

Cukr vs. kalorie ve vybraných potravinách v názorech a postojích Němců

SUGAR V. CALORIES IN SELECTED FOODS IN VIEWS AND ATTITUDES OF GERMANS

Lukáš Novotný – České vysoké učení technické v Praze

I v Německu se vedou v současnosti diskuze o redukcí cukru v potravinách. Ve společnosti je to interpretováno jako cesta ke zdravému životnímu stylu a k boji proti obezitě a nadváze, která se v Německu začíná projevovat stále častěji. Institut Forsa zde realizoval v druhé polovině minulého roku reprezentativní výzkum mezi spotřebiteli, který se právě zaměřil na téma cukru v potravinách, a to v kontextu jejich energetické hodnoty. Výzkum si zadalo WVZ (Wirtschaftliche Vereinigung Zucker e.V. – Hospodářské společenství pro cukr), které se u našich západních sousedů snaží podávat informace o produkci cukrové řepy a výrobě cukru. Jde o významný zapsaný spolek, který se také angažuje v současných debatách ohledně kvality potravin, v tomto případě především co do obsahu cukru a energetické hodnoty (1, 2). Výsledek zde ukázal jasně: pokud se v nabídce německých potravin objevují jejich verze s nižším obsahem přidaného cukru, pak by mělo dojít také k redukcí energetické hodnoty. Realita je totiž často dosti jiná: redukcí energetické hodnoty zaostává za očekávanými spotřebitelů (3, 4). Neplatí tedy, že méně cukru rovná se i adekvátně méně kalorií (5, 6).

Materiál a metody

Šetření Institutu Forsa bylo reprezentativní a kvótní, bylo realizováno pro WVZ v červenci a srpnu minulého roku a bylo uskutečněno v červenci a srpnu minulého roku. Počet respondentů činil 1 010. Cílem šetření bylo zjistit, jak se respondenti staví vůči dnešnímu trendu ve výživě a především výživovém poradenství, podle něhož se v případě potravin, které avizují na přebalech, že obsahují buď redukováné množství cukru, nebo dokonce množství žádné, očekává také redukcí počtu kalorií (7). Předně je třeba poznamenat, že výzkum pracoval s pojmem „kalorie“, který je pro běžnou veřejnost stále ještě běžnější a srozumitelnější. To je důvod pro to, že se také v tomto textu bude

Tab. 1. Redukce cukru u analyzovaných produktů

Produkt	Redukce cukru – energie
Kakaový prášek	30 %
Čokoládový pudink	40 %
Ovocné müsli	zcela bez cukru
Suchary	zcela bez cukru

Pramen: Forsa Umfrage (8)

tento výraz používat, a to při vědomí toho, že již desetiletí se u energetické hodnoty potravin obecně užívá SI jednotka joule.

Výzkum byl terénní a probíhal na tazatelské síti Institut Forsa (8, 9). Dotazovaným osobám byly předloženy vždy dvě varianty čtyř potravinářských výrobků různé kvality, jedna bez jakékoli redukcí a jedna s redukováným obsahem cukru. Vybrány byly kakaový prášek, čokoládový pudink, ovocné müsli a suchary.

Jednalo se vždy o variantu tzv. základní a pak o variantu alternativní, tj. s poznámkou na etiketě, že se jedná o produkt s nižším podílem cukru (*zuckerreduziert*) nebo dokonce bez přidaného cukru (*ohne Zuckerzusatz*). U redukováných produktů šlo nejčastěji o snížení o 30–40 % (ve dvou případech), případně o produkty, které neobsahují žádný přidaný cukr a na tyto produkty se právě soustředila pozornost výzkumníků Institutu Forsa (tab. I.). Tyto verze výrobků tedy měly dotazované osoby před sebou, když jim byly pokládány otázky. Dotazy byly zformulovány vždy dva: zda by menší obsah cukru měl či neměl také vést k menšímu obsahu kalorií a v druhém dotazu šlo o to, zda by počet kalorií neměl dosahovat nejméně 30 %.

