: <http://www.theguardian.com/society/2015/aug/11/obesity-junk-food-exercise-global-energy-balance-network-coca-cola>; der Süddeutschen Zeitung: <http://www.sueddeutsche.de/politik/coca-cola-klebrige-argumente-1.2602390>; bei Aljazeera: <http://america.aljazeera.com/opinions/2015/8/the-viralization-of-pseudoscience.html>

²⁴ http://www.ucdenver.edu/academics/colleges/medicalschoo/departments/medicine/EndocrinologyMetabolismDiabetes/faculty_staff/Pages/Hill.aspx

²⁵ <https://gebn.org/news/home/item/64-james-hill-statement> [abgerufen am 16.11.2015, mittlerweile nicht mehr online, verfügbar im Cache unter

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IZV5rHOJF5J:https://gebn.org/news/home/item/64-james-hill-statement+&cd=7&hl=nl&ct=clnk&gl=nl>]

²⁶ <http://www.wsj.com/articles/coca-cola-well-do-better-1440024365>

ablenken wolle, erklärt er: „*The characterization of our company does not reflect our intent or our values.*“

Zugleich verspricht der CEO Transparenz: Er habe Sandy Douglas, die Nordamerika-Chefin von Coca-Cola, dazu angewiesen, eine Liste mit „Gesundheitspartnerschaften“ zu veröffentlichen, die Coca-Cola Nordamerika in den vergangenen fünf Jahren finanziert hat.

22. September 2015

Coca-Cola veröffentlicht auf eine Liste von Forschungseinrichtungen, Wissenschaftlern sowie Initiativen und Organisationen rund um das Thema Ernährung und Bewegung, die in den Jahren 2010 bis 2015 von Coca-Cola Nordamerika finanziert wurden. Laut einem Gastbeitrag von Nordamerika-Chefin Sandy Douglas habe Coca-Cola in diesem Zeitraum 118,6 Millionen Dollar in solche „Gesundheitspartnerschaften“ investiert, davon 21,8 Millionen Dollar für wissenschaftliche Forschung und 96,8 Millionen Dollar für Sponsoring von Gesundheitsprojekten und -initiativen.²⁷ Coca-Cola plant alle sechs Monate eine Aktualisierung der bereitgestellten Informationen.

Neben den bereits bekannten 1,5 Millionen Dollar für das GEBN finden sich in der veröffentlichten Liste unter anderem Spenden an die American Academy of Pediatrics über insgesamt etwa 3 Millionen Dollar, Spenden an die American Cancer Society über etwa 1,9 Millionen Dollar sowie Spenden an die Healthy Weight Commitment Foundation über etwa 5 Millionen Dollar.²⁸

Die Liste enthält ausschließlich in Nordamerika finanzierte Projekte. Es werden keine Angaben über finanzierte Forschungseinrichtungen oder Gesundheitsinitiativen in Europa gemacht. Zudem haben einige finanzierte Organisationen und Wissenschaftler einer Veröffentlichung durch Coca-Cola Nordamerika nicht zugestimmt.

16. Oktober 2015

foodwatch wendet sich in einem Brief an Muhtar Kent, den CEO der Coca-Cola Company. Darin begrüßt foodwatch Coca-Colas Bekenntnis zu Transparenz mitsamt seiner Order an Coca-Cola Nordamerika, eine Liste der von Coca-Cola in Nordamerika finanzierten Gesundheitspartnerschaften zu veröffentlichen. foodwatch bittet den weltweiten CEO, selbige Order auch für die Coca-Cola Europa Gruppe zu erteilen, damit auch die Öffentlichkeit erfährt, welche wissenschaftlichen Forschungseinrichtungen und Gesundheitsorganisationen Coca-Cola im europäischen Raum in den vergangenen Jahren finanziert hat.²⁹

6. November 2015

Die University of Colorado Denver kündigt an, die 1 Millionen-Dollar-Spende von Coca-Cola Nordamerika zurückzahlen zu wollen, die zur Anschubfinanzierung des GEBN genutzt werden sollte. Das GEBN wolle weiterhin durch eine „Balance von Ernährung und Bewegung“ zu mehr Gesundheit beitragen; die Finanzierung durch Coca-Cola habe von diesem übergeordneten Ziel abgelenkt.³⁰

9. November 2015

Dr. Nikolaus Takek, Chef-Lobbyist der Coca-Cola Europa Gruppe, antwortet auf den Brief von foodwatch. Coca-Cola Europa habe bereits Schritte unternommen, um Verbrauchern zu helfen, die Zuckeraufnahme durch Getränke zu verringern und verweist in diesem Zusammenhang auf

²⁷ <http://transparency.coca-colacompany.com/>

²⁸ <http://transparency.coca-colacompany.com/transparency-search?noCache=true>

²⁹ http://www.foodwatch.org/uploads/media/Korrespondenz_foodwatch_Coca-Cola.pdf

³⁰ <http://www.ucdenver.edu/academics/colleges/medicalschoo/administration/news/ResearchNews/Pages/Coca-Cola-Funds-Returned.aspx>

kleinere Packungsgrößen, Rezepturveränderungen und zusätzliche Marketingausgaben für zuckerfreie Alternativen. Zusätzlich dazu unterstützte Coca-Cola regionale Programme zur Bewegungsförderung.

