



Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten

Zwischenbericht



Liebe Leserinnen und Leser,

vor zwei Jahren haben wir einen bedeutsamen ernährungspolitischen Schritt gemacht: Auf Basis der Initiative des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft wurde die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten (NRI) von der Bundesregierung beschlossen. Erstmals hat sich die Lebensmittelwirtschaft verpflichtet, Zucker, Fette, Salz und Kalorien in ihren Produkten zu reduzieren.

Die NRI ist damit ein wichtiger Teil unserer ganzheitlichen Ernährungspolitik. Mein Ziel ist es, allen Verbraucherinnen und Verbrauchern in Deutschland zu ermöglichen, sich ausgewogen und nachhaltig zu ernähren. Dazu trägt bei, dass die Gehalte an Zucker, Fetten und Salz in Fertigprodukten weiter reduziert werden. Dass der von der Lebensmittelwirtschaft eingeschlagene Weg konsequent weitergegangen wird.

Denn eine gesundheitsförderliche Ernährung ist ein entscheidender Baustein für ein gesundes Leben. Übergewicht und Adipositas, die in frühen Jahren entstehen, setzen sich oft bis ins Erwachsenenalter fort. Mit der bis zum Jahr 2025 angelegten NRI macht sich mein Ministerium dafür stark, den Anteil an Übergewichtigen in Deutschland zu vermindern und die Häufigkeit von ernährungsmitbedingten Erkrankungen wie Diabetes mellitus Typ 2 zu verringern.



Die im April dieses Jahres vom Max Rubner-Institut (MRI) veröffentlichten Ergebnisse der ersten Folgerhebung des Produktmonitorings zur NRI bestärken uns in dem gewählten Ansatz: Die Zwischenbilanz zeigt, dass in allen untersuchten Produktgruppen Zucker- oder Energiegehalte reduziert wurden. Trotzdem bleibt noch einiges zu tun: In vielen Bereichen gibt es weiterhin deutliches Reduktionspotenzial.

Unsere Vorgehensweise ist effektiv, wissenschaftsbasiert und berücksichtigt die Präferenzen von Verbraucherinnen und Verbrauchern. Ich bin davon überzeugt, dass wir durch eine Kombination aus verhaltens- und verhältnispräventiven Maßnahmen eine gesundheitsförderliche Ernährungsweise vermitteln können – ohne zu bevormunden. Gleichzeitig befördern wir Innovationen in der Lebensmittelwirtschaft. Durch eine schrittweise, messbare Reduktion von Zucker, Fetten und Salz in verarbeiteten Lebensmitteln werden Essgewohnheiten und -vorlieben auf Dauer verändert. Damit tragen wir zu einer Verbesserung des Gesundheitszustands der Bevölkerung bei. Nachhaltig.

A handwritten signature in black ink, which reads "Julia Klöckner". The signature is fluid and cursive.

Julia Klöckner

Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft

Inhalt

	Zusammenfassung	6
1	<i>Einführung</i>	8
2	<i>Konzept der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten (NRI)</i>	10
3	<i>Selbstverpflichtungen der Lebensmittelwirtschaft</i>	12
4	<i>Ermittlung der Zusammensetzung von Fertigprodukten</i>	16
	4.1 Produktmonitoring des Max Rubner-Instituts (MRI)	17
	4.1.1 Hintergrund	17
	4.1.2 Methodik	17
	4.1.3 Ergebnisse des Produktmonitorings 2019	19
	4.2 Cerealien-Studie „Süß, süßer, Frühstück“ der AOK	23
	4.3 Erhebungen der Lebensmittelwirtschaft	23
5	<i>Beurteilung ausgewählter Convenience-Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung durch die Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE)</i>	26
6	<i>Forschung und Innovation</i>	28
7	<i>Steigerung der Ernährungskompetenz</i>	32
	7.1 Maßnahmen des Bundes und der Länder	33
	7.2 Aktivitäten von Verbänden aus den Bereichen Gesundheit und Verbraucherschutz	36
	7.3 Aktivitäten der Lebensmittelwirtschaft	40
8	<i>Bewertung des Fortschritts der NRI</i>	42
	8.1 Bund und Länder	43
	8.2 Verbände aus den Bereichen Gesundheit und Verbraucherschutz	45
	8.3 Verbände der Lebensmittelwirtschaft	47
9	<i>Nächste Schritte</i>	50
	Abkürzungsverzeichnis	54

Zusammenfassung

Am 19. Dezember 2018 hat das Bundeskabinett die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten (NRI) beschlossen. Ziel ist es, eine ausgewogene Nährstoff- und Energieversorgung der Bevölkerung zu unterstützen und dadurch zu einer Verringerung der Häufigkeit von Übergewicht, Adipositas und ernährungsmitbedingten Krankheiten, insbesondere bei Kindern und Jugendlichen, beizutragen.

Die Strategie ist ein Element im Rahmen eines ganzheitlichen ernährungspolitischen Ansatzes des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) und setzt ein zentrales Vorhaben des Koalitionsvertrags um. Im Rahmen der Strategie hat sich die Lebensmittelwirtschaft dazu verpflichtet, bis 2025 die Gehalte an Zucker, Fetten, Salz und Energie in Fertigprodukten zu reduzieren. Neun Verbände der Lebensmittelwirtschaft haben bislang entsprechende Prozess- und Zielvereinbarungen mit ihren Mitgliedsunternehmen getroffen. Diese betreffen die Zuckerreduktion in Erfrischungsgetränken, fruchthaltigen Getränken mit Zuckerzusatz, Frühstückscerealien für Kinder und gesüßten Milchprodukten für Kinder sowie die Salzreduktion in Brot und Tiefkühl-Pizzen. Diese Lebensmittel weisen mitunter hohe Gehalte an Zucker, Fett und/oder Salz auf und werden häufig in Deutschland verzehrt.

Die Umsetzung der NRI startete Anfang 2019 und erfolgt in einem dialogorientierten Prozess zwischen dem BMEL und den Wirtschaftsverbänden. Ein Belegitgremium bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern der Bundesregierung, der Bundesländer sowie von Verbänden und Institutionen aus den Bereichen Ernährung, Gesundheit, Lebensmittelwirtschaft, Verbraucherschutz und Wissenschaft sorgt dafür, dass der Fokus der Strategie nicht verloren geht. Mit dem vom Max Rubner-Institut (MRI) durchgeführten Produktmonitoring werden, aufbauend auf einer bereits erfolgten Basiserhebung im Jahr 2016 (Erfrischungsgetränke 2018), Veränderungen von Zucker-, Fett-, Salz- und Energiegehalten in Fertigprodukten im Zeitverlauf beobachtet. Im Herbst 2019 fand die erste Folgerhebung bei Milchprodukten, Erfrischungsgetränken, Frühstückscerealien und Tiefkühl-Pizzen statt. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Strategie bereits Wirkung entfaltet, denn in allen untersuchten Produktgruppen wurden reduzierte Energie- oder Zuckergehalte festgestellt. Insbesondere bei Produkten mit Kinderoptik zeigen sich deutliche Reduktionen.

Weitere wichtige Meilensteine im Berichtszeitraum waren das Inkrafttreten des nationalen Verbots des Zusatzes von Zucker und anderen süßenden Zutaten zu Kräuter- und Früchtetee für Säuglinge oder Kleinkinder

sowie die Einführung des Nutri-Score als freiwilliges erweitertes Nährwertkennzeichnungssystem. Außerdem wurden Forschungsprojekte zur Reformulierung von Fertigprodukten fortgeführt oder initiiert.

Die beteiligten Verbände und Institutionen engagieren sich durch vielfältige Aktivitäten: die Lebensmittelwirtschaft insbesondere durch Reformulierung von Produkten und Anpassung von Produktsortimenten sowie eigene Erhebungen zur Nährstoffzusammensetzung von Produkten am Markt. Die AOK durch eine vertiefende Untersuchung des Cerealienangebots und eine Studie zur Ermittlung der Ernährungskompetenz der Bevölkerung. Sowie verschiedene Akteure mit Informationsangeboten für Verbraucherinnen und Verbraucher, Maßnahmen im Bereich der Ernährungsbildung und die Integration der Thematik in die Aus- und Fortbildung.

Die bereits zwei Jahre nach Verabschiedung der Strategie erzielten Fortschritte machen deutlich, dass der mit der NRI eingeschlagene Weg der richtige ist. Dabei wird auf der einen Seite Kritik von Vertreterinnen und Vertretern aus dem Gesundheits- und Verbraucherschutzbereich geäußert, da ihnen die Veränderungen nicht schnell genug gingen oder nicht weitreichend genug seien. Auch sprechen sie sich vielfach für verbindliche Reduktionsvorgaben aus. Auf der anderen Seite gibt es Stimmen

aus der Lebensmittelwirtschaft, die ihre Anstrengungen nicht ausreichend gewürdigt sehen. Festzuhalten ist jedoch, dass sich im untersuchten Zeitraum in einigen der erfassten Bereiche viel bewegt hat und viele Akteure der Lebensmittelwirtschaft erkennbar Reduktionsschritte eingeleitet haben. Der gewählte Ansatz gewährt der Lebensmittelwirtschaft ausreichend Freiraum für Innovationen, um mithilfe von schrittweisen Reduktionen eine nachhaltige Veränderung der Verbraucherpräferenzen zu bewirken. Denn ohne die Berücksichtigung der Geschmacksvorlieben der Verbraucherinnen und Verbraucher besteht das Risiko von Ausweichreaktionen. Dennoch sieht das BMEL in manchen Bereichen weiterhin klaren Handlungsbedarf. So sollten an Kinder gerichtete Produkte dahingehend reformuliert werden, dass sie zukünftig weniger Zucker und Energie enthalten als vergleichbare Produkte für Erwachsene. Auch in anderen Produktgruppen sollten die Reduktionsanstrengungen verstärkt und die bereits entwickelte Dynamik beschleunigt werden. Darüber hinaus sollten bestehende Zielvereinbarungen ausgeweitet bzw. neue Zielvereinbarungen getroffen werden, um weitere relevante Produktgruppen wie Brot und Backwaren sowie Fleischerzeugnisse zu erfassen.

1

Einführung



Laut einer Studie des Robert Koch-Instituts (RKI) sind 47 Prozent der Frauen und 62 Prozent der Männer in Deutschland übergewichtig¹. Fast ein Fünftel der Erwachsenen ist sogar adipös². Unter den 3- bis 17-jährigen Kindern und Jugendlichen sind 15 Prozent übergewichtig, etwa ein Drittel davon adipös. Übergewicht, das sich im Kindesalter ausbildet, bleibt meist ein Leben lang bestehen. Damit erhöht sich auch das Risiko ernährungsmitbedingter Krankheiten. Sowohl Diabetes mellitus Typ 2 als auch koronare Herz-Kreislauf-Erkrankungen sind häufig die Folge von Übergewicht und Adipositas.

Weiterhin zeigen die Ergebnisse der Nationalen Verzehrsstudie II (NVS II) des Max Rubner-Instituts (MRI), dass die Aufnahme von Zucker, Fett, gesättigten Fettsäuren und Salz in weiten Teilen der Bevölkerung in Deutschland oberhalb der Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) bzw. den D-A-CH-Referenzwerten für die Nährstoffzufuhr der Ernährungsfachgesellschaften in Deutschland, Österreich und der Schweiz liegt^{3,4}. Auch das kann zu gesundheitlichen Beeinträchtigungen führen, ebenso wie eine hohe Zufuhr an trans-Fettsäuren.

Vor diesem Hintergrund hat das Bundeskabinett am 19. Dezember 2018 das Konzept der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten (NRI) beschlossen. Damit sollen eine gesunde Lebensweise gefördert und der Anteil von Übergewichtigen und Adipösen in der Bevölkerung, insbesondere bei Kindern und Jugendlichen, gesenkt sowie die Häufigkeit von ernährungsmitbedingten Krankheiten verringert werden. Dies soll über die Verbesserung der Ausgewogenheit der Nährstoffversorgung und der Energiezufuhr erreicht werden.

Mit der Strategie setzt die Bundesregierung ein zentrales Vorhaben des Koalitionsvertrags um und folgt europäischen und internationalen Empfehlungen. Die NRI ist ein Element im Rahmen eines ganzheitlichen ernährungspolitischen Ansatzes des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) und Ergebnis eines intensiven Dialogprozesses mit Vertreterinnen und

Vertretern der Bundesregierung sowie mit Verbänden und Institutionen aus den Bereichen

- a) Ernährung,
- b) Gesundheit,
- c) Lebensmittelwirtschaft,
- d) Verbraucherschutz und
- e) Wissenschaft.

Der Strategie liegt eine im September 2018 unterzeichnete Grundsatzvereinbarung zwischen dem BMEL und den an drei Runden Tischen beteiligten Verbänden der Lebensmittelwirtschaft zugrunde. Darin geben die Verbände die Zusage, die NRI zu unterstützen. Das bedeutet, dass sie sich dazu verpflichten, bis zum Jahr 2025 die Gehalte an Zucker, Fetten, Salz und/oder Kalorien in Fertigprodukten zu reduzieren. Seit Januar 2019 erfolgt die Umsetzung der Strategie.

Im vorliegenden Zwischenbericht wird der aktuelle Stand der Umsetzung der NRI vorgestellt und auf die Ergebnisse der ersten Folgerhebung des vom MRI durchgeführten Produktmonitorings eingegangen. Dabei werden die Beiträge der beteiligten Akteure aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Gesundheit, Ernährung, Verbraucherschutz und Wissenschaft dargelegt und deren Bewertungen der im Rahmen der NRI bislang erzielten Fortschritte wiedergegeben. Am Ende wird ein Ausblick auf die nächsten Schritte gegeben.

Allen Verbänden und Institutionen, die Mitglied im NRI-Begleitgremium sind, sowie weiteren Verbänden, die im Rahmen der NRI Zielvereinbarungen getroffen haben, wurde die Möglichkeit gegeben, dem BMEL Beiträge zum vorliegenden Bericht zu übermitteln. Auf Basis der eingegangenen Rückmeldungen hat das BMEL anschließend den Bericht erstellt. Passagen, die wörtlich aus den eingereichten Beiträgen übernommen wurden, sind als Zitate gekennzeichnet.

1 Schienkiewitz, A., Mensink, G. B. M., Kuhnert, R. et al. (2017). Übergewicht und Adipositas bei Erwachsenen in Deutschland. *Journal of Health Monitoring* 2(2): 21-28.

2 Schienkiewitz, A., Brettschneider, A. K., Damerow, S., Schaffrath Rosario, A. (2018). Übergewicht und Adipositas im Kindes- und Jugendalter in Deutschland – Querschnittergebnisse aus KiGGS Welle 2 und Trends. *Journal of Health Monitoring* 3(1): 16-23.

3 Krems, C., Walter, C., Heuer, T., Hoffmann, I. (2013). Nationale Verzehrsstudie II – Lebensmittelverzehr und Nährstoffzufuhr auf Basis von 24h-Recalls. Karlsruhe: MRI.

4 MRI (2008). Nationale Verzehrsstudie II. Die bundesweite Befragung zur Ernährung von Jugendlichen und Erwachsenen. Ergebnisbericht Teil 2. Karlsruhe: MRI.

2

Konzept der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten (NRI)

...undsatzvereinbarung zwischen dem BMEL und den
...chaftsverbänden des Runden Tisches

Die nachfolgende Vereinbarung versteht sich als
Wirtschaftsverbände des Runden Tisches zu
Fette und Salz in Fertigprodukten, die die
und in den kommenden Jahren bis zum Jahr 2025

- Übereifendes Ziel ist es, einen wesentlichen
Produkte die gesunde Wahl zur leichteren
einen Beitrag zur Verminderung des
Übergewicht in Deutschland zu leisten und
die Nährstoffversorgung der Bevölkerung zu verbessern.
- einen Beitrag zur Verminderung des Übergewicht in Deutschland zu leisten und die Nährstoffversorgung der Bevölkerung zu verbessern.

Entsprechend dem Auftrag, an die Bundesregierung aus dem Koalitionsvertrag
kus auf die Entwicklung von Maßnahmen gelegt, die
und/oder des Fettgehaltes und/oder der Portionsgrößen von Lebensmitteln
dabei jedoch die Nährstoffversorgung der Bevölkerung im Blick behalten (Fokus: ...)

- die Aufnahme von Salz und nicht ruminanten Transfettsäuren in der Bevölkerung weiter reduzieren (Fokusziel 2).

- Besondere Berücksichtigung sollen dabei die folgenden Erwägungen finden:
- dass die Reduktions- und Innovationsstrategie einen Baustein der Ernährungspolitik darstellt, die einen ganzheitlichen Ansatz verfolgt, um einen gesundheitsförderlichen Lebensstil zu ermöglichen (insbesondere auch Verbesserung der Ernährungskompetenz in allen Lebensphasen);
 - dass die Lebensmittelwirtschaft anerkennt, Teil einer Lösung zur Erreichung einer ausgewogenen Energiebilanz und Verbesserung der Nährstoffversorgung der Bevölkerung zu sein;
 - dass das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft anerkennt, dass die Lebensmittelwirtschaft in den vergangenen Jahren bereits zahlreiche Aktivitäten und Initiativen in diesem Kontext geleistet hat und aktuell weiter leistet;
 - dass es Ziel der Maßnahmen sein muss, auf freiwilliger Basis eine möglichst breite Mitwirkung der Wirtschaftsunternehmen zu erreichen;

(WVZ)

Michael Wippler, Präsident
Zentralverband des Deutschen Bäckereihandwerks e. V. (ZVBH)

Heuser, Hauptgeschäftsführer
Lebmittel-Verband e. V. (LMV)

ammerer, Präsident
Lebensmittelvereinigung Alkoholfreie
e. V. (LVA)

Stefan Schulte, Geschäftsführer
Verband der Deutschen Handwerker e. V. (ZdH)

Der Schwerpunkt der NRI liegt auf Fertigprodukten wie Erfrischungsgetränken, Frühstückscerealien, Milchprodukten und Brot. Sie sind Teil eines modernen Lebensstils und können einen hohen Anteil der täglichen Ernährung ausmachen. Nicht selten weisen sie hohe Gehalte an Zucker, Fett und/oder Salz auf. Außerdem stehen speziell an Kinder und Jugendliche gerichtete Lebensmittel im Fokus, denn bereits in der frühen Kindheit werden Geschmackspräferenzen geprägt, die einen Einfluss auf spätere Ernährungsgewohnheiten haben können.