Výsledky a diskuse

Dominantním výsledkem šetření je, že velká většina Němců si myslí, že ty produkty, které obsahují méně cukru, by adekvátně k tomu měly obsahovat také méně kalorií. Každopádně méně, než kolik jich obsahují ty potraviny, na jejichž obalech nenalezneme žádné zmínky o redukcí cukru. Dále z výzkumu plyne také to, že 47–66 % dotazovaných německých konzumentů se domnívá, že redukcí kalorií by měla být nejméně 30%. Rozdíl v procentech se vztahuje na různé produkty, které byly předmětem šetření. O nich a postojích Němců k jejich obsahu cukru a kalorií se nyní rozepíšeme podrobněji, ovšem je zřejmé, že požadavek poměrně výrazné redukcí nejen cukru, ale také kalorií se vyskytuje fakticky vždy u více než poloviny dotazovaných německých konzumentů.

Prvním potravinářským produktem, který byl předmětem dotazování, byl kakaový prášek. Vybrán byl – podobně i jako v ostatních případech – jednak neredukovaný produkt, dále však také produkt, který obsahoval o „30 % méně cukru“ (*30 Prozent weniger Zucker*). V tomto případě se domnívalo 89 % dotazovaných osob, že v případě redukcí cukru by to mělo vést také ke snížení kalorií. Celých 58 % je pak toho názoru, že by se mělo jednat o nejméně 30% redukcí.

Druhým produktem, který byl ze strany výzkumníků Institutu Forsa podroben postojům německých konzumentů, byl čokoládový pudink. Šlo o výrobky jednoho z běžných výrobců

Tab. II. Hodnocení nabízených produktů s označením „méně cukru“ nebo „bez přidaného cukru“

Hodnocený výrok	Kakaový prášek (-30 % cukru)	Čokoládový pudink (-40 % cukru)	Ovocné müsli (bez cukru)	Suchary (bez cukru)
	Podíl respondentů souhlasících s výrokem (%)			
Produkt s obsahem „méně cukru“ nebo „bez přidaného cukru“ má obsahovat méně kalorií	89	90	87	84
U těchto produktů by redukce kalorií měla dosahovat nejméně 30 %	58	66	59	47

Pramen: Forsa Umfrage (8)

tohoto pamlsku, který navíc v německých médiích prezentuje masivní kampaň na různé alternativy tohoto produktu, včetně jedné varianty, která obsahuje o 40 % méně cukru. Výsledkem bylo poměrně logické očekávání, které sdílelo 90 % dotazovaných Němců, že výrobek, který hlásí o „40 % méně cukru“ (*40 Prozent weniger Zucker*), by měl obsahovat také méně kalorií. Dvě třetiny (66 %) konzumentů si pak myslí, že redukce kalorií by v takovém případě měla být nejméně 30 %.

Třetím výrobkem bylo v německé společnosti velmi oblíbený snídaňový pokrm – ovocné müsli. V té jeho variantě, která avizuje na obalu „bez přidaného cukru“ (*ohne Zuckerzusatz*), očekává 87 % Němců, že tento produkt bude skutečně obsahovat méně kalorií než jeho alternativa, která obsahuje cukr. A je to 59 % z nich, kteří si myslí, že kalorií zde má být nejméně o 30 % méně.

Také v případě čtvrtého analyzovaného výrobku, kterým byly suchary, se domnívá naprostá většina dotazovaných Němců, konkrétně 84 %, že produkt, u něhož se dočteme, že je „bez přidaného cukru“ (*ohne Zuckerzusatz*), má obsahovat méně kalorií nežli produkt, který cukr obsahuje. A pro 47 % by snížení kalorií mělo činit nejméně 30 %.

Výsledky provedeného dotazování k jednotlivým produktům jsou uvedeny v tab. II.

