

Zahlen und Fakten zum „Coca-Cola-Report“

Stand: März 2018

Adipositas und Diabetes – die unrühmliche Rolle der Zuckergetränke

- Schon eine Dose überzuckerte Limonade am Tag erhöht das Risiko für die Entstehung von Übergewicht und Typ-2-Diabetes.¹
- Deutschland ist mit etwa 84 Litern pro Kopf und Jahr eines der Länder mit dem weltweit höchsten Verbrauch an Zuckergetränken.²
- Jungen zwischen 14 und 17 Jahren trinken im Schnitt etwa einen halben Liter Zuckergetränke pro Tag.³ Zum Vergleich: Die Amerikanische Herzgesellschaft empfiehlt für Heranwachsende maximal 240 Milliliter – pro Woche.⁴
- In Deutschland gilt aktuell etwa jeder vierte Erwachsene und etwa jeder zehnte Jugendliche als fettleibig.⁵
- Die Zahl der in Deutschland an Typ-2-Diabetes erkrankten Personen wird auf 6,7 Millionen geschätzt, Tendenz steigend.⁶ Deutschland ist unter den zehn Ländern weltweit mit der höchsten Prävalenz von Diabetes.⁷
- In Deutschland führt allein Adipositas Schätzungen zufolge zu gesamtgesellschaftlichen (direkten und indirekten) Kosten in Höhe von 63 Milliarden Euro jährlich, Diabetes schätzungsweise zu Kosten von 35 Milliarden Euro.⁸

Das Geschäft mit Coca-Cola & Co.

- Coca-Cola ist in Deutschland und weltweit Marktführer im Segment der „Erfrischungsgetränke“: In Deutschland betrug der Marktanteil 2016 rund 36 Prozent (3,6 Milliarden Liter).⁹
- Bei Coca-Cola Deutschland machen „Erfrischungsgetränke mit Zucker“ 64,8 Prozent des Absatzvolumens aus, „Erfrischungsgetränke ohne Zucker“ (Zero, Light) lediglich 18,9 Prozent.¹⁰

¹ Malik VS et al. Sugar-sweetened beverages and risk of metabolic syndrome and type 2 diabetes: a meta-analysis. *Diabetes Care*. 2010;33:2477-83.; Schulze MB et al. Sugar-Sweetened Beverages, Weight Gain, and Incidence of Type 2 Diabetes in Young and Middle-Aged Women. *JAMA*, August 25, 2004 -Vol 292, No.8; [Malik VS, Schulze MB, Hu FB. Intake of sugar-sweetened beverages and weight gain: a systematic review. *Am J Clin Nutr* 2006; 84: 27488.; Te Morenga L, Mallard S, Mann J. Dietary sugars and body weight: systematic review and meta-analyses of randomised controlled trials and cohort studies. *BMJ* 2012; 346: e7492.; de Koning L, Malik VS, Rimm EB, Willett WC, Hu FB. Sugar-sweetened and artificially sweetened beverage consumption and risk of type 2 diabetes in men. *Am J Clin Nutr* 2011; 93: 1321-7.; Greenwood DC, Threapleton DE, Evans CE, Cleghorn CL, Nykjaer C, Woodhead C, Burley VJ. Association between sugar-sweetened and artificially sweetened soft drinks and type 2 diabetes: systematic review and dose-response meta-analysis of prospective studies. *Br J Nutr* 2014; 112: 725-34.; Imamura F, O'Connor L, Ye Z, Mursu J, Hayashino Y, Bhupathiraju SN, Forouhi NG. Consumption of sugar sweetened beverages, artificially sweetened beverages, and fruit juice and incidence of type 2 diabetes: systematic review, meta-analysis, and estimation of population attributable fraction. *BMJ* 2015; 351: h3576](#)

² <http://www.ehla-europe.eu/the-international-chair-on-cardiometabolic-risk/>

³ Konsum zuckerhaltiger Erfrischungsgetränke bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland – Querschnittergebnisse aus KiGGS Welle 2 und Trends - Fact sheet - JoHM 1/2018. Robert Koch-Institut (2018)

⁴ Vgl. Top Ten Things to Know: Added Sugars and Cardiovascular Disease Risk in Children. American Heart Association. 2016.

http://www.heart.org/idc/groups/ahamah-public/@wcm/@sop/@smd/documents/downloadable/ucm_487695.pdf

⁵ Robert-Koch-Institut, 2015. Gesundheit in Deutschland. Gesundheitsberichterstattung des Bundes. Gemeinsam getragen von RKI und Destatis. Berlin: RKI.