Die NRI fußt auf Selbstverpflichtungen der Lebensmittelwirtschaft, die in Form von Prozess- oder Zielvereinbarungen der Verbände mit ihren Mitgliedsunternehmen festgelegt werden (Kapitel 3). Dabei unterstützt das BMEL eine schrittweise Reduktion der Zucker-, Fett-, Salz- und Kaloriengehalte, um eine langsame Gewöhnung der Verbraucherinnen und Verbraucher an einen veränderten Geschmack zu ermöglichen. Die Verbände der Lebensmittelwirtschaft vertreten ihre Mitgliedsunternehmen gegenüber dem BMEL. Zum einen informieren und sensibilisieren sie ihre Mitglieder beispielsweise auf Fachveranstaltungen und Seminaren, über Fachbeiträge in relevanten Branchenmedien oder Mitgliederrundschreiben, beraten sie und stehen mit ihnen im Austausch bezüglich die NRI betreffenden Aktivitäten. Zum anderen informieren sie Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Interessengruppen zu ihrem Sortiment und ihrem Branchenbeitrag. Einige Verbände erheben und veröffentlichen eigene Daten zu im Rahmen der NRI erzielten Fortschritten der beteiligten Unternehmen.

Die Umsetzung der Strategie erfolgt in einem dialogorientierten Prozess zwischen dem BMEL und den Wirtschaftsverbänden und wird durch ein engmaschiges wissenschaftsbasiertes Produktmonitoring (Kapitel 4.1) begleitet. Die Ergebnisse des Monitorings ermöglichen eine Dokumentation der Erfolge der Reduktionsmaßnahmen und zeigen auf, inwieweit weiterer Hand-

lungsbedarf oder die Notwendigkeit zur Nachsteuerung besteht. Des Weiteren sorgt ein Begleitgremium aus Vertreterinnen und Vertretern der Bundesregierung, der Bundesländer sowie von Verbänden und Institutionen aus den Bereichen Ernährung, Gesundheit, Lebensmittelwirtschaft, Verbraucherschutz und Wissenschaft dafür, dass der Fokus der Strategie nicht verloren geht. Das Begleitgremium bewertet die im Rahmen der NRI erzielten Fortschritte, spricht Handlungsempfehlungen aus und stellt Forschungsbedarfe fest. Seit seiner Auftakt-sitzung im Februar 2019 hat das Begleitgremium zweimal getagt, im November 2019 und im November 2020.

Neben der Reduktion der Gehalte an Zucker, Fetten, Salz und Kalorien in Fertigprodukten werden zahlreiche weitere Maßnahmen im Rahmen der Strategie umgesetzt. Dazu zählen Forschung und Innovation (Kapitel 6) sowie Maßnahmen zur Ernährungsaufklärung und Verbesserung der Ernährungskompetenz der Verbraucherinnen und Verbraucher (Kapitel 7).

Um dem besonderen Schutzbedürfnis von Säuglingen und Kleinkindern Rechnung zu tragen, ist am 29. Mai 2020 ein nationales Verbot des Zusatzes von Zucker und anderen süßenden Zutaten zu Kräuter- und Früchtetee für Säuglinge oder Kleinkinder in Kraft getreten. Das Verbot umfasst neben Zucker auch weitere süßende Zutaten wie Honig, Fruchtsaft, Malzextrakt oder andere aus pflanzlichen Rohstoffen gewonnene Sirupe oder Dicksäfte.

Nicht nur im Lebensmitteleinzelhandel oder vom Lebensmittelhandwerk erworbene Produkte tragen zur Energie- und Nährstoffaufnahme der Bevölkerung bei. Auch die Außer-Haus-Verpflegung leistet einen bedeutenden Beitrag und soll daher perspektivisch in die NRI integriert werden. Vor diesem Hintergrund hat die DGE Daten zur Zusammensetzung von in der Gemeinschaftsverpflegung verwendeten Convenience-Produkten gesammelt und Handlungsempfehlungen formuliert (Kapitel 5).

3

Selbst-
verpflichtungen
der Lebensmittel-
wirtschaft

Auf den Internetseiten⁵ des BMEL zur NRI sind die Prozess- und Zielvereinbarungen, die die Verbände der Lebensmittelwirtschaft mit ihren Mitgliedsunternehmen bereits getroffen haben, transparent zusammengestellt. Bislang liegen Selbstverpflichtungen von neun Verbänden vor. Diese Vereinbarungen betreffen die Reduktion von Zucker, Salz oder Energie und werden im Folgenden vorgestellt.

1) Die **Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e. V. (wafg)** hat ihren Branchenbeitrag bereits zur Auftaktsitzung des Begleitgremiums am 12. Februar 2019 vorgestellt. Ziel der wafg ist eine durchschnittliche Kalorienreduktion (entspricht Zuckerreduktion) von 15 Prozent bezogen auf das gesamte Portfolio der von den teilnehmenden Unternehmen angebotenen Erfrischungsgetränke und unter Berücksichtigung einer Marktgewichtung (Zeitraum 2015-2025). An diesem Branchenbeitrag beteiligen sich alle großen Marktakteure, die in der wafg über eine Mitgliedschaft organisiert sind. Die teilnehmenden Unternehmen stehen für einen Marktanteil von mehr als 90 Prozent des gesamten Absatzes von Erfrischungsgetränken der in der wafg organisierten Hersteller. Zur Umsetzung des Ziels nutzen die Unternehmen verschiedene Instrumente, darunter

- Innovation durch neue Rezepturen,
- die Reformulierung bestehender Produkte (Änderungen der Rezepturen oder Herstellungsprozesse),
- die Erweiterung des Produktportfolios durch kalorienreduzierte und kalorienfreie Varianten,
- die Einführung kleinerer Packungsgrößen für den Einzelverzehr,
- die verstärkte Ausrichtung der Werbung auf kalorienreduzierte bzw. -freie Getränke,
- der Verzicht auf Werbung oder Marketingaktivitäten für Erfrischungsgetränke an Grundschulen,
- die Beschränkung des Angebots von Erfrischungsgetränken an weiterführenden Schulen auf kalorienarme oder -freie Getränke,

→ der Verzicht auf Werbung für Erfrischungsgetränke in Medien, die sich speziell an Kinder richten, und

→ die Angabe des Kaloriengehalts pro Portion auf der Hauptschauseite der Verpackung.

Dabei bleibt es den Unternehmen überlassen, welche konkreten Maßnahmen sie aus dieser Toolbox nutzen.

2) Der **Verband der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft e. V. (VGMS)** hat seinen Beitrag zur NRI im Dezember 2018 veröffentlicht. Die Hersteller von Frühstückscerealien im VGMS verpflichten sich darin, die Gesamtzuckeranteile der in ihrer Aufmachung an Kinder gerichteten Produkte, gewichtet nach ihrem Absatz, um durchschnittlich mindestens 20 Prozent zu reduzieren (Zeitraum 2012-2025). Neben dem Zuckeranteil sollen auch die Vollkorn- und Ballaststoffgehalte im Fokus stehen. Das Gesamtangebot der Frühstückscerealien mit Kinderoptik in Deutschland wird derzeit zu etwa 60 Prozent durch die VGMS-Mitgliedsunternehmen abgedeckt.

3) Der **Milchindustrie-Verband e. V. (MIV)** hat im Dezember 2018 einen ersten Branchenbeitrag vorgelegt. Dieser wurde im Juni 2019 konkretisiert. Die Mitgliedsunternehmen einigten sich darauf, die betroffene Produktgruppe von Kinderjoghurts auf nun gesüßte Milchprodukte mit Kinderoptik zu erweitern und das Reduktionsziel zu beziffern. So strebt die Milchindustrie nun eine Senkung des medianen Gesamtzuckeranteils von gesüßten Milchprodukten mit Kinderoptik um 15 Prozent an (Zeitraum 2016-2025).

4) Das **Deutsche Tiefkühlinstitut e. V. (dti)** hat seinen Branchenbeitrag im Februar 2019 veröffentlicht. Darin setzen sich die Tiefkühl-Pizza-Produzenten im dti das Ziel, bis Ende 2025 einen durchschnittlichen Salzgehalt von 1,25 g pro 100 g über das gesamte Tiefkühl-Pizza-Sortiment zu realisieren.

5) Auch der **Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels e. V. (BVLH)** hat seine Zielvereinbarung im Februar 2019 veröffentlicht. Die beteiligten Einzelhandelsunternehmen haben ihren jeweiligen Beitrag in Form von eigenen Zielen für ihre Eigenmarken konkretisiert.

⁵ https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/gesunde-ernaehrung/reduktionsstrategie/reduktionsstrategie_node.html

- **ALDI** überprüft seit 2014 regelmäßig die Reduktionsmöglichkeiten des gesamten Eigenmarkensortiments und strebt dabei „*die schrittweise Reduktion von Salz und Zucker bei gleichbleibend gutem Geschmack*“ an.
 - **EDEKA** und **Netto Marken-Discount** verfolgen seit 2019 das Ziel, bis 2021 bei Süßwaren, alkoholfreien Erfrischungsgetränken und Gebäck eine stufenweise Salz- und/oder Zuckerreduktion von insgesamt bis zu 25 Prozent vorzunehmen und bis 2025 „*vergleichbare Ergebnisse für [das] Gesamt-sortiment*“ anzustreben. Dazu zählt auch die Prüfung und Umsetzung von Reduktionsmöglichkeiten im Tiefkühl-Bereich oder bei Cerealien.
 - **Kaufland** strebt bis 2021 eine durchschnittliche Reduktion der Zucker-, Salz- oder Fettgehalte um 20 Prozent bei mehr als 300 Eigenmarkenartikeln an, mit einem besonderen Fokus auf Produkten, die oft von Kindern verzehrt werden.
 - **Lidl** hat sich zum Ziel gesetzt, den Anteil an zugesetztem Salz und Zucker in allen Eigenmarken bis 2025 um jeweils 20 Prozent absatzgewichtet zu reduzieren (Basisjahr 2015). Dabei soll auf einen höheren Fettanteil verzichtet werden. Auch wird eine geringere Energiedichte angestrebt.
 - Die **REWE Group** hat zugesagt, Rezepturen in allen Produktkategorien im Hinblick auf die Gehalte von Zucker, Salz, Fett und gesättigten Fettsäuren zu überprüfen. Bei mindestens 50 Prozent der relevanten Eigenmarkenartikel sollten zwischen 2018 und 2020 Zucker- bzw. Salzreduktionen ohne den Einsatz von Ersatzstoffen für Zucker, Salz oder Fett erfolgen. Seit 2020 orientieren sich Reformulierungsmaßnahmen explizit am Nutri-Score (siehe Kapitel 7.1) und berücksichtigen nicht nur den Brennwert und die Gehalte an Zucker, Salz und gesättigten Fettsäuren, sondern zielen auch auf den vermehrten Einsatz von Obst, Gemüse, Nüssen, bestimmten Speiseölen und Ballaststoffen ab. Angestrebt wird eine Verbesserung der Nutri-Score-Einstufung.
- 6) Der **Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V. (ZVDB)** hat zugesagt, mittels Aufklärungsmaßnahmen für einen sinn- und maßvollen Umgang mit Salz in seiner Branche zu werben. Dies soll zur Reduktion von Salzspitzen in Brot führen.
 - 7) Im August und Oktober 2019 wurden Zielvereinbarungen von drei Verbänden vorgelegt, die nicht die Grundsatzvereinbarung der NRI unterzeichnet haben. Der **Deutsche Brauer-Bund e. V. (DBB)** und der **Verband Deutscher Mineralbrunnen e. V. (VDM)** orientieren sich an der Zielvereinbarung der wafg und streben bezogen auf das gesamte Sortiment der von den teilnehmenden Betrieben hergestellten Erfrischungsgetränke eine Kalorienreduktion von 15 Prozent an (Zeitraum 2015-2025). Der **Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie e. V. (VdF)** setzt sich wiederum für eine schrittweise Reduzierung von zugesetztem Zucker in fruchthaltigen Getränken mit Zuckerzusatz um insgesamt 15 Prozent ein (Zeitraum 2015-2025).
- Der **Lebensmittelverband Deutschland e. V.** begleitet die Umsetzung und Weiterentwicklung der NRI in seiner Funktion als Spitzenverband der deutschen Lebensmittelwirtschaft. Auch er hat den Prozess der Strategieentwicklung unterstützt und die Grundsatzvereinbarung unterzeichnet, die „*damit für den Lebensmittelverband bindend bleibt*“. Der Dachverband informiert seine Mitglieder sowie die interessierte Öffentlichkeit über die NRI, kommuniziert wichtige Schritte im Prozess der Strategie mittels Rundschreiben und Pressemitteilungen.

gen, tritt als Multiplikator für Fachinformationen auf und berät seine Mitglieder bei der Umsetzung der NRI. Er ist Ansprechpartner bei individuellen Fragen der Mitglieder, zum Beispiel im Hinblick auf die Kennzeichnung oder die Anpassung von Rezepturen vor dem Hintergrund bestehender Rechtsvorschriften und Auslegungshilfen wie den Leitsätzen der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission. Darüber hinaus ermöglicht und koordiniert er den Austausch unter seinen Mitgliedern.

Der **Zentralverband des Deutschen Handwerks e. V. (ZDH)** vertritt die Interessen der Handwerksbetriebe in Deutschland und achtet auf die Berücksichtigung der Anliegen der NRI in der Aus- und Fortbildung.

Der **Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW)** wurde durch das BMEL aufgefordert, seine Verhaltensregeln zur Lebensmittelwerbung gezielt mit dem Schwerpunkt auf an Kinder gerichtete Werbung und Soziale Medien zu überarbeiten. Diese Aufforderung erfolgte vor dem Hintergrund, dass die EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) Mindestvorgaben für die Werbung in Fernsehen und Internet enthält, die auf die Selbstregulierung der Wirtschaft setzen. In Deutschland erfolgt die Umsetzung durch den Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland der Länder, in deren Kompetenzbereich die an Kinder gerichtete Lebensmittelwerbung vorrangig fällt. Dieser regelt als Neuerung im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, dass die Rundfunkveranstalter und Anbieter von Telemedien in der Pflicht sind, „geeignete Maßnahmen“, das heißt selbstverpflichtende Regelungen, zu treffen, um den Einfluss von an Kinder gerichteter Werbung für Lebensmittel mit hohen Gehalten an Zucker, Fetten oder Salz wirkungsvoll zu verringern. Dies erfolgt wiederum vertretungsweise durch die Verhaltensregeln zur Lebensmittelwerbung des Deutschen Werberats.

4

Ermittlung der
Zusammen-
setzung von
Fertigprodukten

4.1 Produktmonitoring des MRI

4.1.1 Hintergrund

Das **MRI** wurde vom BMEL im Rahmen der NRI mit der Durchführung eines Produktmonitorings beauftragt. Das Produktmonitoring hat zum Ziel, bis einschließlich 2025 einen Überblick über die Veränderungen von Zucker-, Fett-, Salz- und Energiegehalten in Fertigprodukten im Zeitverlauf zu geben. Auf Grundlage der Ergebnisse kann weiterer Handlungsbedarf identifiziert oder die Notwendigkeit zur Nachsteuerung aufgezeigt werden. Die Angaben in dieser Zusammenfassung finden sich in dieser oder ähnlicher Form auch in diversen Publikationen des MRI zum Thema⁶.

Bereits 2016 wurden Daten zu Energie- und Nährstoffgehalten von 12.500 vorgefertigten Produkten erhoben⁷. Im Jahr 2018 kamen Daten zum Zuckergehalt von 1.750 Erfrischungsgetränken hinzu⁸. Aufbauend auf diesen Basiserhebungen wurden bzw. werden zwischen 2019 und 2025 jedes Jahr ausgewählte Produktgruppen untersucht und bei Bedarf Basiserhebungen von weiteren Produktgruppen ergänzt.

Die erste Folgerhebung für vier Produktgruppen wurde von September bis Dezember 2019 durchgeführt. Untersucht wurden:

- gesüßte Milchprodukte (1.397 Produkte, davon 1.150 Joghurt- und 247 Quarkzubereitungen),
- Erfrischungsgetränke (1.801 Produkte),
- Frühstückscerealien (892 Produkte) und
- Tiefkühl-Pizzen (394 Produkte).

Parallel wurde eine Basiserhebung für gesüßte Milchmischerzeugnisse mit 389 Produkten durchgeführt. Im März bzw. Juni 2020 wurden die Ergebnisse veröffentlicht⁹.

Die Feldphase für die Erhebung 2020 fand von August bis Dezember 2020 statt. Dabei wurden folgende fünf Produktgruppen detailliert untersucht:

- Brot und Kleingebäck,
- Fleischerzeugnisse und Wurstwaren,
- Müsli-, Frucht- und Nussriegel,
- Kinderfertigmahlzeiten und
- sogenannte Quetschprodukte¹⁰, die über die Gestaltung der Behältnisse zumeist an (Klein-)Kinder gerichtet sind.

Die Veröffentlichung der Ergebnisse des Produktmonitorings 2020 ist für das Frühjahr 2021 geplant.