Závěr

Němečtí konzumenti mají tedy většinou jasno: pokud se v potravinách snižuje podíl cukru, měla by se redukovat také jejich energetická hodnota. Šetření bylo koncipováno tak, že tazatelé předložili respondentům vždy dvě verze jednoho produktu, za účelem výzkumu vybrali čtyři produkty v odlišných kategoriích. Dotazy pak směřovaly na ty verze výrobků, které ohlašovaly na svých obalech, že obsahují buď „méně“ cukru, nebo dokonce že jsou „bez přidaného cukru“. Právě porovnání těchto verzí produktů ukázalo, že často v redukci energetické hodnoty často zaostávají „nízkocukrové“ varianty dosti za tím, jaká jsou očekávání konzumentů. Jinými slovy: méně cukru neznámá také automaticky „méně kalorií“, a už vůbec to není poměrná redukce.

Většina respondentů zastává názor, že produkty s redukováným obsahem cukru, resp. produkty bez přidaného cukru, by měly obsahovat podstatně menší energetickou hodnotu než verze, které cukr obsahují. Podpora tomuto postoji je u německé veřejnosti dosti masivní, pohybuje se vysoko – mezi 80 a 90 %. V případě čokoládového pudinku jde dokonce právě o 90 % dotazovaných, kteří si to myslí. Zůstaneme-li ještě u čokoládového pudinku, tak u něj se domnívají dokonce dvě

třetiny respondentů, že by redukce cukru u produktů, které to avizují, měla být nejméně 30 %. Toho samého názoru je u kakaového prášku a ovocného müsli necelých 60 % respondentů a u sucharů jde o 47 %.

Výzkum tedy ukázal to, co je běžnou praxí (nejen) v německých obchodech s potravinami. Sice je zde možné nalézt výrobky, které obsahují méně cukru, ovšem očekávání respondentů směřují také k tomu, že by se mělo jednat i o snížení energetické hodnoty. „Méně cukru“ tedy neznámá „méně kalorií“. Pokud dochází k redukci cukru v některých potravinách, je třeba ho nahradit jinými přísadami. A to je důvod, proč obsahují produkty se sníženým obsahem cukru nebo dokonce i produkty bez přidaného cukru, často podobný počet kalorií, jako je tomu u produktů s plným podílem cukru. Ostatně na to dnes upozorňuje i stále více výrobců, které udávají na produktech i počty kalorií (joulu), které nejsou v souladu s tím, že produkty mají méně cukru.

Výsledky šetření jsou v současnosti debatovány i s odborníky na výživu. Argumentuje-li se např. v souvislosti s tlaky na snižování cukru v potravinách tím, že je to cesta, jak zastavit současný trend nadváhy u širokých vrstev populace, tak s redukcí cukru se však řeší jen část problémů (10). Stejně tak je totiž třeba znatelně redukovat energetickou hodnotu potravin. Bez toho se současné snahy o možnosti nabídky zdravějších potravin nemohou ukázat jako dostatečně efektivní. Šetření tak ukázalo, že nemáme vést debatu je o jednotlivých potravinových přísadách a nemáme hledat řešení jen na oko, protože ty nám v boji s nadváhou nepomohou. Naopak musíme učinit klíčovou součástí redukční strategie právě snižování „kalorií“.

Souhrn

Článek reaguje na současné debaty o redukcí cukru v potravinách, zaměřuje se na vývoj v Německu. V tamní společnosti je to interpretováno jako cesta ke zdravému životnímu stylu a k boji proti obezitě a nadváze, která se v Německu začíná projevovat stále častěji. Institut Forsa zde realizoval v druhé polovině minulého roku reprezentativní výzkum mezi spotřebiteli, který se právě zaměřil na téma cukru v potravinách, a to v kontextu počtu kalorií. Výzkum si zadalo Hospodářské sdružení pro cukr (Wirtschaftliche Vereinigung Zucker e.V.). Výsledek zde ukázal jasně: pokud se v nabídce německých potravin objevují jejich verze s nižším obsahem přidaného cukru, pak by mělo dojít také k redukci energetické hodnoty. Realita je totiž často dosti jiná: redukce energetické hodnoty zaostává za očekávanými spotřebitelů. Jinými slovy neplatí, že méně cukru rovná se také adekvátně méně kalorií (joulu).

