



Berlin, 16. April 2026

Gemeinsame Stellungnahme der Verbände der Lebensmittelwirtschaft zum Antrag (Bundrats-Drucksache Nr. 145/26) aus Schleswig-Holstein zur geplanten Einführung einer Zuckersteuer

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit dem Antrag des Landes Schleswig-Holstein zur Einführung einer Zuckersteuer steht eine weitreichende staatliche Eingriffsmaßnahme zur Entscheidung, die wir als breite Allianz der Lebensmittelwirtschaft mit Nachdruck ablehnen. Der Vorschlag folgt einer Logik, die auf symbolische Steuerpolitik statt auf evidenzbasierte Lösungen setzt.

Er greift tief in Konsumfreiheit, Marktmechanismen und bewährte Kooperationsansätze ein – ohne dass seine Wirksamkeit wissenschaftlich belastbar belegt wäre.

1. Politik ohne Evidenz: Die Zuckersteuer ist wissenschaftlich nicht tragfähig

Ein staatlicher Eingriff dieser Größenordnung setzt voraus, dass seine Wirksamkeit eindeutig belegt ist. Genau das ist nicht der Fall. Eine umfassende wissenschaftliche Analyse zentraler Studien¹ kommt zu dem Ergebnis, dass keine der häufig herangezogenen Untersuchungen den Anforderungen evidenzbasierter Politik genügt. Es fehlen belastbare Kausalitätsnachweise, realitätsnahe Modellannahmen und eine verlässliche Datenbasis. Die politische Argumentation stützt sich damit im Kern auf Modellrechnungen, die Wirkung lediglich unterstellen, nicht belegen. Wer auf dieser Grundlage in Märkte eingreift, ersetzt wissenschaftliche Evidenz durch politische Wunschvorstellungen.

2. Verzerrte Problembeschreibung statt faktenbasierter Analyse

Der Antrag zeichnet ein Bild, das mit der tatsächlichen Entwicklung in Deutschland nicht übereinstimmt. Der Konsum zuckerhaltiger Erfrischungsgetränke bei Kindern und Jugendlichen ist in den vergangenen Jahren zurückgegangen. Die große Mehrheit konsumiert diese Produkte nicht täglich, und auch hohe Konsummengen haben sich reduziert². Gleichzeitig zeigen die verfügbaren Daten: Die Prävalenz von Übergewicht und Adipositas ist seit Jahren stabil³.

3. Die Realität zeigt: Freiwilligkeit wirkt – und zwar messbar

Die Lebensmittelwirtschaft hat längst gehandelt – und zwar erfolgreich. Der Zuckergehalt von marktrelevanten Erfrischungsgetränken wurde seit 2018 um rund 15 Prozent reduziert.⁴ Diese Entwicklung ist das Ergebnis freiwilliger Reformulierungen, Innovationen und eines breiteren Produktangebots. Auch zahlreiche andere Branchen der Ernährungsindustrie haben den Zuckergehalt Ihre Produkte in den vergangenen Jahren signifikant gesenkt. Die politische Botschaft des Antrags lautet dennoch: Kooperation reicht nicht, es braucht staatlichen Zwang. Damit wird ein funktionierender Ansatz ohne Not delegitimiert.

4. Zuckersteuer: Belastung ohne gesicherten Nutzen

Eine Zuckersteuer ist kein neutrales Instrument. Sie bedeutet gerade in Zeiten hoher und weiter steigender Preise eine zusätzliche Belastung für Verbraucherinnen und Verbraucher, zusätzliche Bürokratie für Unternehmen, Eingriffe in die Konsumententscheidungen der Menschen und all das ohne belastbaren Nachweis eines gesundheitlichen Nutzens.

5. Symbolpolitik statt wirksamer Prävention

Übergewicht und ernährungsmitbedingte Erkrankungen sind komplexe gesellschaftliche Herausforderungen. Sie lassen sich nicht durch die isolierte Verteuerung einzelner Produkte

¹ Schüller et al, Statistisch-methodische Bewertung von Modellierungsstudien zu den Effekten einer Zuckersteuer, 2025, Online abrufbar unter <https://www.lebensmittelverband.de/de/verband/positionen/positionspapier-statistisch-methodische-bewertung-von-modellierungsstudien-zu-den-effekten-einer-zuckersteuer>

² Mensink GBM, Schienkiewitz A, Rabensberg M, Borrmann A, Richter A, Haftenberger M. Konsum zuckerhaltiger Erfrischungsgetränke bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland – Querschnittergebnisse aus KiGGS Welle 2 und Trends. Journal of Health Monitoring. 2018;3(1):32–9. DOI: 10.17886/RKI-GBE-2018-007. Online abrufbar unter: <https://edoc.rki.de/handle/176904/3033>