4.1.2 Methodik

Für das Produktmonitoring werden Produktdaten in einem definierten Zeitraum über Internetrecherchen, Anfragen bei den Herstellern bzw. Handelsketten oder durch Marktbegehungen erhoben. Erfasst werden die sogenannten „Big 7“, also die Gehalte an Energie, Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker, Eiweiß und Salz pro 100 g bzw. 100 ml Produkt. Diese Angaben lassen sich aus der bei vorverpackten Lebensmitteln rechtlich vorgesehenen Nährwerttabelle ermitteln. Zusätzlich werden bei ausgewählten Produktgruppen die Zutatenverzeichnisse dokumentiert. Die Auswertung der Daten erfolgt zum einen mit dem Ziel, die Breite des Gesamtmarktes darzustellen. Zum anderen wird eine Gewichtung nach Marktanteilen vorgenommen, um der unterschiedlichen Bedeutung einzelner Produkte am

⁶ <https://www.mri.bund.de/de/themen/reduktion-von-zucker-fett-und-salz/produktmonitoring/>

⁷ <https://www.mri.bund.de/fileadmin/MRI/Veroeffentlichungen/S2020.pdf>

⁸ https://www.mri.bund.de/fileadmin/MRI/Themen/Reformulierung/180911_Bericht_Zuckergehalt_Erfrischungsgetraenke-Titel.pdf

⁹ <https://www.mri.bund.de/de/themen/reduktion-von-zucker-fett-und-salz/produktmonitoring/produktmonitoring2019/>

¹⁰ Quetschprodukte sind pürierte Produkte auf Obst-, Gemüse- oder Milchbasis, die in quetschbaren Beuteln mit Saugtüllen enthalten sind. Aus den Quetschbeuteln können die Produkte direkt in den Mund gequetscht werden.

Markt Rechnung zu tragen. Dafür werden Daten des repräsentativen Verbraucherpanels des **Marktforschungsinstituts Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)** zu den Kaufhäufigkeiten der Produkte herangezogen und so die besonders marktrelevanten Produkte ermittelt. Die Vergleiche zwischen den Erhebungsjahren dokumentieren Veränderungen in der Produktzusammensetzung mit Blick auf die zu reduzierenden Nährstoffe Zucker, Fette und Salz und den Energiegehalt. Sie beziehen sich einerseits auf die Ebene der Produktgruppen (z. B. Joghurtzubereitungen insgesamt) und andererseits auf die Ebene der Produktuntergruppen (z. B. Fruchtjoghurt). Das Monitoring gibt keine Auskunft über Veränderungen in der Zusammensetzung von Einzelprodukten.

Für jede Erhebung im Rahmen des Produktmonitorings bedarf es zunächst der Festlegung der einzuschließenden Produktgruppen, bei denen eine Reduktion an Zucker, Fetten oder Salz einen Beitrag zum Erreichen der übergeordneten Ziele der Strategie leisten kann. Dazu wurden vom MRI folgende Kriterien definiert¹¹:

- 1) **Relevante Lebensmittelgruppen** für die Aufnahme von Salz, Fett und Zucker: Hierzu werden Daten zu Hauptquellen dieser Nährstoffe aus der NVS II herangezogen.
- 2) **Sensible Bevölkerungsgruppen:** Im Rahmen der NRI stehen Kinder im Fokus. An Kinder gerichtete Produktgruppen sind zum Beispiel Kinderfertig Mahlzeiten und Quetschprodukte (u. a. Fruchtzubereitungen in Quetschbeuteln), es gibt aber auch Produkte, die allein durch ihre Optik speziell für Kinder beworben werden (z. B. Untergruppen der Frühstückscerealien oder Joghurtzubereitungen).
- 3) Explizit **zucker-, fett- und salzhaltige Lebensmittel:** Produktgruppen, bei denen ein hoher Zuckergehalt (z. B. Süßwaren, Kuchen und Gebäck) oder ein hoher Fett- und Salzgehalt für Verbraucherinnen und Verbraucher offensichtlich sind.
- 4) **Produktgruppen**, die von Verbraucherinnen und Verbrauchern als **gesund wahrgenommen** werden bzw. für die von Fachgesellschaften ein regelmäßiger/täglicher Verzehr empfohlen wird: Der Verzehr dieser Produktgruppen wird von Verbraucherinnen und Verbrauchern häufig nicht mit der Aufnahme von

zum Teil erheblichen Mengen an zugesetztem Zucker in Verbindung gebracht (z. B. Joghurtzubereitungen, Frühstückscerealien).

Für jede Erhebung werden darüber hinaus die Ergebnisse der vorhergehenden Erhebungen sowie aktuelle Entwicklungen, beispielsweise neue Produktgruppen, berücksichtigt.

Produkte mit Kinderoptik zeigten in den Basiserhebungen des MRI in den Jahren 2016 und 2018 teilweise ungünstigere Nährstoffzusammensetzungen und insbesondere höhere Zuckergehalte als die Pendanten ohne Kinderoptik. In der Produktmonitoring-Erhebung 2019 wurden insgesamt 315 Produkte mit Kinderoptik untersucht, und zwar in den Produktgruppen Joghurtzubereitungen, gesüßte Quarkzubereitungen, trinkbare Milchkörperzeugnisse, Erfrischungsgetränke und Frühstückscerealien.

Als Leitfaden für die Klassifizierung von Produkten mit Kinderoptik hat das MRI folgende Kriterien mit Bezug zur Produktverpackung oder zum Produkt erarbeitet¹²:

- 1) **Produktname** „Kind/er“ bzw. „Kids“ oder Kinder ansprechende Produktnamen wie „Schoko Bären“ *und/oder*
- 2) Kinder ansprechende **optische Gestaltung** der Verpackung (z. B. Aufdruck von lachenden Tieren, Comicfiguren) *und/oder*
- 3) Kinder ansprechende optische Gestaltung des Produkts bzw. einzelner **Zutaten** (z. B. Cerealien in Form von Bären, Buchstaben) *und/oder*
- 4) an Kinder oder Eltern gerichtete **Produktbeschreibung** auf den **Produktverpackungen** (z. B. „Für Ihre Kleinen“, Hinweise auf z. B. Kinderspiele, Lerneffekte oder Beigaben wie Sammelbilder).

Nach intensiven Diskussionen innerhalb des Begleitgremiums wurde der Aspekt der Gesamtbetrachtung in die MRI-Kriterien für Produkte mit Kinderoptik aufgenommen. Es wird demnach immer eine Gesamtbetrachtung des Produkts vorgenommen, auf deren Grundlage entschieden wird, ob ein Produkt als Produkt mit Kinderoptik eingeordnet wird.

¹¹ https://www.mri.bund.de/fileadmin/MRI/Veroeffentlichungen/191219_MRI_Produktmonitoring_Konzept__002_.pdf

¹² MRI (2019). Produktmonitoring: Kriterien zur Einordnung von Produkten als Produkte mit Kinderoptik. Unveröffentlichtes Dokument. Karlsruhe: MRI.

4.1.3 Ergebnisse des Produktmonitorings 2019

Die Ergebnisse der Erhebung 2019 zeigen, wie sich seit den Basiserhebungen die Situation bezüglich der Energie- und Nährstoffgehalte bei jenen Produktgruppen und -untergruppen entwickelt hat, für die Zielvereinbarungen der entsprechenden Branchenverbände vorliegen. Bei den gesüßten Joghurtzubereitungen, Quarkzubereitungen und trinkbaren Milchscherzeugnissen sowie den Erfrischungsgetränken und Frühstückscerealien lag der Fokus auf den Zucker- und Energiegehalten.¹³ Bei den Tiefkühl-Pizzen hingegen wurden zuvorderst die Salz- und Energiegehalte untersucht. Nachfolgend sind die wesentlichen Ergebnisse aufgeführt.¹⁴

Zucker- und Energiegehalte

In fast allen Produktgruppen, bei denen die Zucker- und Energiegehalte untersucht wurden, sind diese in der Folgerhebung 2019 niedriger als in der Basiserhebung (Ausnahme: fruchthaltige Getränke mit Zuckerzusatz). Für die Energiegehalte gilt dies ausschließlich bei den gesüßten Milchprodukten (Joghurt- und Quarkzubereitungen). Grundsätzlich zeigt sich auf der Ebene der Produktgruppen bei den marktrelevanten Produkten ein ähnliches Bild in der Verteilung der Energie- und Zuckergehalte wie bei der Breite des Produktspektrums.

Innerhalb der Produktgruppen können die Ergebnisse auf Ebene der jeweiligen Produktuntergruppen weiter differenziert werden. Im Folgenden werden jene Untergruppen hervorgehoben, in denen signifikante Reduktionen der Zucker- und Energiegehalte zu verzeichnen sind.

Gesüßte Milchprodukte

Bei den Joghurtzubereitungen erfolgte im Vergleich zum Basisjahr 2016 die mit 20 Prozent weitaus höchste Zuckerreduktion bei Joghurts mit Kinderoptik, gefolgt von Joghurts mit Schokolade (ohne Kinderoptik; regulärer Fettgehalt) mit einer Zuckerreduktion von 6,5 Pro-

zent. Bei den Joghurts mit Kinderoptik ist zudem eine Energiereduktion um 22 Prozent zu verzeichnen, was absolut 29 kcal/100 g Produkt entspricht. Die Joghurts mit Kinderoptik liegen mit einem medianen Zuckergehalt von knapp 12 g/100 g unter den Zuckergehalten der meisten anderen Joghurtzubereitungen, die nicht für Kinder beworben werden. Auch beim Fruchtjoghurt, der mit Abstand am häufigsten und in den größten Mengen gekauften Joghurtzubereitung, ist eine signifikante Reduktion der Zucker- und Energiegehalte zu verzeichnen. Bei den marktrelevanten Joghurtzubereitungen weisen Joghurts mit Kinderoptik im Median den zweitniedrigsten Zuckergehalt auf (nur bei laktosefreien Joghurts ist der Gehalt geringer). Ihr medianer Energiegehalt liegt 6 kcal/100 g über dem medianen Gehalt der zusammengefassten marktrelevanten Produktgruppe ohne Kinderoptik.

In der Produktgruppe der gesüßten Quarkzubereitungen sind die Zucker- und Energiegehalte der Produkte mit Kinderoptik im Vergleich zur Basiserhebung 2016 um knapp 18 Prozent gesunken. Darüber hinaus ist ein um neun Prozent geringerer Energiegehalt zu verzeichnen. Die größte Zuckerreduktion unter allen Produktuntergruppen ist bei fettarmen Quarkzubereitungen festzustellen; der Zuckergehalt hat sich im Median nahezu halbiert. Auch hier erfolgte neben der Zuckerreduktion eine signifikante Energiereduktion um knapp 16 Prozent. Bei Quarkzubereitungen mit Frucht sowie bei jenen mit Schokolade sind im Vergleich zur Basiserhebung im Median ebenfalls signifikant niedrigere Zucker- und Energiegehalte festzustellen. Die marktrelevanten Quarkzubereitungen mit Kinderoptik sind zum Großteil Fruchtquarks und enthalten im Median knapp 3 g weniger Zucker und 20 kcal weniger Energie als ihre Pendanten ohne Kinderoptik (jeweils pro 100 g Produkt).

Für die zusammengefasste Produktgruppe der gesüßten Milchprodukte (Joghurt- und Quarkzubereitungen) zeigen sich sowohl für Produkte mit Kinderoptik als auch für jene ohne Kinderoptik in der Erhebung 2019 signifikant geringere Zucker- und Energiegehalte als in der Basiserhebung. Bei den marktrelevanten gesüßten Milchprodukten mit Kinderoptik ist festzustellen, dass die Haushalte verstärkt zu zuckerärmeren Produkten greifen.

¹³ Bei den Erfrischungsgetränken ist Zucker die einzige energiegebende Komponente. In der Folge geht hier die Zuckerreduktion immer mit einer Energiereduktion einher, weshalb sich die Auswertung bei Erfrischungsgetränken auf die Zucker- und Energiegehalte beschränkt.

¹⁴ Bei den trinkbaren Milchscherzeugnissen handelt es sich um eine Basiserhebung. Folglich liegen noch keine Erkenntnisse zu den Entwicklungen der Nährstoff- und Energiegehalte vor. Die vollständigen Ergebnisse, auch zu den an dieser Stelle nicht näher aufgeführten Produktuntergruppen sowie den Gehalten an Fett und gesättigten Fettsäuren, sind in der 2. Version des Berichts zum Produktmonitoring 2019 beschrieben.

Trinkbare Milchsicherzeugnisse

Für die Produktgruppe der trinkbaren Milchsicherzeugnisse wurde 2019 eine Basiserhebung durchgeführt. Milchsichergetränke mit Schokoladengeschmack, gefolgt von Milchsichergetränken mit Fruchtgeschmack und Eiskaffee, sind die Produkte, die von den meisten Haushalten und in den größten Mengen gekauft werden. Die medianen Energiegehalte aller trinkbaren Milchsicherzeugnisse bewegen sich in einem engen Bereich zwischen 60 und rund 70 kcal/100 g Produkt, mit Ausnahme von Molkegetränken, welche die energieärmste Gruppe darstellen.

Trinkjoghurts ohne Kinderoptik weisen mediane Zuckergehalte von rund 10 bis 12 g/100 g Produkt auf, solche mit Kinderoptik einen Median von knapp 11 g/100 g. Damit sind Trinkjoghurts eine der zuckerreichsten Produktuntergruppen der trinkbaren Milchsicherzeugnisse. Die niedrigsten medianen Zuckergehalte haben laktosefreie Produkte und Molkegetränke mit jeweils rund 7 g/100 g Produkt.

Energie- und Zuckergehalte der marktrelevanten Milchsichergetränke entsprechen weitgehend jenen der Breite des Produktspektrums.

Erfrischungsgetränke

Bei der Gesamtstichprobe der Erfrischungsgetränke, die auch Produkte umfasst, die ungesüßt oder ausschließlich mit Süßungsmitteln¹⁵ gesüßt sind, ist ein Jahr nach der Basiserhebung 2018 eine Abnahme im Zuckergehalt von 3,2 Prozent bzw. absolut 0,2 g/100 ml Getränk zu verzeichnen, die statistisch signifikant war. Innerhalb der Gesamtstichprobe werden Cola und Cola-Mischgetränke von den meisten Haushalten und in den größten Mengen gekauft, gefolgt von Limonaden. In der Stichprobe der Erfrischungsgetränke, die freie Zucker im Sinne der Definition der Weltgesundheitsorganisation (WHO)¹⁶ enthalten, weisen Energy Drinks mit 11 g/100 ml im

Median den höchsten Zuckergehalt auf, gefolgt von Cola und Cola-Mischgetränken, Fruchtsaftgetränken und Limonaden. Reguläre¹⁷ Getränke mit Kinderoptik haben mit 5 g/100 ml einen vergleichsweise geringen Zuckergehalt. Im Vergleich zur Basiserhebung sind statistisch signifikante Verringerungen der Zuckergehalte bei regulären¹⁸ Limonaden, Cola und Cola-Mischgetränken sowie Teekaltgetränken¹⁹ zu verzeichnen. Die Reduktion beträgt etwa zwei Prozent bzw. 0,2 g/100 ml bei Limonaden und Cola-Getränken und fast 13 Prozent bzw. 0,7 g/100 ml bei Teekaltgetränken. Reguläre Getränke mit Kinderoptik haben eine signifikante Reduktion der Zuckergehalte um rund 35 Prozent erfahren, was einer absoluten Verringerung des Zuckergehalts um 2,7 g/100 ml Getränk entspricht. Bezogen auf die Zuckergehalte der marktrelevanten, freie Zucker enthaltenden Erfrischungsgetränke zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der Breite des Produktspektrums. Bei den marktrelevanten Teekaltgetränken greifen die Haushalte trotz der Verfügbarkeit von zuckerärmeren Varianten eher zu den zuckerreicheren Produkten.

Bei den fruchthaltigen Getränken mit Zuckerzusatz²⁰ ist ein Jahr nach der Basiserhebung 2018 bei den Getränken ohne Kinderoptik mit 11,8 Prozent bzw. 1,1 g/100 ml eine signifikante Abnahme im Zuckergehalt zu verzeichnen. Während der Zuckergehalt der entsprechenden Getränke mit Kinderoptik in der Basiserhebung 2018 noch unter dem der Getränke ohne Kinderoptik lag, liegt er in der Erhebung 2019 geringfügig darüber. Die Gesamtstichprobe der marktrelevanten fruchthaltigen Getränke mit Zuckerzusatz zeigt, dass die Haushalte eher zu den zuckerärmeren Produkten greifen.

Frühstückscerealien

Innerhalb der Produktgruppe der Frühstückscerealien weisen die Produkte mit Kinderoptik im Vergleich zur Basiserhebung 2016 einen im Median um 14,6 Prozent geringeren Zuckergehalt auf. Dies entspricht einer absoluten Reduktion des Zuckergehalts um rund 4 g/100 g.

¹⁵ Süßungsmittel sind kalorienfreie oder kalorienreduzierte Lebensmittelzusatzstoffe, die als Ersatz für Zucker zum Süßen von Lebensmitteln eingesetzt werden.

¹⁶ Freie Zucker sind laut WHO Monosaccharide (Glucose, Fructose, Galactose) und Disaccharide (Saccharose, Lactose, Maltose, Trehalose), die Hersteller oder Verbraucher Lebensmitteln zusetzen, sowie in Honig, Sirupen, Fruchtsaftkonzentraten und Fruchtsäften natürlich vorkommende Zucker.

¹⁷ Reguläre Getränke mit Kinderoptik sind nach Definition des MRI nicht als zuckerreduziert deklarierte Getränke mit Kinderoptik.