Herr Tacke kündigt in dem Brief an foodwatch zudem an, dem Beispiel Coca-Cola Nordamerika folgen und Transparenz über die finanzierten „Gesundheitspartnerschaften“ schaffen zu wollen:

*“In the US, we recently published a list of health and well-being partnerships and research activities we fund there, dating back to 2010. **We will be following this initiative** to inform and improve our approach in markets across Europe, to ensure the work we do in this area is easy to access and understand for anyone who wishes to see it.”* (Hervorhebung durch foodwatch)

24. November 2015

Die US-amerikanische Presseagentur Associated Press (AP) berichtet, dass – entgegen vorheriger Beteuerungen der Beteiligten – Coca-Cola offensichtlich an mehreren Stellen Einfluss auf die Arbeit des GEBN genommen hat.³¹ So habe das Unternehmen bei der Auswahl der Leiter des Netzwerks und der Formulierung des Leitbilds geholfen, Videos und Artikel für die Webseite vorgeschlagen und sich sogar bei der Farbgebung des Logos eingemischt. Dies gehe aus E-Mails zwischen Coca-Cola und dem GEBN hervor, welche AP vorliegen.³²

Am selben Tag wird bekannt, dass die Wissenschafts- und Gesundheitschefin von Coca-Cola, Rhona S. Applebaum, das Unternehmen nach elf Jahren verlässt.³³ Sie hatte den Aufbau des GEBN organisiert. In der Vergangenheit hatte sie erklärt, dass Beziehungen zu Top-Wissenschaftlern sehr wichtig seien, um die Debatte über Softdrinks „auszubalancieren“.

1. Dezember 2015

Das Forschungsnetzwerk GEBN gibt auf seiner Webseite bekannt, dass es seine Aktivitäten ab sofort einstelle.³⁴ Der Grund seien „begrenzte Ressourcen“.

2. Dezember 2015

In einer Antwort an Coca-Colas Cheflobbyisten Dr. Nikolaus Tacke begrüßt foodwatch die Ankündigung des Unternehmens, auch die in Europa finanzierte „Gesundheitspartnerschaften“ offenlegen zu wollen. foodwatch fordert die Veröffentlichung der Liste bis Ende Januar 2016.

3. Coca-Cola Deutschland und „Gesundheitspartnerschaften“

Auch in Deutschland beeinflusst Coca-Cola die Debatte über Maßnahmen zur Bekämpfung von Übergewicht, indem das Unternehmen die öffentliche Aufmerksamkeit auf Bewegungsmangel lenkt. Noch ist nicht bekannt, in welchem Umfang Coca-Cola in Deutschland wissenschaftliche Forschung zum Thema Ernährung und Bewegung finanziert. In dem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens sind jedoch bereits folgende von Coca-Cola Deutschland finanzierten Gesundheitsprojekte und -initiativen genannt³⁵:

³¹ <http://www.msn.com/en-us/money/inside-the-ticker/emails-reveal-cokes-influence-over-anti-obesity-group/ar-BBno7Ec?ocid=se>

³² <http://bigstory.ap.org/article/eac573c073b6429bb302d94acc787c2b/excerpts-emails-between-coke-anti-obesity-group-0>

³³ http://well.blogs.nytimes.com/2015/11/24/cokes-chief-scientist-who-orchestrated-obesity-research-is-leaving/?_r=0

³⁴ www.gebn.org [abgerufen am 2.12.2015]: “Effective immediately, GEBN is discontinuing operations due to resource limitations. We appreciate the commitment to energy balance that the membership has demonstrated since our inception, and encourage members to continue pursuing the mission ‘to connect and engage multi-disciplinary scientists and other experts around the globe dedicated to applying and advancing the science of energy balance to achieve healthier living’”; <http://www.cbsnews.com/news/anti-obesity-group-funded-by-coke-global-energy-balance-network-disbanding/>

³⁵ <http://nachhaltigkeitsbericht.coca-cola.de/aktiver-lebensstil>

- **„Hör auf Dein Herz“-Initiative:** „Kooperation“ der mit der Deutschen Gesellschaft für Geschlechtsspezifische Medizin und Prof. Dr. Vera Regitz Zagrosek von der Charité Universitätsmedizin Berlin; in diesem Zusammenhang **200.000 Euro** für die „Berliner Frauen Risikoevaluation (BEFRI)“
- **Fanta Spielplatz-Initiative:** „Kooperation“ zwischen Fanta, dem Deutschen Kinderhilfswerk und dem TÜV Rheinland; in diesem Zusammenhang **180.000 Euro** für Spielplätze
- **Special Olympics:** „Getränkespenden“ im Wert von **5.000 Euro** „für Sportler sowie Helfer“ sowie zum „Aufbau der Laufgruppen“ von 2013 bis 2015 insgesamt **250.000 Euro**
- **Stiftung Deutsche Sporthilfe:** Spende über **37.500 Euro** „für die professionelle Förderung junger Talente“
- **Mission Olympic:** Gemeinsam mit dem Deutschen Olympischen Sportbund sucht Coca-Cola im Rahmen eines Wettbewerbs „Deutschlands aktivste Stadt, um auch Menschen, die derzeit nicht aktiv Sport treiben, zu mehr Sport und Bewegung zu motivieren“; in diesem Zusammenhang: Gewinner und Siegprämien 2013 von insgesamt **165.000 Euro**
- **Plattform Ernährung und Bewegung:** Coca-Cola Deutschland ist Mitglied in der Plattform Ernährung und Bewegung (peb). Laut peb-Beitragsordnung zahlen Mitgliedsunternehmen, die einen jährlichen Umsatz über 1 Milliarde Euro erwirtschaften, Jahresbeiträge an den Verein in Höhe von **25.000 Euro**.³⁶

³⁶ http://www.pebonline.de/uploads/tx_ernaehrungundbewegung/Beitragsordnung_neu.pdf