Klíčová slova: cukr, potraviny, energetická hodnota, životní styl, Německo.

Literatura

1. EUN MIN, J.; GREEN, D. B.; KIM, L.: Calories and sugar in boba milk tea: implications for obesity risk in Asian Pacific Islanders. *Food Science & Nutrition*, 5, 2017 (1), s. 38–45.
2. RIPPE, J. M.: Sugars, obesity and cardiovascular disease: results from recent randomized control trials. *European Journal of Nutrition*, 55, 2016 (Supplement 2), s. S45-S53.
3. Ernst, J. B.; Arens-Azevedo, U.; Bitzer, B.: Quantitative Recommendation on Sugar Intake in Germany. *Ernährungs-Umschau*, 66, 2019 (2), s. M78–M86.
4. LADEWIG, E.; BUHRE, C.; KENTER, CH.: Crop protection in sugar beet cultivation in Germany – Situation analysis. *Zuckerind.*, 143, 2018 (12), s. 708–722.
5. DREWNIWSKI, A. ET AL.: Sweetness and Food Preference. *The Journal of Nutrition*, 142, 2012 (6), s. 1142S-1148S.
6. VORPAHL, B.-W. ET AL.: *Ernährung & Gesundheit. Materialien für 5.–10. Klassen*. Bonn: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, 2007.
7. LOGUE, C. ET AL.: The potential application of a biomarker approach for the investigation of low-calorie sweetener exposure. *Proc. Nutrition Soc.*, 75, 2016 (2), s. 216–225.
8. Forsa-Umfrage: Zuckerreduktion muss zu deutlicher Kalorienreduktion führen. *Zucker-Infodienst. Informationen rund um Zucker und Rüben*, 2018 (1), [online] http://www.zuckerverbaende.de/images/stories/01_2018_WVZ_Infodienst_Zucker.pdf.
9. Forsa-Umfrage: Zuckerreduktion muss zu deutlicher Kalorienreduktion führen. *Themendienst*, 2018 (1), [online] https://www.schmecktrichtig.de/wp-content/uploads/2017/12/2018-01_SR_Themendienst_Journalisten_v01.pdf.
10. WVZ: Warum „weniger Zucker“ in Fertigprodukten nicht hilft. *Journal Zuckerrüben*, 2017 (1), s. 24, [online] https://www.lz-rheinland.de/flipping_books/2017/ZRJ_01/index.html#24

Novotný L.: Sugar v. Calories in Selected Foods in Views and Attitudes of Germans

The article responds to the current debate on reducing sugar in food, focusing on the developments in the Federal Republic of Germany. German society views this tendency as a way to a healthy lifestyle and as a means of fighting obesity, which is becoming increasingly common in the country. In the second half of last year, the Forsa Institute conducted a representative consumer research focusing on the topic of sugar in food, in the context of calories. The research was commissioned by the Economic Community for Sugar (Wirtschaftliche Vereinigung Zucker e.V.). Its results clearly showed: if there are versions of German food with lower added sugar, then the number of calories should be reduced. However, the reality is often different: calorie reduction lags behind consumer expectations. In other words, less sugar does not equal fewer calories.

Key words: sugar, food, calories, lifestyle, Germany.

Kontaktní adresa – Contact address:

doc. Dr. phil. Lukáš Novotný, M.A., České vysoké učení technické, Masarykův ústav vyšších studií, Kolejní 2637/2a, 160 00 Praha 6, Česká republika, e-mail: lukas.novotny@cvut.cz

ROZHLEDY