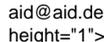




Energydrinks: Jeder zehnte Europäer greift mehrmals in der Woche zu

Energydrinks: Jeder zehnte Europäer greift mehrmals in der Woche zu - Fast jeder dritte Europäer konsumiert Energydrinks - rund 12 Prozent sogar mindestens vier- bis fünfmal in der Woche. Das geht aus einem Bericht der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) hervor, für die mehr als 52.000 Kinder, Jugendliche und Erwachsene in 16 EU-Mitgliedstaaten befragt wurden. Energydrinks sind alkoholfreie Getränke, die anregende Inhaltsstoffe wie Koffein und meist auch Taurin enthalten. Die Hersteller werben damit, dass diese Produkte die Konzentration, Leistungsfähigkeit und sportliche Fitness steigern würden. Das ist wissenschaftlich allerdings bislang nicht erwiesen. Knapp ein Drittel der Erwachsenen konsumiert Energiegetränke, wobei es zwischen den einzelnen Mitgliedstaaten große Unterschiede gibt. So liegt der Anteil in Zypern bei 14 Prozent, in Deutschland bei 30 Prozent und in Österreich bei 50 Prozent. Zwölf Prozent gehören zu den "stark chronischen" Konsumenten, die mindestens vier- bis fünfmal in der Woche Energydrinks trinken und durchschnittlich im Monat 4,5 Liter aufnehmen. Besonders beliebt sind die koffeinhaltigen Getränke bei Jugendlichen: 68 Prozent der 10- bis 18-Jährigen greifen mindestens einmal im Jahr zu den Trendprodukten. In Deutschland liegt der Anteil bei 60 Prozent, während er in der Tschechischen Republik über 80 Prozent und in Griechenland nur 48 Prozent erreicht. Rund 12 Prozent zählen zu den "stark chronischen" Konsumenten, die im Monat durchschnittlich sieben Liter aufnehmen. Weitere 12 Prozent konsumieren bei einem Anlass mindestens einen Liter der Muntermacher, in Deutschland sind es sogar 17 Prozent. Selbst Kinder im Alter von 3 bis 10 Jahren trinken Energydrinks (18 Prozent), obwohl sie für diese Altersgruppe nicht geeignet sind. Rund 43 Prozent der Gesamtzufuhr an Koffein ist auf diese Getränke zurückzuführen, rechnet die EFSA vor. Mehr als die Hälfte aller Konsumenten trinkt Energydrinks mit Alkohol und viele Erwachsene (52 %) sowie Jugendliche (41 %) in Verbindung mit sportlichen Aktivitäten, um ihre Leistung zu steigern. Dieses Verhalten wird von der EFSA als sehr bedenklich eingeschätzt. Ein hoher Konsum von Energydrinks in Kombination mit Alkohol, Sport und längerem Tanzen in der Diskothek wird sogar mit Todesfällen in Verbindung gebracht. Es fehlen aber bislang die Beweise für einen ursächlichen Zusammenhang. Im Allgemeinen sollten Menschen mit Bluthochdruck oder Herzkrankheiten den Verzehr von Energydrinks vorsorglich einschränken. Für Kinder, Schwangere, Stillende und koffeineempfindliche Personen sind solche Getränke nicht geeignet. Heike Kreutz, www.aid.de Weitere Informationen: www.efsa.europa.eu/de/press/news/130306.htm Friedrich-Ebert-Straße 3 53177 Bonn Deutschland Telefon: 02 28/ 84 99-0 Telefax: 02 28/ 84 99-177 Mail: aid@aid.de URL: <http://www.aid.de> 

Pressekontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

Firmenkontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

aid ? drei Buchstaben stehen für: Wissenschaftlich abgesicherte Informationen Fach- und Medienkompetenz Und ein kreatives Informationsangebot in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" sowie "Landwirtschaft und Umwelt". Wer informieren will, muss besser informiert sein. Die Vielzahl von Informationen, die täglich auf jeden von uns einströmt, ist kaum noch zu überblicken. Oft widersprechen sich die Aussagen und verwirren mehr als sie nützen. Gefragt sind Ratschläge, die wissenschaftlich abgesichert sind und sachlich informieren. Der aid hat sich genau das zur Aufgabe gemacht und bietet wissenschaftlich abgesicherte Informationen in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" und "Landwirtschaft und Umwelt". Unsere Aussagen sind unabhängig und orientieren sich an den gesicherten Erkenntnissen der Wissenschaft. In Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern und Praktikern sammeln wir Fakten und Hintergrundinformationen, werten sie aus und bereiten sie zielgruppengerecht auf. Unsere Publikationen wenden sich an Verbraucher, Landwirte und Multiplikatoren wie Lehrer, Berater und Journalisten. Der aid ist ein gemeinnütziger Verein und wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft finanziert. Sein Auftrag, sachlich und interessenunabhängig zu informieren, ist in der Satzung festgelegt. Beim aid arbeiten namhafte Experten, Praktiker und Medienfachleute zusammen. Informationsmedien, die der aid herausgibt, entsprechen dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnisse und vermitteln Wissen zielgruppengerecht und praxisorientiert.