¹⁸ Reguläre Limonaden werden vom MRI als Limonaden definiert, die entsprechend den Leitsätzen für Erfrischungsgetränke einen Gesamtzuckergehalt von mindestens 7 g/100 ml aufweisen.

¹⁹ Teekaltgetränke sind im Sinne der Definition des MRI als Tee deklarierte verzehrfähige Kaltgetränke, die Kräuter- bzw. Gewürztees sowie gegebenenfalls zusätzliche Zutaten, beispielsweise Frucht, enthalten. Eingeschlossen sind sowohl klassische Eistees als auch aufgebrühte Tees.

²⁰ Zu den fruchthaltigen Getränken mit Zuckerzusatz gehören in der Auswertung des MRI Produkte der Untergruppen Fruchtsaftgetränke und Wasserplus-Frucht-Getränke.

Demgegenüber ist der Zuckergehalt aller Frühstückscerealien (mit und ohne Kinderoptik) im Median um 9,1 Prozent (1,7 g/100 g) gesunken.

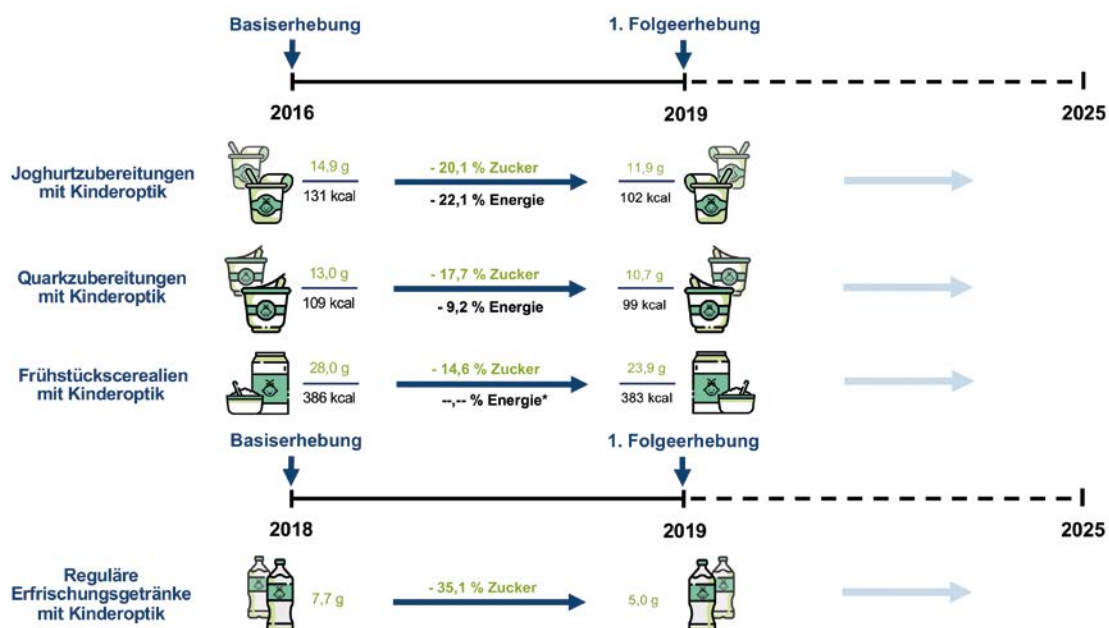
Bei den einzelnen Produktuntergruppen mit Kinderoptik zeigt sich kein einheitliches Bild. So enthalten Müslis mit Kinderoptik weniger Zucker als fast alle anderen Müslis, die nicht für Kinder beworben werden. Cornflakes mit Kinderoptik haben hingegen höhere Zuckergehalte als Cornflakes ohne Kinderoptik. Bei den knusprigen Getreideerzeugnissen Schoko mit Kinderoptik kann zwar eine statistisch signifikante Reduktion der Zuckergehalte um 17 Prozent festgestellt werden, jedoch enthalten diese Produkte im Median noch 24 g Zucker pro 100 g Produkt. Knusprige Getreideerzeugnisse mit Honig, die an Kinder gerichtet sind, weisen mit 32 g Zucker pro 100 g Produkt die höchsten Zuckergehalte aller Frühstückscerealien auf; hier trat keine signifikante Veränderung der Zucker- und Energiegehalte im Vergleich zur Basiserhebung auf. Statistisch signifikante Verringerungen der Zuckergehalte bei Produkten ohne Kinderoptik liegen bei Frucht-/Nussmüslis, Schokomüslis und Knusper-Schokomüslis vor. Die absoluten Reduktionen bewegen sich im Bereich von 1 bis knapp 2 g Zucker pro 100 g Produkt. Bei den marktrelevanten Frühstückscerealien greifen die Haushalte sowohl bezogen auf alle Produkte (mit und ohne Kinderoptik) als auch speziell auf jene mit Kinderoptik eher zu den zuckerreicheren Produkten.

Salz- und Energiegehalte

Der Salzgehalt wurde in der Erhebung 2019 ausschließlich bei Tiefkühl-Pizzen genauer betrachtet. Auf Ebene der gesamten Produktgruppe ergibt sich weder im Salz- noch im Energiegehalt eine signifikante Verringerung im Vergleich zur Basiserhebung 2016. Bei der Gesamtstichprobe der marktrelevanten Tiefkühl-Pizzen zeigt sich in Bezug auf die Verteilung der Energiegehalte grundsätzlich ein ähnliches Bild wie bei der Breite des Produktspektrums. Die Spannweite der Salzgehalte verringert sich bei den marktrelevanten Tiefkühl-Pizzen.

Auch bei den Produktuntergruppen lagen im Vergleich zur Basiserhebung kaum statistisch signifikante Unterschiede vor. Absolut gesehen geringe Reduktionen um 8,5 bzw. 12,0 kcal/100 g gibt es bei den Energiegehalten der Untergruppen Pizza Speciale und Pizza Mozzarella. Die höchsten Salzgehalte weisen im Median Produkte der Gruppen Pizza Salami, Pizza Schinken und Pizza Speciale auf, bedingt durch den Belag. Die Spannweiten der Salzgehalte innerhalb der einzelnen Produktuntergruppen sind teilweise erheblich. Mit Blick auf die marktrelevanten Tiefkühl-Pizzen tendieren die Haushalte bei der überwiegenden Zahl der Produktuntergruppen eher zum Kauf von Produkten mit geringerem Salzgehalt.

Abbildung 1: Veränderung der Zucker- und Energiegehalte von im Produktmonitoring erfassten Produkten mit Kinderoptik: * keine signifikante Reduktion (Grafik modifiziert nach MRI [erstellt mit Icons von Freepik, Good Wave, Becris und Wanicon von www.flaticon.com])



Alternative Süßungen

Aus der Auswertung der Zutatenverzeichnisse liegen Erkenntnisse über die Nutzung von Süßungsmitteln und weiteren süßenden Zutaten für ausgewählte Produkt(unter)gruppen im Produktmonitoring 2019 vor. In gesüßten Milchprodukten und Frühstückscerealien mit Kinderoptik werden zum Süßen keine Süßungsmittel und auch kein Stevia (Stevia-Blätter oder Stevia-Teeextrakt) eingesetzt. Bei Erfrischungsgetränken werden zwei Prozent aller erfassten Produkte mit Stevia oder Steviolglycosiden (und ggf. zusätzlich mit anderen Süßungsmitteln bzw. anderen süßenden Zutaten wie Frucht- oder Agavendicksaft) gesüßt. Dies betrifft alle light-Getränke mit Kinderoptik sowie mehr als jedes sechste Produkt der light-Fruchtsaftgetränke. Süßungsmittel sind hauptsächlich in den als zuckerarm, *light* oder *zero* gekennzeichneten Produkten zu finden. Knapp vier Prozent der gesamten Erfrischungsgetränke werden ausschließlich mit Süßungsmitteln gesüßt. Etwa ein Fünftel der Erfrischungsgetränke enthält neben Süßungsmitteln weitere süßende Zutaten wie Fruchtsaft, Agavendicksaft oder Zucker. Der Einsatz von Zuckeralkoholen ist in Erfrischungsgetränken nicht zugelassen.

Fazit des MRI

Ziel des MRI-Produktmonitorings ist es, Veränderungen von Zucker-, Fett-, Salz- und Energiegehalten in Fertigprodukten auf dem deutschen Markt im Zeitverlauf darzustellen. Mit der ersten Folgeerhebung 2019 liegen nun erste Ergebnisse dazu vor.

Im Vergleich zu den Basiserhebungen zeigen sich bei allen untersuchten Produktgruppen signifikante Verringerungen der Zuckergehalte. Die Energiegehalte sind ausschließlich bei den Milchprodukten (Joghurt- und Quarkzubereitungen) signifikant gesunken. Eine signifikante Reduktion der Salzgehalte bei Tiefkühl-Pizzen ist nicht festzustellen.

Auf Ebene der einzelnen Produktgruppen zeigt sich, dass das Ausmaß der Zuckerreduktionen variiert. Teils drücken sich statistisch signifikante Zuckerreduktionen in vergleichsweise hohen absoluten Abnahmen aus, teils sind die Ergebnisse zwar statistisch signifikant, hinsichtlich der absoluten Reduktion jedoch eher gering.

Überwiegend sind neben Zuckerreduktionen auch Energiereduktionen zu beobachten. Mit Blick auf die Erfrischungsgetränke muss beachtet werden, dass zwischen Basis- und Folgeerhebung nur ein Jahr lag.

Für die Produkte mit Kinderoptik können signifikante Verringerungen der Zucker- und Energiegehalte bei gesüßten Milchprodukten, Frühstückscerealien und Erfrischungsgetränken festgestellt werden. Bei manchen Produktuntergruppen der Frühstückscerealien mit Kinderoptik sind die Zuckergehalte, verglichen mit den jeweiligen Produkten ohne Kinderoptik, immer noch höher.

Die Ergebnisse weisen darüber hinaus darauf hin, dass sich bei vielen Produktgruppen das Produktspektrum in Richtung zuckerärmerer und energieärmerer Produkte ausgeweitet hat. Anders ausgedrückt: **es gibt größere Wahlmöglichkeiten für Verbraucherinnen und Verbraucher, ernährungsphysiologisch günstigere Produkte zu kaufen.** Teilweise ist es aber immer noch so, dass gerade die häufig gekauften Produkte im oberen Bereich der Zucker- und Energiegehalte liegen.

Über alle Produktgruppen hinweg treten bei einigen Produktuntergruppen große Spannweiten im Energie- bzw. Nährstoffgehalt auf. Diese kann methodisch bedingt sein, wenn in einer Produktuntergruppe verschiedenartige Produkte zusammengefasst wurden (z. B. bei Produkten mit Kinderoptik oder bei laktosefreien Milchprodukten). Gleichzeitig können große Spannweiten auf Spielräume für Reduktionsmöglichkeiten seitens der Hersteller hindeuten.

Aufgrund der Dynamik des Marktes kann das Produktmonitoring nur Erkenntnisse für den erfassten Zeitraum liefern, es stellt somit eine Momentaufnahme dar. Auch lassen die Ergebnisse des Produktmonitorings keine Rückschlüsse auf die Ernährungs- und Gesundheitssituation der Bevölkerung bzw. deren Veränderungen zu. Hierzu dienen allein regelmäßige und repräsentative Ernährungs- und Gesundheitsmonitorings. Dennoch bestätigen die dargelegten Ergebnisse, dass es sich beim Produktmonitoring um ein wichtiges Instrument handelt, das die Ernährungspolitik im Rahmen der NRI wissenschaftlich unterstützen und Hinweise auf weiteren Handlungsbedarf liefern kann.

4.2 Cerealien-Studie „Süß, süßer, Frühstück“ der AOK

Parallel zur Veröffentlichung der Ergebnisse des Produktmonitorings durch das MRI hat die AOK im April 2020 ihre gemeinsam mit der GfK durchgeführte **Cerealien-Studie „Süß, süßer, Frühstück“** vorgestellt. In der Studie wurde der Zuckergehalt von gut 1.400 Frühstückscerealien erfasst und untersucht, inwiefern die soziodemografischen Variablen Alter, Familienstand, Haushaltseinkommen und Bildung mit dem Kaufverhalten von verschiedenen Cerealien zusammenhängen.

Zur Methodik erklärt die AOK: *„Die GfK hat mit der Erfassung der rund 1.400 Produkte 99 Prozent der in dem Zeitraum November 2018 bis Oktober 2019 an Privathaushalte verkauften Gesamtmenge an Cerealien abgedeckt. Die Produkte wurden in Märkten des Einzelhandels an einem Stichtag sowie mit Hilfe einer Internetrecherche erfasst. Die Frühstückscerealien wurden in vier Produktgruppen mit Teilmärkten unterteilt: traditionelle Cerealien (u. a. mit den Teilmärkten gepuffte Cerealien sowie Cerealien, die sich in ihrer Aufmachung an Kinder richten), Müslis (u. a. Knuspermüsli, Schokomüsli), Porridge und Frühstücksbreie sowie Frühstückscerealien für Kleinkinder. Basis der Untersuchung zur Erfassung der Einkaufsmenge und der soziodemografischen Variablen in Deutschland bildete das GfK-Haushaltspanel mit einer Bruttostichprobe von 30.000 deutschen Privathaushalten.“*

Die Ergebnisse der Studie zeigten laut AOK, *„dass der Zuckergehalt von 73 Prozent aller Frühstückscerealien nicht den Empfehlungen des nutrient profile model²¹ der Weltgesundheitsorganisation (WHO) entspricht. 99 Prozent der verkauften Kindercerealien wiesen einen höheren Zuckergehalt auf als die von der WHO empfohlene Menge von 15 Gramm je 100 Gramm vorsieht. Der durchschnitt-*

liche Gehalt an Zucker in den Kindercerealien war mit 27 Gramm je 100 Gramm fast doppelt so hoch wie die Empfehlung der WHO. Darüber hinaus zeigen die Daten, dass vor allem Familien in hohem Maße Produkte kaufen, die sich durch Verpackungsgestaltung und Marketing gezielt an Kinder richten. [...] Je höher der soziale Status ist, desto seltener fiel die Kaufentscheidung auf ein stark gesüßtes Produkt. Jüngere Menschen entschieden sich überproportional häufig für stark gesüßte Cerealien. Mit steigendem Alter bevorzugten die Käufer immer öfter wenig gesüßte Produkte.“

4.3 Erhebungen der Lebensmittel- wirtschaft

Einige der beteiligten Verbände der Lebensmittelwirtschaft haben darauf hingewiesen, dass Reformulierungen und Neueinführungen von Produkten mit verbesserter Nährstoffzusammensetzung in ihrem jeweiligen Sortiment bereits vor den Basiserhebungen des MRI stattfanden. Die **wafg** koordiniert im Rahmen der NRI eine Erhebung der Kaloriengehalte unter den teilnehmenden Unternehmen in ihrem Verband, welche *„die Marktentwicklung nach der gleichen Methodik erfasst, wie die Zielsetzung des Branchenbeitrags ermittelt wurde“*. Demnach fand zwischen 2015 und 2019 eine Kalorienreduktion von rund acht Prozent bezogen auf das gesamte Portfolio der Erfrischungsgetränke der beteiligten Unternehmen statt. Außerdem sei der Anteil von kalorienfreien bzw. -reduzierten Produkten im Portfolio der Erfrischungsgetränke bereits in den vergangenen Jahren gestiegen.

Auch der **VGMS** führt seit Jahren eine eigene Erhebung der Zuckergehalte der Frühstückscerealien seiner Mitgliedsunternehmen durch: *„Die Ergebnisse zeigen, dass*

²¹ Das WHO-Regionalbüro für Europa hat im Jahr 2015 ein Europäisches Nährwertprofil-Modell veröffentlicht. Es soll den europäischen Mitgliedsstaaten als Grundlage für politische Maßnahmen zur Beschränkung der Vermarktung von Lebensmitteln für Kinder dienen.

der [durchschnittliche, absatzgewichtete] Zuckergehalt [von Frühstückscerealien mit Kinderoptik] im Zeitraum 2012 bis 2019 bereits um gut 20 Prozent gesenkt werden konnte. [...] Die VGMS-Mitgliedsunternehmen haben in vielen etablierten Produkten mit Kinderoptik den Zuckergehalt zwischen 5 und 40 Prozent reduziert. [...] [Die Hersteller] reduzierten [...] häufig nicht nur den Zuckeranteil, sondern erhöhten auch den Vollkorngehalt. In einigen Produkten wurde der Zuckergehalt von Cremefüllungen reduziert oder durch Veränderung des Schokoladenanteils eine Zuckerreduktion erzielt. So konnten Zuckerreduktionen um bis zu 30 Prozent erreicht werden. Produkte mit Honig wurden teilweise um acht bis zehn Prozent zuckerreduziert. [...] Darüber hinaus gibt es zahlreiche Beispiele für neue Produkteinführungen, denen kein Zucker zugesetzt wird oder deren Zuckeranteil nur aus den enthaltenen Früchten stammt. In der Untergruppe der Müslis finden sich dafür Beispiele für an Kinder gerichtete Produkte. Auch Porridges mit Kinderoptik sind neuartige Produkte, die mit einem geringen Zuckeranteil von etwa zwölf Prozent angeboten werden.“

Der VGMS macht auch Angaben zu Produkten, die nicht explizit an Kinder gerichtet sind: „Die Unternehmen sind darüber hinaus auch in anderen Kategorien aktiv, bieten neue Produkte an oder verbessern die Zusammensetzung bereits etablierter Produkte durch Reduktion des Zucker- und Erhöhung des Vollkornanteils. In der Untergruppe der Knuspermüslis beispielsweise werden in einigen Produkten Reduktionsschritte von bis zu 30 Prozent umgesetzt. Bei Multigrainflakes und gefüllten Kissen wurden in mehreren Schritten Zuckerreduktionen von 37 beziehungsweise 26 Prozent erreicht.“

Auch im Gesamtsortiment der Frühstückscerealien gebe es viele Produktneueinführungen: „Beispiele dafür sind Müslis auf der Basis von Mehrkornflockenmischungen [...]. Die Hersteller verzichten hier häufig auf den Zucker- oder Salzzusatz. Der Zuckergehalt liegt – je nach Variante – beispielsweise bei ein bis zwei Prozent bei Basis- und Nussvarianten oder zwischen 10 und 20 Prozent, wenn Zutaten wie Früchte oder Schokolade enthalten sind. Der Vollkornanteil dieser Produkte liegt bei bis zu 70 Prozent. Auch Porridges werden dem Wunsch der Verbraucher nach puren, zuckerreduzierten Produkten gerecht. Meist wird auch hier kein Zucker oder Salz zugesetzt. Der Zuckergehalt vieler Produkte liegt bei maximal 15 Prozent, der Vollkornanteil [...] erreicht bis zu 90 Prozent.“

Der **MIV** hebt hervor, dass sich die Zahlen des MRI auf die Gesamtzuckergehalte (inklusive der natürlicherweise enthaltenen Laktose) beziehen und unterstreicht, dass die Reduktion des zugesetzten Zuckers noch deutlich höher liege. Würde der Laktosegehalt nicht eingerechnet, so enthielten Joghurtzubereitungen mit Kinderoptik fast 30 Prozent, Quarkzubereitungen für Kinder fast 25 Prozent weniger zugesetzten Zucker im Vergleich der Jahre 2016 und 2019. Gleiches gelte für marktrelevante Produkte.