⁶ ebd.

⁷ IDF Diabetes Atlas 8th Edition 2017 Global fact sheet: <https://www.idf.org/component/attachments/task=download&id=1525;Atlas-8e-Global-factsheet>

⁸ Vgl. Effetz et al. The costs and consequences of obesity in Germany: a new approach from a prevalence and life-cycle perspective, *The European Journal of Health Economics*, 2014; <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26701837>

⁹ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/284691/umfrage/absatz-der-groessten-hersteller-von-erfrischungsgetraenken-in-deutschland/>

- Je mehr gesündere Produkte ein Unternehmen verkauft, desto schlechter wird die Rentabilität: Die Profitmargen von Softdrinks liegen bei 16,7 Prozent, die von Obst und Gemüse bei 4,6 Prozent.¹¹
- Der Netto-Umsatz von Coca-Cola betrug 2007 28,9 Milliarden USD, im Jahr 2016 waren es 41,9 Milliarden – trotz eines leichten Umsatzrückgangs in den letzten Jahren ist das immer noch rund acht Mal mehr als 1980.¹²

Die junge Zielgruppe im Visier der Marketingexperten

- Während Coca-Cola weltweit 1985 rund 750 Millionen USD für Werbung ausgab, waren es 2013 schon 3,3 Milliarden und 2016 vier Milliarden USD, die in Werbemaßnahmen investiert wurden – selbst inflationsbereinigt ist das in 30 Jahren eine Steigerung um 250 Prozent.¹³
- Coca-Cola tätig in Deutschland im Vergleich zu anderen Herstellern die mit weitem Abstand höchsten Werbeausgaben für alkoholfreie Getränke: 2017 gab der Konzern 172,6 Millionen Euro aus.¹⁴
- Für 61 Prozent der Jugendlichen ist Youtube das liebste Online-Angebot.¹⁵
- Neun der 20 meistabonnierten Youtuber Deutschlands waren bereits im Coca-Cola eigenen Youtube-Kanal „Coke TV“ zu sehen.¹⁶
- 24 Youtuber mit mehr als 1 Million Abonnenten waren bereits bei „Coke TV“ zu sehen.¹⁷
- „Coke TV“ hat aktuell mehr als 335.000 Abonnenten, Videos von „Coke TV“ wurden mehr als 65 Millionen Mal abgerufen (seit Start am 25.02.2014).¹⁸

Politische Maßnahmen für gesunde Ernährung

- Die Europäische Lebensmittelwirtschaft investierte etwa 1 Milliarde Euro, um die verpflichtende Nährwert-Ampel auf europäischer Ebene zu verhindern und ihr eigenes GDA-Modell (Guideline Daily Amount) durchzusetzen.¹⁹
- Nach Einführung einer Steuer auf unausgewogene Produkte haben in Ungarn etwa 40 Prozent der Hersteller die Rezepturen der betroffenen Produkte geändert.²⁰

¹⁰ Vgl. Coca-Colas EXECUTIVE SUMMARY NACHHALTIGKEIT 2016. <https://www.coca-cola-deutschland.de/content/dam/journey/de/de/private/fileassets/pdf/2017/Coca-Cola-Executive-Summary-2016.pdf>

¹¹ JP Morgan, Global Equity Research (2006) Obesity –Re-Shaping the Food Industry, S. 16ff:

http://www.unepfi.org/fileadmin/documents/materiality2/obesity_jpmorgan_2006.pdf

¹² <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/259159/umfrage/entwicklung-des-nettoumsatzes-der-coca-cola-company/>, <http://investingden.com/static/archive/ko/1985.pdf>

¹³ <http://investingden.com/static/archive/ko/1985.pdf>, <http://www.coca-colacompany.com/content/dam/journey/us/en/private/fileassets/pdf/investors/2016-AR-10-K.pdf>, <http://www.coca-colacompany.com/content/dam/journey/us/en/private/fileassets/pdf/2015/02/2014-annual-report-on-form-10-k.pdf>

¹⁴ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/199815/umfrage/die-20-groessten-werbungtreibenden-fmcg-hersteller-nach-ausgaben-fuer-werbung/>