³ Schienkiewitz A, Brettschneider A-K, Damerow S, Schaffrath Rosario A. Übergewicht und Adipositas im Kindes- und Jugendalter in Deutschland – Querschnittergebnisse aus KiGGS Welle 2 und Trends. Journal of Health Monitoring. 2018;3(1):16–23. DOI: 10.17886/RKI-GBE-2018-005.2. Online abrufbar unter: <https://edoc.rki.de/handle/176904/3031.2>

⁴ vgl. Pressemitteilung des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH), online abrufbar unter www.bmleh.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2025/054-zwischenbilanz-weniger-zucker.html

lösen. Wer ernsthaft Prävention betreiben will, muss bei den entscheidenden Faktoren ansetzen: Ernährungsbildung, Bewegung, Lebensumfeld und soziale Rahmenbedingungen. Eine Steuer auf einzelne Zutaten ist dagegen ein Instrument, das zwar mehr Steuereinnahmen für den Staat generiert, aber nicht auf die Gesundheit der Bürgerinnen und Bürger einwirkt. Eine Steuer kann Konsum verschieben, aber keine nachhaltigen gesundheitlichen Verbesserungen garantieren.

Wir appellieren daher eindringlich an Sie: Setzen Sie auf faktenbasierte Politik statt auf symbolische Eingriffe – und lehnen Sie die Einführung einer Zuckersteuer ab.

Für Gespräche und einen konstruktiven Dialog über zielführende gemeinsame Maßnahmen stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

- **Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss**
Kim Cheng, Hauptgeschäftsführerin
- **Arbeitsgemeinschaft Deutscher Rübenbauverbände**
Bernhard Conzen, Vorsitzender
- **Bundesverband der Deutschen Spirituosenindustrie und -importeure e. V.**
Angelika Wiesgen-Pick, Geschäftsführerin
- **Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.**
Dr. Carsten Bernoth, Hauptgeschäftsführer
- **Bundesverband der Deutschen Systemgastronomie e. V.**
Markus Suchert, Hauptgeschäftsführer
- **Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie e. V.**
Christoph Freitag, Geschäftsführer
- **Bundesverband des Deutschen Getränkefachgroßhandels e. V.**
Dirk Reinsberg, Geschäftsführender Vorstand
- **Bundesverband Deutscher Wurst- und Schinkenproduzenten e. V.**
Horst Koller, Geschäftsführer
- **Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e. V.**
Antonin Finkelnburg, Hauptgeschäftsführer
- **Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V.**
Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer
- **Der Backzutatenverband e. V.**
Christof Crone, Geschäftsführer
- **Deutscher Bauernverband**
Stefanie Sabet, Generalsekretärin

- **Deutscher Brauer-Bund e. V.**
Holger Eichele, Hauptgeschäftsführer
- **Deutscher Fleischer-Verband**
Martin Fuchs, Hauptgeschäftsführer
- **Deutscher Hotellerie- und Gastronomieverband e.V.**
Jana Schimke, Hauptgeschäftsführerin
- **Deutscher Konditorenbund**
Gerhard Schenk, Hauptgeschäftsführer
- **Kulinaria Deutschland e. V.**
Dr. Markus Weck, Hauptgeschäftsführer
- **Lebensmittelverband Deutschland e. V.**
Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer
- **Milchindustrie-Verband e. V.**
Dr. Björn Börgermann, Hauptgeschäftsführer
- **Private Brauereien Deutschland**
Martin Schimpf, Präsident
- **Private Mills Germany**
Christof Engelke, Präsident
- **Süßstoffverband e. V.**
Isabelle Begger, Vorstand
- **SWEETS GLOBAL NETWORK e.**
Joachim Eckert, Vorstandsvorsitzender
- **Union der italienischen Speiseeishersteller e. V.**
Augusto De Pellegrin, Präsident
- **Verband der Deutschen Fruchtsaftindustrie e. V.**
Klaus Heitlinger, Geschäftsführer
- **Verband der Fleischwirtschaft e.V.**
Steffen Reiter, Hauptgeschäftsführer
- **Verband der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft e. V.**
Dr. Peter Haarbeck, Hauptgeschäftsführer
- **Verband der ölsaatenverarbeitenden Industrie in Deutschland e. V.**
Dr. Momme Matthiesen, Geschäftsführer
- **Verband des Deutschen Getränke-Einzelhandels e. V.**
Andreas Vogel, Vorstand

- **Verband Deutscher Großbäckereien e. V.**
Tobias Schuhmacher, Hauptgeschäftsführer
- **Verband Deutscher Mineralbrunnen e. V.**
Jürgen Reichle, Geschäftsführer
- **Verein der Zuckerindustrie e. V.**
Günter Tissen, Hauptgeschäftsführer
- **Wirtschaftliche Vereinigung Zucker**
Günter Tissen, Hauptgeschäftsführer
- **Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke**
Dr. Detlef Groß, Hauptgeschäftsführer
- **Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft e. V.**
Wolfgang Schleicher, Geschäftsführer
- **Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft e. V.**
Dr. Bernd Nauen, Hauptgeschäftsführer
- **Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V.**
Dr. Friedemann Berg, Hauptgeschäftsführer