Das **dti** erklärt, dass sich seine Mitgliedsunternehmen bereits seit mehr als zehn Jahren aktiv mit der Anpassung ihrer Rezepturen („stille Reformulierung“) beschäftigen. Laut eigenen Angaben sank der mittlere Salzgehalt von Tiefkühl-Pizzen zwischen 2007 und 2015 um fast zehn Prozent.

Auch der Lebensmitteleinzelhandel erhebt Daten, die Auskunft über Veränderungen im Sortiment der Eigenmarken liefern. **ALDI** führt aus: „Beispielsweise reduzieren wir bereits seit 2014 unsere Eigenmarkenprodukte systematisch im Salz- und Zuckergehalt. So konnte ALDI SÜD seither den Salzgehalt um insgesamt 410 Tonnen und den Zuckergehalt um insgesamt 7.900 Tonnen reduzieren (Stand September 2020). ALDI Nord hat allein im Jahr 2018 bei insgesamt 110 Artikeln rund 1.800 Tonnen Zucker und 86 Tonnen Salz eingespart. Warenbereiche, in denen in diesem Jahr viele Reduktionen stattfanden, waren u. a. Cerealien, Erfrischungsgetränke und Molkereiprodukte.“

Der **EDEKA-Verbund** erläutert: „Entsprechend unserer ambitionierten Reformulierungsstrategie, die eine vollständige Optimierung des Sortiments bis 2025 vorsieht, haben wir in 2020 umfangreiche Schritte bei der Reduzierung von Zucker, Salz und Fetten in unserem Eigenmarkensortiment getätigt:

- Zu den bestehenden Veränderungen der letzten Jahre konnten in der Produktgruppe Molkereiprodukte weitere Artikel im Zuckergehalt gesenkt werden. Es waren Reduzierungen zwischen 6,1 bis 20,7 Prozent möglich.
- Im Bereich der Feinen Backwaren waren Zuckerreduzierungen von etwa 6,5 bis über 37,5 Prozent möglich. Es konnte zum Teil auch der Fettgehalt zwischen 5,7 und 22,7 Prozent reduziert werden.
- Bei der Produktgruppe Müsli/Cornflakes wurde der Zuckergehalt zwischen 6,6 bis 23,7 Prozent gesenkt.

- Bei den 100%-Säften ist eine Reduzierung aufgrund der natürlichen Zusammensetzung nicht möglich. Hier wurde aber der Salzgehalt beim Tomatensaft um 12,7 Prozent gesenkt.
- Im Bereich der Knabbererzeugnisse konnte nun auch bei den Chips-Crackern der Salzgehalt um 52 Prozent gesenkt werden.
- Bei den Tiefkühl-Brötchen war eine Reduzierung der Salzgehalte zwischen 10,8 bis 37,6 Prozent möglich.“

Kaufland gibt eine durchschnittliche Reduktion von 21 Prozent im Zucker-, Salz- oder Fettgehalt von nahezu 300 Eigenmarkenartikeln an. Bei der **REWE Group** wurden zwischen 2018 und 2020 die Rezepturen von über 800 Produkten überprüft.

Laut **Lidl Deutschland** konnten in nahezu allen Produktgruppen des Sortiments Reduktionen realisiert werden: „Bisher wurden so rund 14 Prozent Zucker im Lidl-Eigenmarkensortiment reduziert. Das entspricht umgerechnet rund 31.000 Tonnen Zucker. Bei der Salzreduktion wurden bereits 1.900 Tonnen eingespart, dies entspricht rund acht Prozent. Bei frischem Brot und Brötchen, als einer der Haupteintragsquellen für Salz, wurde der Salzgehalt um 17 Prozent reduziert. Besondere Erfolge verzeichnete Lidl auch bei seinen Cornflakes, deren Zuckeranteil um über 35 Prozent verringert wurde.“



5

Beurteilung ausgewählter Convenience-Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung

Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) hat im Rahmen der NRI einen Bericht zum Thema „Beurteilung ausgewählter Convenience-Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung und Handlungsempfehlungen zur Optimierung“ erarbeitet. Dieser wurde direkt im Anschluss an das Erscheinen der überarbeiteten DGE-Qualitätsstandards am 1. Dezember 2020 auf der Homepage der DGE veröffentlicht²².

In die Beurteilung der ausgewählten Convenience-Produkte wurden warme Grundsoßen (z. B. Bechamelsoße, Veluté, Tomatensoße), Salatdressings (z. B. auf Basis von Joghurt, Vinaigrette), Desserts (u. a. Pudding, Creme, Quarkdesserts) sowie kalte Tomatensoßen (Ketchup) einbezogen. Für diese Produktgruppen wurden über eine Online-Recherche Daten zu den Gehalten an Energie, Zucker, Fett, gesättigten Fettsäuren und Salz erhoben. Dabei wurden diejenigen Trocken- und Nassprodukte identifiziert, die von den im Außer-Haus-Markt agierenden Großhändlern wie CHEFS CULINAR, Metro und Transgourmet in Großgebunden angeboten werden. Zudem wurden gängige Grundrezepturen der Kochausbildung herangezogen und die Energie- und Nährstoffgehalte berechnet. Auf Basis dieser Rezepturen werden in der Zentralküche bzw. in der Produktion eines

Essensanbieters (vor Ort) ebenfalls einzelne Komponenten hergestellt.

Für die einzelnen Produktgruppen wurden jeweils die Spannbreiten der Energie- und Nährstoffgehalte dargestellt und der Median berechnet. Anschließend erfolgte ein Vergleich zwischen industriell und handwerklich hergestellten Produkten sowie eine Beurteilung der ernährungsphysiologischen Qualität der Produkte anhand der D-A-CH-Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr in der Umsetzung für die Gemeinschaftsverpflegung sowie anhand von Empfehlungen und Stellungnahmen der DGE mit Fokus auf die Zufuhr von (freiem) Zucker, Fett und Salz.

Abschließend wurden auf Basis von Werten, die sich unter anderem am Nutri-Score orientieren, Empfehlungen für die Gehalte an Energie, Zucker, Fett, gesättigten Fettsäuren und Salz in den betrachteten Produktgruppen formuliert, die aus Sicht der DGE von der Lebensmittelindustrie angestrebt werden sollten. Abgerundet wird die Publikation von Handlungsempfehlungen für die Politik, die Lebensmittelindustrie, die Gemeinschaftsverpflegung sowie die Aus- und Weiterbildung von Köchinnen und Köchen.

22 Arens-Azevêdo, U., Bölts, M., Schnur, E., Tecklenburg, M. E. (2020). Beurteilung ausgewählter Convenience-Produkte in der Gemeinschaftsverpflegung und Handlungsempfehlungen zur Optimierung. Bonn: DGE.



6

Forschung und
Innovation

Eine Erweiterung des Angebots an vorgefertigten Lebensmitteln mit geringeren Gehalten an Zucker, Fetten und Salz ist ein zentrales Element der NRI. Allerdings erfüllen diese Lebensmittelbestandteile vielerlei Funktionen im Produkt und können in vielen Fällen nicht einfach weggelassen oder reduziert werden, ohne dass es zu einer Veränderung von produktspezifischen Eigenschaften kommt. Neben ihrem Einfluss auf den Geschmack besitzen sie oftmals wichtige technologische Funktionen, beispielsweise bezogen auf die Textur oder die Haltbarkeit des Lebensmittels. All diese Aspekte müssen bei Reformulierungen berücksichtigt werden, damit die Qualität und Sicherheit der Produkte und dadurch letztendlich auch die Verbraucherakzeptanz erhalten bleiben. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, sind entsprechende Forschungsprojekte unabdingbar, die mögliche Reformulierungsansätze erproben sowie die Grenzen der technologischen Machbarkeit und die Verbraucherakzeptanz ermitteln. Produktentwicklungen bzw. Reformulierungen sind häufig langjährige Prozesse.

Vor diesem Hintergrund hat das BMEL im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung seit 2016 neun Forschungsprojekte des **MRI**, die das Thema Reformulierung betreffen, mit insgesamt etwa zwei Millionen Euro gefördert:

Zuckerreduktion

- Steigerung der Süßkraft von Laktose durch enzymatische Hydrolyse und partielle Isomerisierung von Glukose

Fettreduktion

- Fettreduktion bei Siedegebäcken
- Verwendung von Oleogelen zur Herstellung von fettreichen und trockenen Backwaren zur Reduzierung und Vermeidung von gesättigten und trans-Fettsäuren
- Specks substitution in fermentierten Rohwürsten

Salzreduktion

- Reduzierung der Salzgehalte in ausgewählten Fischprodukten durch den Einsatz von Salzaustauschstoffen
- Strategien zur Salzreduzierung bei Schnittkäse
- Möglichkeiten von Hochdruckverfahren zur Qualitätserhaltung bei salzreduzierender Reformulierung von Gemüsesäften und -pürees
- Salzreduktion in Fleischwaren

Verbesserung der ernährungsphysiologischen Eigenschaften bei gleichzeitiger Energiereduktion

- Erarbeitung wissenschaftlicher Grundlagen zur Herstellung ballaststoff- und polyphenolreicher Frühstückscerealien mit reduzierter Energiedichte

Die Projekte wurden größtenteils 2019 abgeschlossen und haben teilweise vielversprechende Ergebnisse geliefert, von denen einige hier exemplarisch dargestellt werden. Ebenso beispielhaft erwähnt werden zwei neue Projekte, die an die gezeigten Erfolge anschließen oder neu gefördert werden.

Der Salzgehalt in Matjes „nordische Art“ und kaltgeräuchertem Lachs konnte durch die Verwendung von Salzaustauschstoffen ohne Beeinträchtigung der Qualität und mikrobiologischen Sicherheit der Produkte signifikant gesenkt werden. Die bisherigen Ergebnisse des Forschungsprojekts zur Salzreduktion in Fleischerzeugnissen, die neben Brot und Backwaren eine bedeutende Quelle für die Salzzufuhr in Deutschland darstellen, deuten ebenfalls darauf hin, dass in vielen Produkten der Salzgehalt ohne Einbußen bei Qualität und Sicherheit reduziert werden kann.

In gesüßten Milchprodukten konnte durch eine Spaltung der Laktose in Galaktose und Glukose sowie eine

anschließende Isomerisierung der Glukose zur Hälfte in Fruktose ein süßkraftverstärkender Effekt im Produkt erreicht werden. Dies führte in den auf diese Weise hergestellten Joghurt- und Puddingprodukten bei gleicher Süßwahrnehmung zu einer Ersparnis an zugesetztem Zucker um 15 bis 20 Prozent im Vergleich zu Standardprodukten. In Zusammenarbeit mit der Hochschule Geisenheim und dem MIV werden seit Ende 2020 zudem technologische Maßnahmen zur Reduktion des Gesamtzuckergehalts in Fruchtojoghurts erforscht. Zum einen soll der Gehalt an zugesetzten Zuckern in den Fruchtzubereitungen durch Reformulierung reduziert werden. Zum anderen werden spezifische Trenn- und Fermentationsverfahren in der Herstellung der Joghurt- bzw. Fruchtzubereitungen erprobt, welche die Gehalte an natürlicherweise enthaltener Laktose bzw. Fruktose senken. Durch die optimale Kombination dieser Reduktionsmaßnahmen sollen Geschmack und produkttypische Eigenschaften bestmöglich im Endprodukt erhalten bleiben. Gleichzeitig soll der Gesamtzuckergehalt von Fruchtojoghurts um 40 bis 60 Prozent sinken.

In fettreichen Siedegebäcken wie Berliner Pfannkuchen ergaben die Untersuchungen des MRI, dass durch Zusatz von Weizenfasern der Gesamtfettgehalt um zehn Prozent gesenkt werden konnte. Die zusätzliche Fettaufnahme während des Frittierens verringerte sich um 20 Prozent. Durch das Auftragen eines Coatings, bestehend aus Molkenproteinisolat und festen Lipidnanopartikeln, auf die Teiglinge konnte die zusätzliche Fettaufnahme um 16 Prozent verringert werden.

Bei Feinen Backwaren, für die im Rahmen der industriellen Produktion zur Textur- und Geschmacksgebung bislang hauptsächlich Margarinen basierend auf Palmöl oder gehärtetem Pflanzenöl eingesetzt werden, ergaben die Untersuchungen, dass strukturierte Rapsöle, sogenannte Oleogele, eine geeignete Alternative sein können.

Sie weisen einen hohen Anteil an ungesättigten Fettsäuren auf. Durch die Verfestigung des Rapsöls mit Ethylzellulose, Monoglyzeriden oder Sonnenblumenwachs sind Eigenschaften der Oleogele wie Festigkeit und Textur mit Margarine vergleichbar, weshalb sie sich gut für die Herstellung von Mübekeksen, Muffins etc. eignen. Mögliche Anwendungen von Oleogelen beim Frittieren von Siedegebäcken und Kartoffelprodukten (z. B. Kartoffelchips oder Pommes frites) werden seit Ende 2020 im Rahmen eines neu geförderten Verbundprojekts erforscht. Im Vordergrund steht hier die Stabilität der Oleogele unter den gegebenen Frittierbedingungen, immer auch mit dem Ziel, den Fettgehalt der Produkte zu reduzieren und ihr Fettsäuremuster zu verbessern.

Im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung hat das BMEL seit 2018 sechs weitere Projekte zum Thema Reformulierung mit einem Gesamtfördervolumen von rund drei Millionen Euro gefördert. Im Februar 2019 wurde außerdem eine neue Bekanntmachung über die Förderung von "Innovationen zur Reduktion von Zucker, Fetten und Salz in verarbeiteten Lebensmitteln sowie in Mahlzeiten in der Außer-Haus- und Gemeinschaftsverpflegung" veröffentlicht. Insgesamt wurden acht Projektskizzen vom BMEL als förderwürdig im Programm zur Innovationsförderung eingestuft. Deren Fördersumme beläuft sich auf etwa 6,6 Millionen Euro. Unter den als förderwürdig eingestuften Projekten ist nicht nur das oben bereits erwähnte Projekt des MRI zum Einsatz von Oleogelen beim Frittieren, sondern auch das Projekt RePro, an dem das MRI ebenfalls beteiligt ist. Mit diesem Projekt strebt das MRI an, das bisher sehr arbeits- und zeitintensive NRI-Produktmonitoring mittels eines auf Künstlicher Intelligenz basierenden Verfahrens zu automatisieren. Sollte das Projekt erfolgreich sein, ließe sich eine größere Zahl an Produktgruppen als bisher auf Veränderungen der Energie- und Nährstoffgehalte überprüfen.

Darüber hinaus fördert das BMEL im Rahmen des **Bundesprogramms Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN)** ein Vorhaben zu Reformulierungsstrategien für Bio-Lebensmittel. Darin sollen Erfahrungen bei der Reformulierung von Bio-Produktrezepturen zur Reduktion von Zucker gesammelt und die Erwartungshaltungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern gegenüber Bio-Rezepturen sowie Notwendigkeiten möglicher Reformulierungsmaßnahmen ermittelt werden. Potenzielle Reformulierungsansätze zur Reduktion von Zucker sollen anhand von vier exemplarischen Warengruppen (Erfri-schungsgetränke, Müsli, Backwaren und Fruchtjoghurt) technologisch und rezeptorisch erprobt und mithilfe eines geschulten Expertenpanels und Verbrauchertests bewertet werden. Die gewonnenen Erkenntnisse werden zur Erarbeitung einer Reformulierungsstrategie zusammengeführt, die auch Positionierungs- und Kommunikationsempfehlungen für die Biobranche beinhaltet. Das Verbundvorhaben wird von der Hochschule Bremerhaven, der Georg-August-Universität Göttingen sowie dem Bundesverband Naturkost Naturwaren e. V. (BNN) bearbeitet.