¹⁵ http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Presse/2015/mpfs_PM6_2015.pdf

¹⁶ Freekickerz, BibisBeautyPalace, Julien Bam, ApeCrime, The Voice Kids, Julienco, Felix von der Laden, ConCrafter, DieLochis; siehe

<https://www.youtube.com/user/CokeTV> bzw. <https://socialblade.com/youtube/top/country/de/mostsubscribed>

¹⁷ Freekickerz, BibisBeautyPalace, Julien Bam, ApeCrime, The Voice Kids, Julienco, Felix von der Laden, ConCrafter, DieLochis, Emrah, rewinside, ApeCrimeTV, Shirin David, Jonas, Kelly MissesVlog, Bullshit TV, LPmitKev, Sturmwaffel, Julia Beautx, Joyce, izzy, BarbaraSofie, HandOfBlood, Cheng; siehe: siehe

<https://www.youtube.com/user/CokeTV> bzw. <https://socialblade.com/youtube/top/country/de/mostsubscribed>

¹⁸ <https://www.youtube.com/user/CokeTV>

¹⁹ Vgl. <https://corporateeurope.org/news/red-light-consumer-information>

- In Mexiko ist im ersten Jahr nach Einführung einer Steuer der Verkauf von Zuckergetränken innerhalb eines Jahres um sechs Prozent, später sogar um zwölf Prozent zurückgegangen.²¹ Eine spätere Evaluierung der mexikanischen Regierung ergab einen Rückgang um etwa sechs Prozent im ersten Jahr und einen Rückgang um etwa acht Prozent im zweiten Jahr – jeweils zum Vergleichszeitraum vor Einführung der Steuer.²² Der Befund konnte in einer weiteren Studie aus dem Jahr 2017 bestätigt werden.²³
- Der Konsum von Zuckergetränken ist in der US-amerikanischen Stadt Berkeley nach Einführung einer Sondersteuer 2015 im ersten Jahr um etwa 20 Prozent gesunken, der Konsum von Wasser um 60 Prozent angestiegen, wie eine Befragung ergab.²⁴ Eine spätere Studie zur Entwicklung der Verkaufszahlen zeigte, dass der Verkauf der besteuerten Getränke um etwa 10 Prozent zurückging, während der Verkauf nicht besteuerteter Getränke zunahm.²⁵
- Laut der Weltgesundheitsorganisation (WHO) würde eine 20-prozentige Abgabe den Konsum von Zuckergetränken um etwa 20 Prozent reduzieren, was der Entstehung von Adipositas und Diabetes vorbeugt.²⁶

²⁰ Vgl. World Health Organization, Regional Office for Europe. PUBLIC HEALTH PRODUCT TAX IN HUNGARY: An example of successful intersectoral action using a fiscal tool to promote healthier food choices and raise revenues for public health. http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0004/287095/Good-practice-brief-public-health-product-tax-in-hungary.pdf?ua=1

²¹ M Arantxa Colchero et al. Beverage purchases from stores in Mexico under the excise tax on sugar sweetened beverages: observational study. BMJ 2016; 352 doi: <https://www.bmj.com/content/352/bmj.h6704>

²² Vgl. <https://www.insp.mx/epppo/blog/4063-tax-sugar-sweetened-beverages.html>

²³ M Arantxa Colchero et al. In Mexico, Evidence Of Sustained Consumer Response Two Years After Implementing A Sugar-Sweetened Beverage Tax. Health Aff (Millwood). 2017 Mar 1;36(3):564-571. Epub 2017 Feb 22. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28228484>

²⁴ Vgl. Jennifer Falbe et al. Impact of the Berkeley Excise Tax on Sugar-Sweetened Beverage Consumption. American Journal of Public Health: October 2016, Vol. 106, No. 10, pp. 1865-1871. <http://ajph.aphapublications.org/doi/abs/10.2105/AJPH.2016.303362>

²⁵ Silver, LD et al. (2017) Changes in prices, sales, consumer spending, and beverage consumption one year after a tax on sugar-sweetened beverages in Berkeley, California, US: A before-and-after study. PLoS Medicine 14(4): e1002283

²⁶ Vgl. World Health Organization. Taxes on sugary drinks: Why do it? (2017) <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/260253/WHO-NMH-PND-16.5Rev.1-eng.pdf?sequence=1>