Auch einige teilnehmende Verbände der Lebensmittelwirtschaft engagieren sich in der Forschung im Zusammenhang mit der NRI. Das jüngste Forschungsprojekt des VdF „Nutzbarmachung osmotoleranter Starterkulturen aus Bienenhonig zur Entwicklung von Getränkezutaten auf Basis von Fruchtsaftkonzentraten“ wird vom Forschungskreis der Ernährungsindustrie e. V. (FEI) gefördert und findet an der Technischen Universität München im Zeitraum 2020 bis 2023 statt. Es geht *„um Brennwertreduktion durch Zuckerabbau durch Fermentationsprozesse. Ziel des Forschungsvorhabens ist es, osmotolerante Essig- und Milchsäurebakterien für die Fruchtsaftfermentation zu erschließen. Hierbei sol-*

len insbesondere Isolate aus Bienenhonig aufgrund ihrer intrinsischen Osmotoleranz zum Einsatz kommen. Die nichtalkoholische Fermentation konzentrierter Fruchtsäfte könnte wirtschaftlich effizient das veränderte Verbraucherbedürfnis hin zu kalorienreduzierten und -freien Getränken befriedigen.“ Ein weiteres vom FEI gefördertes Projekt mit Beteiligung des VdF behandelt die „Reduktion des zahnschädigenden Potenzials von zuckerhaltigen Fruchtgetränken durch Reformulierung mit antikariogenen Polyphenolen“ und wird von der Universität Kiel und der Hochschule Geisenheim im Zeitraum 2019 bis 2021 durchgeführt.

Auch der **MIV** unterstützt neben internen Forschungs- und Entwicklungsarbeiten der Unternehmen vorwettbewerbliche Gemeinschaftsforschungsprojekte im Sinne der NRI. Neben dem oben erwähnten Forschungsvorhaben zur Reformulierung von Fruchtjoghurt gehört dazu auch ein Projekt zum „enzymatischen Generieren erhöhter Süße aus laktosehaltigen Nebenströmen und deren Einsatz als Sirup zur Zuckerreduktion am Beispiel Milcherzeugnis“ (Universität Hohenheim). Die MIV-Ideenbörse Forschung, deren Ziel es sei, neue Forschungsansätze und Innovationen zu generieren, hatte 2020 eine eigene Session zur Zuckerreduktion.

Die **Wirtschaftliche Vereinigung Zucker e. V. (WVZ)** beteiligt sich am wissenschaftlichen Diskurs zum Thema Zucker, beispielsweise mit ihrer Übersichtsarbeit „The role of dietary sugars in health: molecular composition or just calories?“²³, in der die Rolle von Zucker bei der Entstehung von Übergewicht und Adipositas sowie ernährungsmitbedingten Erkrankungen betrachtet wird, und ihrer Stellungnahme zum Konsensuspapier der Deutschen Adipositas-Gesellschaft e. V. (DAG), der Deutschen Diabetes Gesellschaft e. V. (DDG) und der DGE zur quantitativen Zuckerzufuhrempfehlung²⁴.

23 Prinz, P. (2019). The role of dietary sugars in health: molecular composition or just calories? *European Journal of Clinical Nutrition* 73: 1216-1223.

24 https://www.zuckerverbaende.de/images/stories/docs/pdf/WVZ_-_Stellungnahme_Konsensuspapier_30042019.pdf



7

Steigerung
der Ernährungs-
kompetenz

7.1 Maßnahmen des Bundes und der Länder

Die Änderung des Lebensmittelangebots allein bewirkt nicht automatisch, dass sich die Bevölkerung ausgewogener ernährt. Dazu muss auch die Ernährungskompetenz von Verbraucherinnen und Verbrauchern gestärkt werden, damit sie in die Lage versetzt werden, ihren Ernährungsalltag selbstbestimmt und verantwortungsbewusst zu gestalten und beim Lebensmittelkauf die gesündere Wahl zu treffen. Vor diesem Hintergrund setzt das BMEL nicht allein auf die Verhältnisprävention, sondern ergreift auch verhaltenspräventive Maßnahmen. So liefert die BMEL-Webseite beispielsweise umfangreiche Informationen zur NRI. Im Januar 2020 wurde außerdem die Broschüre „Weniger ist mehr – Zucker, Fette und Salz reduzieren“ veröffentlicht, die über die Inhalte der Strategie informiert und für die Aufnahme von Zucker, Fetten und Salz über Fertigprodukte sensibilisiert.

Ernährungskompetenz ist gleichzeitig nicht denkbar ohne Gesundheitskompetenz. Das Bundesministerium für Gesundheit (BMG) fördert deshalb verstärkt die Gesundheitskompetenz der Bevölkerung als Fähigkeit, Gesundheitsinformationen zu suchen, zu finden, zu beurteilen und in die Praxis umzusetzen. Das Nationale Gesundheitsportal „www.gesund.bund.de“ bietet Bürgerinnen und Bürgern gut verständliche, werbefreie und wissenschaftlich geprüfte Informationen rund um die Gesundheit und trägt so auch zu einem besseren Verständnis des Zusammenhangs von Ernährung und Gesundheit bei. Das BMG arbeitet außerdem zusammen mit den Partnern der Selbstverwaltung in der „Allianz für Gesundheitskompetenz“ an Maßnahmen, die die Gesundheitskompetenz in den Lebenswelten stärken.

Darüber hinaus leisten vielfältige Aktivitäten im Rahmen des von der Bundesregierung bereits im Jahr 2008

beschlossenen und von BMEL und BMG getragenen **Nationalen Aktionsplans „IN FORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung“** einen Beitrag zur Stärkung der Ernährungskompetenz in allen Lebensphasen. Gefördert werden Projekte, die zu einer gesunden und ausgewogenen Ernährung in Kitas und Schulen beitragen bis hin zu Ernährungsinformationen für Seniorinnen und Senioren. So wurde beispielsweise auch im Jahr 2020 durch die Konzeption und Durchführung von Web-Fortbildungen, die Konzeption und Erstellung eines Online-Tutorials für Lehrkräfte und Maßnahmen zur Ansprache von Grundschullehrinnen und -lehrern die Verbreitung des Ernährungsführerscheins unterstützt. Dabei arbeitet das BMEL eng mit dem **Bundeszentrum für Ernährung (BZfE)**, ansässig in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE), zusammen, das die NRI mit zahlreichen kommunikativen Maßnahmen begleitet. Neben diversen Artikeln auf seiner eigenen Webseite sowie Newsletter-Meldungen, informieren auch Beiträge auf der IN FORM-Webseite über im Rahmen der NRI getroffene Maßnahmen, das Produktmonitoring des MRI und über die Rolle von Zucker, Fetten und Salz in der Ernährung.

Außerdem hat das BZfE für die Ernährungsbildung in 2019 das Unterrichtsmodul „Methode Sinnexperimente“ mit Sinnesübungen zur bewussteren Wahrnehmung von Zucker veröffentlicht, das zum kostenlosen Download zur Verfügung gestellt wurde. Auch das in 2020 veröffentlichte Unterrichtsmodul „Dem Zucker auf der Spur“ steht zum kostenfreien Download bereit. Ende 2020 wurde darüber hinaus das Unterrichtsmodul „Lebensmittel-Kennzeichnung – Basics“ vollständig neu überarbeitet. Mit seinen 2019 in Kooperation mit der Europauniversität Flensburg im Rahmen von IN FORM erarbeiteten Kursleitermaterialien „Buchstäblich fit“ und „Häppchenweise Deutsch“ bietet das BZfE deutschsprachigen Erwachsenen mit geringen Lese- und Schreibfähigkeiten bzw. Deutsch lernenden Erwachsenen Impulse, sich mit Vor- und Nachteilen von Fertigprodukten im Vergleich zu selbst zubereiteten Speisen auseinanderzusetzen oder die Zutaten verschiedener Produkte zu vergleichen.



In der Ausgabe 04/2019 der Fachzeitschrift „Ernährung im Fokus“ des BZfE lag der inhaltliche Schwerpunkt auf der NRI und Forschungsprojekten zur Reformulierung. Im Dezember 2020 wurde im Verbrauchermagazin „Kompass Ernährung“ ein Beitrag zur NRI sowie zur Reformulierungsforschung des MRI veröffentlicht. Darüber hinaus bildete die Reformulierung von Lebensmitteln ein zentrales Thema des dritten BZfE-Fforums am 5. September 2019, das sich Maßnahmen widmete, um Menschen eine ausgewogene Ernährung zu erleichtern.

Des Weiteren trägt auch die **Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)** mit Informationsmaterialien und Schulungen von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in Kitas, Schulen, Betrieben und Senioreneinrichtungen dazu bei, dass die Menschen zu einem gesundheitsbewussten Lebensstil mit ausgewogener Ernährung und ausreichender Bewegung befähigt und so Übergewicht und weitere Zivilisationskrankheiten vermieden werden.

Das **MRI** ist regelmäßig auf Verbraucherveranstaltungen präsent, um die Ergebnisse seiner Reformulierungsforschung vorzustellen und Verbraucherinnen und Verbraucher mithilfe von Verkostungen reformulierter Produkte für die Zucker-, Fett- und Salzaufnahme zu



3. BZfE-Forum 2019:

Mehr oder weniger?! Lebensstiländerung als gesellschaftliche Herausforderung

Reformulierte Lebensmittel, Betriebliche Gesundheitsförderung, Nudging, moderne Public-Health-Maßnahmen – es gibt viele Ansätze, um Menschen den Weg zu einem gesünderen Leben zu erleichtern.



Bundesministerin Julia Klöckner präsentiert den Nutri-Score

sensibilisieren. So bildete dieses Thema beispielsweise auf der Internationalen Grünen Woche 2019 und 2020, auf den Bonner Ernährungstagen 2019 und beim Tag der offenen Tür des BMEL 2019 einen Schwerpunkt.

Eine zentrale Maßnahme der Bundesregierung, die es Verbraucherinnen und Verbrauchern erleichtern soll, die gesündere Wahl zu treffen, ist die nationale Einführung des **Nutri-Score als erweiterte Nährwertkennzeichnung**. Die erweiterte Nährwertkennzeichnung ergänzt die bisherigen Pflichtkennzeichnungen, wie zum Beispiel das Zutatenverzeichnis und die Nährwerttabelle. Zur Umsetzung des ernährungspolitischen Ziels einer erweiterten Nährwertkennzeichnung, das auch ein Auftrag der aktuellen Koalitionsvereinbarung ist, hat das BMEL einen intensiven Forschungs- und Abstimmungsprozess durchgeführt. Teil dieses Prozesses waren insbesondere eine ernährungswissenschaftliche Bewertung durch das MRI, Gespräche mit beteiligten Kreisen (einschließlich Wirtschafts- und Verbraucherverbänden) und eine unabhängige Verbraucherbefragung. Der Nutri-Score ging aus diesem Abstimmungsprozess als dasjenige System hervor, das wissenschaftlich valide ist und von den Verbraucherinnen und Verbrauchern in Deutschland am besten wahrgenommen und verstanden wird.

Der Nutri-Score ist eine Marke, die beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) eingetragen ist. Inhaberin der Marke ist die „Agence nationale de la

Santé publique France“, kurz „Santé publique France“, eine Behörde im Geschäftsbereich des französischen Gesundheitsministeriums. Der Nutri-Score wurde im Rahmen eines Rechtsetzungsprozesses im deutschen Recht verankert. Hierzu hat das BMEL eine Verordnung vorgelegt und auf EU-Ebene erfolgreich notifiziert. Die Verordnung zur Verwendung des Nutri-Score in Deutschland ist am 6. November 2020 in Kraft getreten. Seitdem kann der Nutri-Score – entsprechend den Verwendungsbedingungen der verantwortlichen Markeninhaberin – auch von deutschen Unternehmen rechtssicher zur Kennzeichnung von Lebensmitteln verwendet werden.

Die Verwendung des Nutri-Score durch Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft erfolgt auf freiwilliger Basis, weil das geltende EU-Recht eine verpflichtende Anwendung nicht vorsieht (er ist dementsprechend auch in Frankreich oder Belgien nicht verpflichtend vorgeschrieben). Um Verbraucherinnen und Verbrauchern staatenübergreifend eine Orientierung zu geben und gleichzeitig klare Rahmenbedingungen für Unternehmen zu schaffen, hält das BMEL die Verwendung einer EU-weit einheitlichen erweiterten Nährwertkennzeichnung für sinnvoll und hat im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft einen Harmonisierungsprozess initiiert. Die Europäische Kommission hat für Ende 2022 einen Legislativvorschlag für ein EU-einheitliches, verpflichtendes System einer erweiterten Nährwertkennzeichnung angekündigt. BMEL begrüßt diese Ankündigung.

Bereits jetzt verwenden verschiedene Hersteller den Nutri-Score, um den Verbraucherinnen und Verbrauchern zusätzliche Informationen zur Verfügung zu stellen. Um Unternehmen bei der Verwendung des Nutri-Score zu unterstützen und sie zu einer Teilnahme zu motivieren, hat das BMEL diverse Hilfestellungen für Unternehmen, darunter unter anderem deutsche Übersetzungen der Nutri-Score-Markensatzung sowie des Fragen- und Antwortenkatalogs der Markeninhaberin, auf seiner Internetseite veröffentlicht.

Mit dem Nutri-Score wird in Deutschland ein wissenschaftlich fundiertes erweitertes Nährwertkennzeichen eingeführt, das den Verbraucherinnen und Verbrauchern künftig eine schnelle und verlässliche Orientierung bietet und den Vergleich von Lebensmitteln einer Produktkategorie beim Einkauf erleichtern kann. Hierzu werden der Energiegehalt sowie die Gehalte ausgewählter Nähr- und Inhaltsstoffe miteinander verrechnet und einer farblich unterlegten Gesamtbewertung zugeordnet. Der Nutri-Score ist auf der Verpackungsvorderseite platziert und somit schnell und auf einen Blick erfassbar. Die Unterscheidung zwischen einem dunkelgrünen A und einem roten E ist leicht verständlich und erfordert kein tiefgehendes Ernährungswissen. Der Nutri-Score bietet eine Orientierung über den Nährwert eines Lebensmittels und kann so zu einer ausgewogeneren Ernährung beitragen. Die Einführung des Nutri-Score wird von einer Informationskampagne begleitet, mit der die Verbraucherinnen und Verbraucher, aber auch die Wirtschaft informiert und unterstützt werden sollen.

Da Unterschiede in der Zusammensetzung eines Lebensmittels über den Nutri-Score grundsätzlich leichter kommuniziert werden können, kann die erweiterte Nährwertkennzeichnung mit dem Nutri-Score auch ein Anreiz für die Ernährungswirtschaft sein, durch Reformulierungsmaßnahmen ernährungsphysiologisch günstigere Produkte zu entwickeln, die eine bessere Einstufung im Nutri-Score erhalten.

Beispielhaft für das Engagement der Länder zur Stärkung der Ernährungskompetenz sei auf das Projekt „Ernährungsbildung in Thüringer Kindertagesstätten“ hingewiesen, das vom **Thüringer Ministerium für Migration, Justiz und Verbraucherschutz (TMMJV)** und der Techniker Krankenkasse gefördert und seit Juli 2019 über einen Zeitraum von drei Jahren von der DGE, Sektion Thüringen durchgeführt wird. Zu den Hintergründen erklärt das TMMJV: „*Kindergärten sind Wirkstätten der Ernährungsbildung und Ziel von zahlreichen Anstrengungen zur Steigerung der Ernährungskompetenz. In diesen Settings sind bei Programmen und Projekten Kinder, aber*

*auch Eltern und natürlich die Multiplikator*innen die Zielgruppe.*“ Die Ziele und Inhalte des Projekts beschreibt das TMMJV wie folgt: „*Das Projekt soll den Grundstein der beteiligten Akteure legen, diese in die Lage zu versetzen, eine gesundheitsförderliche Lebenswelt zu erschaffen, die allen Beteiligten zu Gute kommt. Insbesondere Kitas mit besonders hohem Beratungsbedarf und stärkeren Defiziten bei der gesundheitsförderlichen Verpflegung sowie auffällige Landkreise in Bezug auf das Körpergewicht bei der Schuleingangsuntersuchung sollen von diesem Projekt profitieren. Zur Identifizierung dieser Kitas wurde in Kooperation mit der Vernetzungsstelle Kita-Verpflegung Thüringen (VNSKT) und der Landesarbeitsgemeinschaft Jugendzahnpflege Thüringen e. V. (LAGJTh) ein Fragebogen zum Umgang mit Süßigkeiten und gesüßten Getränken in den Einrichtungen erstellt und umfassend von der VNSKT ausgewertet. Die im gesamten Projekt fortlaufenden Tätigkeiten sind: Kontakt, Beratung, Durchführung von individuell benötigten Schulungen sowie Vorstellung, gemeinsames Anwenden und Evaluation der entwickelten Bildungsmaterialien in den Modell-Kitas. Des Weiteren werden in Zusammenarbeit mit einer Grafikagentur neue Spielmaterialien für den Einsatz in der Kita entwickelt und die Informationsmedien grafisch gestaltet.*“

7.2 Aktivitäten von Verbänden aus den Bereichen Gesundheit und Verbraucherschutz

Die Gesetzliche Krankenversicherung hat als Solidargemeinschaft die Aufgabe, die Gesundheit der Versicherten zu erhalten, wiederherzustellen oder ihren Gesundheitszustand zu verbessern. Dies umfasst auch die Förderung der gesundheitlichen Eigenkompetenz und Eigenverantwortung der Versicherten. Die Krankenkassen unterstützen Versicherte bei der Verhütung von Erkrankungen (Primärprävention) und der Förderung des selbstbestimmten gesundheitsorientierten Handelns (Gesundheitsförderung) durch Präventionskurse sowie durch die Förderung des Aufbaus und der Stärkung gesundheitsförderlicher Strukturen in Betrieben und Lebenswelten. Ein Schwerpunkt liege laut dem **GKV-Spitzenverband** „auf der Unterstützung von Kindertagesstätten, Schulen und Betrieben bei der Etablierung gesundheitsgerechter

Ernährungsangebote auf der Grundlage der von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung entwickelten Qualitätsstandards. Mit ihren Präventions- und Gesundheitsförderungsprojekten sowie Präventionskursen erreichte die GKV 2019 fast 11 Millionen Versicherte. Die Förderung gesunder Ernährung bildet hierbei ein zentrales Handlungsfeld: So waren 2019 rund drei Viertel der lebensweltbezogenen Präventionsprojekte der Krankenkassen auf dieses Ziel ausgerichtet.“

Die Digitalisierung bietet auch für die ernährungsbezogene Prävention große Chancen. Um die hier liegenden Potenziale stärker nutzbar zu machen, entwickelt der GKV-Spitzenverband derzeit „unter Einbeziehung unabhängigen Sachverständs“ erweiterte, über die bisher bereits geförderten Online-Kurse hinausgehende Qualitätskriterien für die Anforderungen an digitale Anwendungen zur Gesundheitsförderung und Prävention. Ziel sei es, dass ab der zweiten Jahreshälfte 2021 Krankenkassen ihren Versicherten „qualitativ hochwertige digitale Anwendungen zum Beispiel zur Förderung einer gesunden und abwechslungsreichen Ernährung mit dem Ziel der Vermeidung und Reduktion von Übergewicht sowie von Mangel- und Fehlernährung als Leistung zur Primärprävention und Gesundheitsförderung zur Verfügung stellen können.“

Das Engagement der Krankenkassen umfasse neben den an die Versicherten gerichteten Leistungen auch wissenschaftliche Studien: Das „GKV-Bündnis für Gesundheit“, eine gemeinsame Initiative aller Krankenkassen, habe das IGES Institut „mit einer systematischen Literaturrecherche zu bestehenden wissenschaftlich fundierten Handlungsempfehlungen zu gesundheitsförderlichem Ernährungsverhalten und Ernährungskompetenzen“ beauftragt. Auf Basis der Ergebnisse sollen „Empfehlungen für die gesundheitsförderliche Gestaltung von Rahmenbedingungen, die Steigerung eines gesundheitsförderlichen Ernährungsverhaltens und der Ernährungskompetenz in den Lebenswelten Kita, Schule, Kommune und stationäre Pflegeeinrichtungen abgeleitet und für die Praxis aufbereitet werden (www.gkv-buendnis.de)“.

Der **AOK-Bundesverband** hat zusammen mit dem BMEL, dem MRI und dem BZfE die erste bundesweit repräsentative Studie zur Ernährungskompetenz (Food Literacy) in Deutschland auf Basis eines Modellvorhabens auf den Weg gebracht, die im Juni 2020 veröffentlicht

wurde²⁵: „Mit den Ergebnissen will die AOK dazu beitragen, die Rahmenbedingungen für eine gesunde Ernährung zu verbessern. Dazu gehört es, Kompetenzen auf- und Verunsicherungen abzubauen, sodass es jedem Einzelnen möglich ist, selbstbestimmt und gut informiert Lebensmittel einzukaufen, zuzubereiten und zu konsumieren.“

Zunächst wurden in der AOK-Studie „die international verfügbaren Befragungsinstrumente entsprechend analysiert und bewertet. Der Fragenkatalog, den der AOK-Bundesverband dazu mit dem BMEL, dem BZfE und dem MRI abgestimmt hatte, folgt in seiner Konzeption einer Studie aus den Niederlanden. Ein Team um die Forscherin Maartje P. Poelman von der Universität Utrecht hatte sich mit der Frage auseinandergesetzt, wie man Food Literacy messen kann, und einen Katalog von 29 Fragen entwickelt, um die selbst wahrgenommene Food Literacy bei Erwachsenen zu ermitteln. Die 29 Fragen teilen sich dabei auf acht Unterkategorien auf, die vom Planen der Mahlzeiten und dem Vergleich von Produkten über die Vorratshaltung bis hin zum Kochen und zum Snacking gehen.“ Für die Studie wurden bundesweit 1.974 Personen im Alter von 18 bis 69 Jahren im Januar 2020 in einer etwa zehnminütigen Online-Erhebung anonym befragt: „Die Stichprobe erfolgte auf Basis des Mikrozensus des Statistischen Bundesamts und ist hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bildungsstand und Einkommen repräsentativ.“

Die Ergebnisse der Studie zeigten laut AOK, dass mit 53,7 Prozent über die Hälfte der Befragten über eine problematische oder inadäquate Ernährungskompetenz verfüge (siehe Abbildung 2). 45,9 Prozent erreichten eine adäquate, 0,4 Prozent eine exzellente Ernährungskompetenz. Als „inadäquat“ wurde die Ernährungskompetenz bei 2,1 Prozent eingestuft, was 1,3 Millionen Menschen entspricht.

Darüber hinaus lieferten die Ergebnisse Erkenntnisse über den Zusammenhang zwischen der Ernährungskompetenz und diversen soziodemografischen Variablen: „So steigt mit zunehmendem Alter auch die Ernährungskompetenz. [...] Betrachtet man die Verteilung unter den Geschlechtern, so zeigt sich, dass Frauen eine deutlich höhere Ernährungskompetenz haben: 53 Prozent von ihnen weisen eine ausreichende oder exzellente Ernährungskompetenz auf, bei den Männern sind es nur 39 Prozent. Keine Rolle für den Grad der Ernährungskompetenz spielen hingegen die Staatsangehörigkeit, das Geburtsland

25 Kolpatzik, K., Zaunbrecher, R. (2020). Ernährungskompetenz in Deutschland. Berlin: KomPart.

und die Herkunft der Eltern. Hier schneiden Menschen ohne Migrationshintergrund sogar geringfügig schlechter ab als diejenigen mit Migrationshintergrund oder ohne deutsche Staatsangehörigkeit.“ Dagegen gelte: Je höher die Schulbildung, der Berufsabschluss und das monatliche Nettoeinkommen, desto höher sei jeweils auch die Ernährungskompetenz. In Bezug auf die Haushaltsgröße schnitten Zweipersonenhaushalte am besten ab: Der Anteil mit einer hohen oder exzellenten Ernährungskompetenz betrage hier 53,1 Prozent, während Singlehaushalte die niedrigsten Werte aufwiesen (60 Prozent erreichten einen problematischen oder inadäquaten Wert). Auch lasse sich die Ernährungskompetenz nach den betrachteten Teilgebieten differenzieren: „Im Bereich „Gesund vergleichen“, wo es um Kenntnisse zu Nährwertangaben ging, erzielten die Befragten den niedrigsten Wert. Im Bereich „Selbst zubereiten“ erzielten die Befragten den besten Durchschnittswert.“ Mit einer vertiefenden Betrachtung der erhobenen Daten durch das MRI sollen unter anderem die Teilbereiche detaillierter untersucht und die Haupteinflussfaktoren auf die Ernährungskompetenz in diesen Bereichen identifiziert werden.

Die AOK schlussfolgert, dass die Steigerung der Ernährungskompetenz der Bevölkerung eine komplexe Herausforderung darstellt. Um hier einen Beitrag zu leisten, hat die AOK einige **Maßnahmen und Projekte umgesetzt**: „Damit beim Einkaufen die gesunde Wahl zu einer leichten Wahl wird, hat die AOK die App „Gesund einkaufen“ entwickelt. Mit Hilfe eines integrierten Scanners und einer Lebensmittelampel hilft die App Verbrauchern dabei, den Gehalt von Zucker, Salz, Fett und gesättigten Fettsäuren einzuschätzen. Mit einem speziellen Zucker-Scanner wird die Zutatenliste der Produkte auf versteckten Zucker hin durchleuchtet. Dadurch wird nicht nur transparent gemacht, an welcher Stelle der Zutatenliste sich Zucker verbirgt, sondern auch alle Begriffe für süßende Zutaten hervorgehoben. Als Zusatz steht das Zuckerlexikon bereit, dass die 70 süßenden Zutaten in Lebensmitteln leicht und verständlich erläutert. Wie im Alltag, beim Einkauf und der Zubereitung ganz einfach Zucker, Salz und Fett gespart werden kann, wird in 150 Tipps erklärt.“

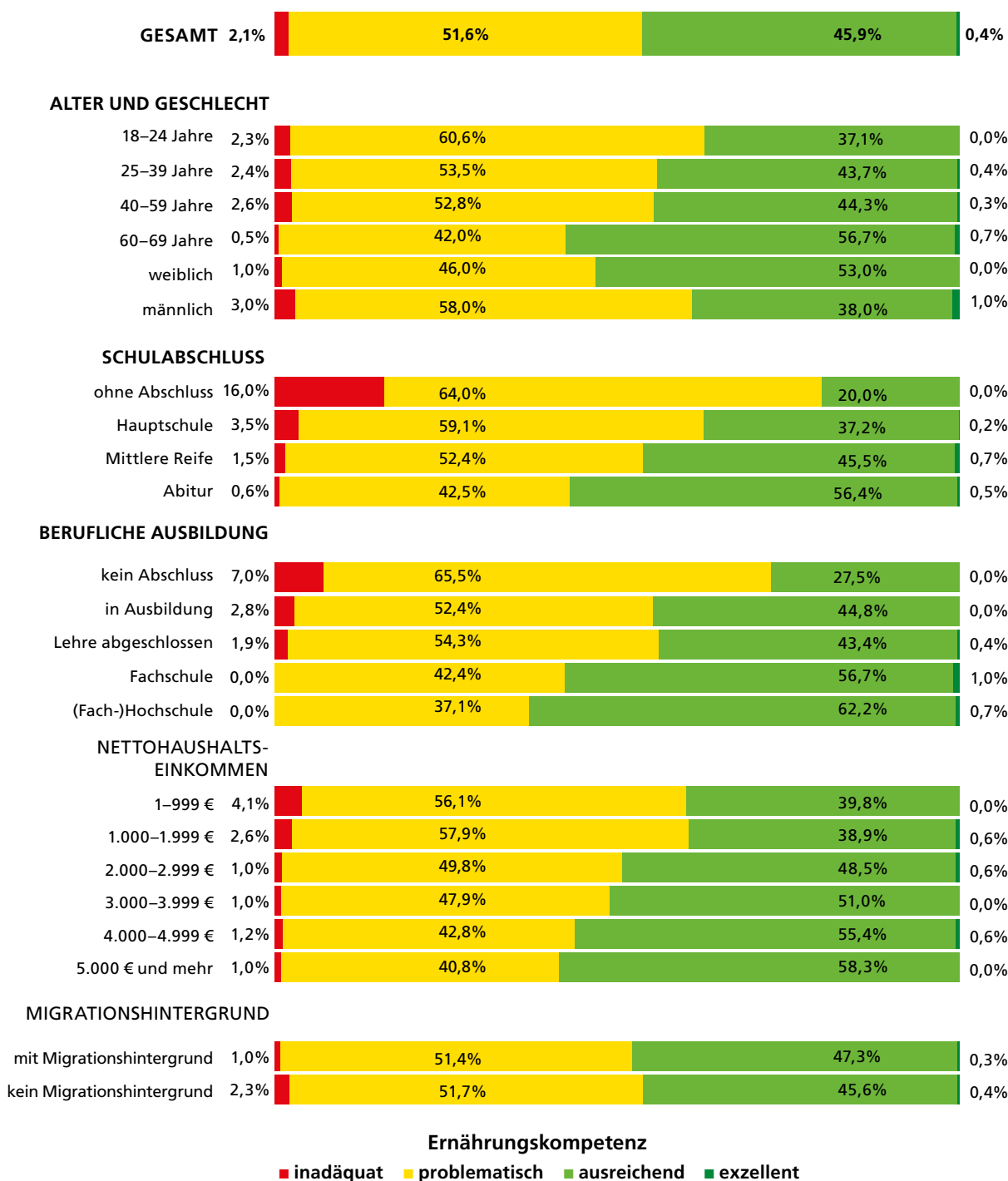
Weiterhin implementiert die AOK im Rahmen der Initiative „Gesunde Kinder, gesunde Zukunft“ „in den Lebenswelten Kita und Schule Programme zur Prävention und Gesundheitsförderung. Die Förderung einer gesunden Ernährung stellt dabei einen Schwerpunkt dar. Das ganzheitliche Programm „JolinchenKids – Fit und gesund in der Kita“ hat das Ziel, eine gesunde Ernährung, ausreichend

Bewegung und das seelische Wohlbefinden zu stärken. Es adressiert neben gesundem Verhalten bei Kindern auch Eltern und Erzieher*innen und verankert nachhaltig gesunde Strukturen in Kitas. Kitas können kostenfrei an dem Programm teilnehmen und werden drei Jahre von der AOK bei der Implementierung begleitet. Bundesweit konnten bereits rund 4.400 Kitas und 295.000 Familien durch dieses Programm erreicht werden. Mit dem Präventionsprogramm „Henrietta und Co. – Gesundheit spielend lernen“ vermittelt die AOK seit 15 Jahren mit Hilfe von Theaterstücken und Unterrichtsmaterialien an Grundschulen kindgerecht die Themen gesunde Ernährung, Bewegung und psychische Gesundheit. Inzwischen haben mehr als 1,6 Millionen Zuschauer das Präventionstheater besucht. Die AOK ist ebenfalls Kooperationspartner des mehrfach ausgezeichneten Programms „GemüseAckerdemie“, welches durch das Anlegen eines Schulackers Kindern eine ausgewogene Ernährung und Wertschätzung für gesunde Nahrungsmittel vermittelt. Alleine 2019 können an über 400 Standorten 17.000 Kinder an der GemüseAckerdemie teilnehmen.“

Ebenfalls relevante Akteure bei der Steigerung der Ernährungskompetenz der Bevölkerung in Deutschland sind die Verbraucherzentralen. Der **Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv)** als Dachorganisation der Verbraucherzentralen in den 16 deutschen Bundesländern erklärt dazu: „Die Verbraucherzentralen bieten Beratung und Information zu Fragen des Verbraucherschutzes, helfen bei Rechtsproblemen und vertreten die Interessen der Verbraucher auf Landesebene. Zu ihren regulären Aufgaben gehören Verbraucheraufklärung und -information sowie eine Steigerung der Verbraucherkompetenz in verschiedenen Bereichen, auch bei Lebensmitteln und Ernährung. Diese originären Aufgaben werden sie auch weiterhin verfolgen. Unabhängig von der politischen Situation und Themensetzung werden sie ihre Schwerpunkte auch zukünftig dort setzen, wo ein Bedarf seitens der Verbraucher besteht. Im Rahmen ihrer vorgegebenen Strukturen und Möglichkeiten werden sie weiterhin durch Aufklärung, Projekte und Informationen ihren Beitrag zur Verbraucheraufklärung sowie zur Steigerung der Ernährungskompetenz leisten. Auf Bundesebene sei zum Beispiel auf das vom BMEL geförderte Projekt „Gut Essen macht stark“ hingewiesen. Die Projekte auf Bundesebene werden ergänzt durch unterschiedliche Projektaktivitäten in den Ländern. [...] Die Verbraucherzentralen in den Bundesländern sind wichtige Anlauf- und Beratungsstellen für Verbraucher.“

Abbildung 2: Ergebnisse der AOK-Studie zur Ernährungskompetenz in Deutschland (Kolpatzik, Zaunbrecher 2020²⁶)

Ernährungskompetenz im Überblick



Basis: 1.974 Befragte | Als Menschen mit Migrationshintergrund werden Personen bezeichnet, die selbst oder deren Eltern in einem anderen Land geboren sind.

7.3 Aktivitäten der Lebensmittelwirtschaft

Auch die Verbände und Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft tragen zur Förderung der Ernährungskompetenz in Deutschland bei. Sie nutzen vor allem ihre Internetseiten sowie die sozialen Medien, um Verbraucherinnen und Verbraucher, Journalisten und Interessengruppen über NRI-bezogene Themen im Zusammenhang mit ihren Produkten zu informieren. So stellt die **WVZ** auf Ihrer Webseite beispielsweise Informationen zur Rolle des Zuckers in der Ernährung, zu den technologischen Funktionen von Zucker bei der Herstellung von Lebensmitteln und zu Herausforderungen bei der Umsetzung von Rezepturänderungen zur Verfügung. Die Verbände informieren und sensibilisieren darüber hinaus ihre Mitglieder regelmäßig über aktuelle wissenschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen im Ernährungssektor.

Das **dti** hat sich im Juli 2019 für den Nutri-Score als erweitertes Nährwertkennzeichnungsmodell in Deutschland ausgesprochen. Aktuell setzen bereits einige dti-Mitgliedsunternehmen den Nutri-Score ein, die Sortimente dieser Unternehmen seien teilweise bereits zu 70 Prozent mit dem Label gekennzeichnet, in der Online-Kommunikation sogar zu 100 Prozent. Das dti stellt seinen Mitgliedern auf seiner Webseite Informationen zum Nutri-Score zur Verfügung und hat im April 2020 ein Online-Seminar zum Thema durchgeführt, um auch kleineren und mittleren Unternehmen die Einführung des Nutri-Score zu erleichtern.

ALDI hat angekündigt, den Nutri-Score zeitnah nach der Schaffung eines einheitlichen Rechtsrahmens für relevante Warengruppen einzuführen. Auch die **REWE Group** werde auf all ihren Produkten den Nutri-Score deklarieren. In regelmäßigen Kampagnen biete ALDI seinen Kunden außerdem „viele gesunde Rezept-Ideen, Tipps rund um das Thema abwechslungsreiche Ernährung und Bewegung sowie passende Produkte“. **Lidl** befürwortet seit Oktober 2019 ausdrücklich die Einführung des Nutri-Score und beginne nun sukzessive, sein Eigenmarkensortiment entsprechend zu kennzeichnen. Mit der Lidl-

Fruchtschule unterstützt Lidl außerdem seit 2016 den Verein „5 am Tag“. Ziel sei es, Dritt- und Viertklässlern in zwei Schulstunden auf spielerische Art eine ausgewogene Ernährung mit Gemüse und Obst schmackhaft zu machen. Des Weiteren hat **Kaufland** mit seinem Bildungsprogramm „Machen macht Schule“ unter anderem „Ernährungstage“ initiiert, „bei denen Kinder altersgerecht und praxisnah von geschulten Ernährungsexperten alles über gesunde Ernährung lernen“.

Der **ZDH** betont insbesondere die Bedeutung der Mitarbeitersensibilisierung und einer Verankerung des Themas in den Lehrplänen der Aus- und Fortbildung: „Angelaufen ist zwischenzeitlich das Neuordnungsverfahren der Berufsausbildung „Bäcker/in und Mälzer/in“ sowie des damit abgestimmten, von der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland beschlossenen Rahmenlehrplanes für die Berufsschule. Aktuell befindet sich das Neuordnungsverfahren der Ausbildung auf der Ebene des Sachverständigenverfahrens beim BiBB²⁷. Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der Ausbildungsrahmenpläne hat der ZDH darauf gedrungen, dass das Thema Zuckerreduzierung bei Mischgetränken im Zusammenhang mit der Nationalen Reduktionsstrategie besonders berücksichtigt wird; das Letztentscheidungsrecht liegt allerdings bei den Sachverständigen. Für die gewerblichen Berufe Bäcker/in, Fleischer/in und Konditor/in ist zunächst zwar keine Neuordnung geplant, allerdings erhalten Auszubildende im Rahmen der bestehenden Rahmenlehrpläne bereits einen Überblick über die Grundlagen gesunder Ernährung und die ernährungsphysiologische Bedeutung von Rohstoffen, Inhaltsstoffen und Rezepturen. Sie lernen Rohstoffe nach ökologischen und qualitätssichernden Gesichtspunkten zu beurteilen und Erzeugnisse mit unterschiedlichen Nährwerten herzustellen. So widmet sich z. B. im Rahmenlehrplan zum Fleischer / zur Fleischerin das Lernfeld 5 mit einem Zeitumfang von 80 Zeitstunden den Grundlagen der Ernährungslehre, ernährungsbedingten Krankheiten, dem Energie- und Nährstoffbedarf sowie der Kundenkommunikation über die Vorteile einer ausgewogenen Ernährung.“

Auch der **ZVDB** erachtet die Sensibilisierung der Betriebsinhaber und ihrer Mitarbeiter in der Backstube sowie im Verkauf als wichtigen Baustein: „Der ZVDB und die angeschlossenen Landesinnungsverbände haben an den Fachschulen des Verbundes Akademie des Deutschen Bäckerhandwerks an insgesamt elf Standorten im gesamten Bundesgebiet Lehrgangsinhalte im Bäckermeisterkurs,

27 Bundesinstitut für Berufsbildung

Verkaufsleiterlehrgang, der Überbetrieblichen Lehrlingsunterweisung und Seminaren angepasst. So konnten sowohl die Betriebsinhaber als auch deren Mitarbeiter und die zukünftigen Entscheider für die Thematik ohne den mahnenden Zeigefinger sensibilisiert werden.“ Ebenso hat der **Deutsche Fleischer-Verband e. V. (DFV)** bereits durch „umfassende Information“ seiner Mitgliedsunternehmen über die NRI und Reformulierungsmöglichkeiten bei Fleischerzeugnissen zur Sensibilisierung und Aufklärung der handwerklichen Fleischereien beigetragen.

Der ZVDB erläutert darüber hinaus: „Die Internetseite www.innungsbaecker.de richtet sich an Verbraucher, die sich über gesunde Ernährung mit Brot informieren wollen. Im Berichtszeitraum wurden 26 Beiträge mit einer Gesamtreichweite von fast 967.000 Lesern veröffentlicht. Darüber hinaus wurden diese und weitere Beiträge in den Social-Media-Kanälen des Bäckerhandwerks auf Facebook, Instagram und Twitter veröffentlicht. Allein mit den auf Facebook geposteten Beiträgen wurden weitere 1,15 Millionen User erreicht.“

Um Kinder im Kita- und Grundschulalter zu erreichen, hat der ZVDB die Figur des „Bäckmans“ entwickelt: „Ein kleiner Ernährungsheld, mit dem sich Kinder identifizieren können und so spielerisch wichtige Grundlagen einer gesunden und ausgewogenen Ernährung kennenlernen können. Zu der Bäckman-Welt gehört Unterrichtsmaterial, das den Schulen und Kitas zur Verfügung gestellt wird. Besonderes Highlight für alle Schulen und Kitas, die den Bäckman einsetzen, ist der Besuch des Bäckman-Backbusses. Der ZVDB hat hierfür zusammen mit einem Partner zwei Doppelstock-Linienbusse umbauen und mit einem Ofen und Arbeitsplätzen ausstatten lassen. Zusammen mit einem Handwerksbäcker oder einer Handwerksbäckerin und dem Bäckman selbst können Kinder praktisch erfahren, wie gesunde und ausgewogene Ernährung hergestellt wird. Corona-bedingt konnten die Backbusse ab März 2020 nicht eingesetzt werden. In den zwölf vorangegangenen Monaten wurden bundesweit 30 Einsätze gebucht und rund 4.300 Kita- und Grundschulkinder erreicht. Zudem waren ein Backbus und der Bäckman zu Gast auf der Internationalen Grünen Woche. Flankiert wird die Bäckman-Welt durch den Erklärfilm „Die Reise durchs ich“ und entsprechendes Unterrichtsmaterial, in dem altersgerecht beschrieben wird, wie der Körper Nährstoffe aufnimmt und verarbeitet.“

Auch der **Lebensmittelverband Deutschland e. V.** leistet einen Beitrag zur Sensibilisierung von Verbraucherinnen und Verbrauchern für die Vielfalt des Lebensmittelangebots: „Hierzu hat der Lebensmittelverband u. a. die Themen der NRI im Rahmen seiner Präsenz auf der Internationalen Grünen Woche (IGW) aufgegriffen und seinen Mitgliedern eine Plattform geboten, um sowohl das Fachpublikum als auch Verbraucherinnen und Verbraucher über aktuelle Produktinnovationen und umgesetzte Produktreformulierungen zu informieren. Im Jahr 2020 hat der Lebensmittelverband zudem den Tag der Lebensmittelvielfalt ins Leben gerufen mit dem Ziel, Verbraucherinnen und Verbraucher auf das breite Lebensmittelangebot und die damit verbundenen Möglichkeiten zur Erfüllung individueller Ernährungsbedürfnisse entsprechend des persönlichen Lebensstils aufmerksam zu machen. Zum ersten Termin am 31. Juli 2020 erschienen über 120 Medienberichte mit einer summierten Reichweite von 21,9 Millionen. Mitglieder und Partner des Lebensmittelverbands beteiligten sich – neben Pressestatements und -mitteilungen – mit über 250 Social-Media-Beiträgen (#TagderLebensmittelvielfalt) mit einer Gesamtreichweite von 0,5 Millionen.“

Weiterhin hat der Lebensmittelverband „auf der verbandseigenen Website und den angegliederten Social-Media-Kanälen [...] im Laufe des Berichtszeitraums mehrere Erklärvideos veröffentlicht, die über die Funktion von Zucker, Salz, Fett und Süßstoffen²⁸ in Lebensmitteln informieren. Derzeit sind Videos zu folgenden Themen zur Information für Verbraucherinnen und Verbraucher kostenfrei zugänglich:

- Zucker: Warum nutzen Hersteller unterschiedliche Zuckerarten? [...]
- Salz: Wofür ist es in unseren Lebensmitteln? [...]
- Fett ist nicht gleich Fett: Welche Arten gibt es?
- Süßstoffe: Welche gibt es und wofür sind sie gut?“

Zudem habe der Lebensmittelverband umfangreiches Informationsmaterial in Form von Infografiken entwickelt und stelle auf seiner Internetseite zielgruppengerechte Informationen zu den Herausforderungen und Möglichkeiten von Rezepturänderungen zur Verfügung.

²⁸ Vor 2014 wurde bei der Zulassung von Süßungsmitteln in Deutschland zwischen Süßstoffen und Zuckeraustauschstoffen unterschieden. Eine solche Unterscheidung wird in den vorrangigen einschlägigen EU-Vorschriften über Lebensmittelzusatzstoffe jedoch nicht benutzt. Vielmehr werden dort Süßstoffe (intense sweetener) und Zuckeraustauschstoffe (bulk sweetener) unter dem Begriff „Süßungsmittel“ zusammengefasst. Nach den geltenden auf EU-Recht beruhenden Kennzeichnungsvorschriften ist daher nun die Klassenbezeichnung „Süßungsmittel“ zu verwenden.

8

Bewertung
des Fortschritts
der NRI



8.1 Bund und Länder

Die Bundesregierung hat sich mit der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie das Ziel gesetzt, eine **schrittweise Reduktion von Zucker, Fetten und Salz** in Fertigprodukten zu erreichen. Dabei wird nicht nur – wie in manchen anderen Ländern – auf den Nährstoff Zucker fokussiert, sondern es werden auch die Gehalte an Fetten, Salz und Gesamtenergie betrachtet.

Die Ergebnisse der ersten Folgerhebung des Produktmonitorings bestätigen, dass die NRI **erkennbar Wirkung entfaltet**, denn in allen betrachteten Produktgruppen sind reduzierte Energie- oder Zuckergehalte ersichtlich. Insbesondere bei Produkten mit Kinderoptik sind positive Entwicklungen zu verzeichnen. Ebenfalls erfreulich ist aus Sicht des BMEL, dass Zucker in der Regel nicht etwa durch Fett ersetzt wird und dass Zuckerreduktionen in vielen Fällen mit **Energiereduktionen** einhergehen. Außerdem ist zu begrüßen, dass das Produktspektrum bei vielen Produktgruppen in Richtung zucker- und energieärmerer Produkte erweitert wurde, sodass Verbraucherinnen und Verbraucher größere Wahlmöglichkeiten haben.

Bei einigen Produktuntergruppen mit Kinderoptik sind die Zuckergehalte allerdings immer noch hoch. Hier sieht das BMEL weiteren Handlungsbedarf und setzt sich dafür ein, dass an **Kinder gerichtete Produkte** geringere Zucker- und Energiegehalte aufweisen als Produkte für Erwachsene. Auch hält das BMEL es für wünschenswert, dass bestehende Zielvereinbarungen, die sich derzeit nur auf an Kinder gerichtete Produkte beziehen, auf Produkte ohne Kinderoptik ausgeweitet werden. Die teilweise große Varianz in den Nährstoffzusammensetzungen innerhalb der Produktgruppen zeigt, dass vielfach noch Reduktionspotenziale bestehen. Klar ist aber auch, dass viele Lebensmittel nur begrenzt verändert werden können. Sonst gehen produkttypische Eigenschaften verloren und die Verbraucherakzeptanz sinkt.

Das BMEL fordert weiterhin, dass Unternehmen ihre Reduktionsmaßnahmen insbesondere auf häufig gekaufte Produkte und Produkte mit symbolischem Charakter fokussieren, da hier eine besonders große Wirkung auf

die Nährstoff- und Energieaufnahme der Bevölkerung erzielt werden kann. Zudem sieht das BMEL Bedarf für die **Festlegung weiterer konkreter Zielvereinbarungen** für relevante Produktgruppen wie Brot und Backwaren sowie Fleischerzeugnisse. Dabei müssen sowohl industriell als auch handwerklich hergestellte Erzeugnisse einbezogen werden.

Angesichts der Tatsache, dass zuckerreichere Produkte in einigen Fällen häufiger gekauft werden, stellt die **Berliner Senatsverwaltung für Justiz, Verbraucherschutz und Antidiskriminierung** fest: *„Hier zeigt sich, dass es nicht ausreicht, weniger gesüßte Produkte auf den Markt zu bringen. Um das Ziel der Senkung des Zuckerkonsums insgesamt und bei bestimmten Personengruppen zu erreichen, müssen die sehr stark gesüßten Produkte durch die Zucker reduzierteren Produkte ersetzt werden. Zu diesem Vorhaben gehört auch, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher an die veränderten Zusammensetzungen langsam gewöhnt werden müssen, um eine geschmackliche Akzeptanz zu finden.“*

Das **BMEL** erkennt an, dass sich die beteiligten Verbände der Lebensmittelwirtschaft auf einem guten Weg zur Erreichung ihrer Ziele befinden. Die bereits erzielten Fortschritte belegen, dass der mit der NRI eingeschlagene Weg einer **schrittweisen, über einen längeren Zeitraum erfolgenden Reduktion von Zucker, Fetten und Salz in bestimmten Lebensmitteln richtig** ist. Natürlich müssen alle Lebensmittel, die auf den Markt gebracht werden, sicher sein. Sie sollen außerdem möglichst nachhaltig erzeugt werden und zu einem modernen Lebensstil passen. Aber vor allem müssen Lebensmittel gut schmecken, sonst werden sie nicht gekauft und nicht gegessen. Aus diesem Grund ist es besonders wichtig, die Reformulierung von Lebensmitteln in kleinen Schritten durchzuführen und dabei die Verbraucherakzeptanz genau im Blick zu behalten. Mit dem Ansatz der NRI können sich die Verbraucherinnen und Verbraucher langsam, aber nachhaltig an eine **niedrigere Gesamtsüße** gewöhnen – ein Ansatz, den auch Ernährungswissenschaftler teilen. Denn die Umgewöhnung an einen weniger süßen oder salzigen Geschmack stellt einen langfristigen Prozess dar, der nicht von heute auf morgen umgesetzt werden kann. An dem Gesamtziel, die mit den Prozess- und Zielvereinbarungen angestrebten Reduktionen bis 2025 umzusetzen, wird dabei festgehalten.

Die **Berliner Senatsverwaltung für Justiz, Verbraucherschutz und Antidiskriminierung** befürwortet ebenso eine Reduktion der Gesamtsüße: „Auch der Umgang mit einem vermehrten Einsatz von Ersatzstoffen, wie zum Beispiel von Süßstoffen, sollte vor dem Hintergrund der Prägung des süßen Geschmacksempfindens und des dadurch tendenziell begünstigten Konsums stark gesüßter Lebensmittel Eingang in die Reduktionsstrategie finden. Studien zeigen deutlich, dass Geschmack und Vorlieben beim Essen durch verschiedene Faktoren bereits früh im Leben geprägt werden. Auch zeigt sich, dass Kinder lernen, ein Lebensmittel mit einem bestimmten Geschmack in Verbindung zu bringen. Die Gewöhnung an eine süße Variante eines Lebensmittels kann so zu wiederholtem Verzehr dieses süßen Lebensmittels und zu einer Ablehnung von weniger süßen Varianten dieses Lebensmittels führen. Eine Begrenzung der Gesamtsüße in Lebensmitteln für Kinder könnte somit auch langfristig zu einem verringerten Zuckerkonsum führen. Der aktuelle Trend, im Produkt Zucker zu reduzieren, aber zugleich dem Lebensmittel Süßstoffe hinzuzusetzen, wird der Problematik nicht gerecht.“²⁹

Im Rahmen der NRI sollen Verbraucherinnen und Verbraucher nicht bevormundet werden, aber die Möglichkeit erhalten, sich unkompliziert für gesundheitsförderliche Lebensmittel zu entscheiden. Mit der **Einführung des Nutri-Score** kommt eine **erweiterte Nährwertkennzeichnung auf die Vorderseite** der Verpackungen. Damit können Verbraucherinnen und Verbraucher beim Einkauf die Nährwertqualität von Produkten innerhalb einer Produktkategorie auf einen Blick vergleichen. Zugleich kann der Nutri-Score die Anstrengungen und Erfolge der Anbieter bei der Reduzierung von Zucker, Fetten und Salz in ihren Produkten sichtbar machen.

Um die gewünschten Ziele zu erreichen, können zum Schutz besonders vulnerabler Gruppen aber auch **rechtliche Regelungen** sinnvoll sein (beispielsweise bei Säuglingen und Kleinkindern).

Zugleich ist die Ernährungskompetenz ein wichtiger Faktor, den es konsequent mit **Ernährungsbildung und Ernährungskommunikation** zu stärken gilt. Denn auch das notwendige Wissen ist entscheidend, um eine informierte Wahl zu treffen.

Die vielfältigen Aktivitäten, welche die beteiligten Akteure aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Ernährung, Gesundheit, Verbraucherschutz und Wissenschaft in die NRI einbringen, verdeutlichen den **breiten Rückhalt der Strategie** und erzeugen eine **hohe Dynamik**. Die unterschiedlichen Ansichten und Forderungen der Beteiligten – manche betrachten die Geschwindigkeit der Veränderungen als zu langsam, andere sehen die Grenzen des Möglichen schon nahezu erreicht – befruchten die im Rahmen des Begleitgremiums stattfindenden Diskussionen und ermöglichen eine **kontinuierliche kritische Begleitung** der Strategie. So werden die erzielten Fortschritte aus unterschiedlichen Blickwinkeln bewertet und es kann Bedarf zur Nachsteuerung identifiziert werden.

Mit Blick auf an **Kinder gerichtete Lebensmittelwerbung** genügt die vom **ZAW** zum Januar 2020 vorgelegte Überarbeitung seiner Verhaltensregeln aus Sicht des BMEL nicht den Mindestanforderungen der AVMD-Richtlinie zum Schutz von Kindern und Jugendlichen an die Bewerbung von Lebensmitteln mit hohem Fett-, Zucker- oder Salzgehalt. An Kinder gerichtete Werbung sollte nach Ansicht des BMEL insbesondere keine positiven Eigenschaften von stark fett-, zucker- oder salzhaltigen Lebensmitteln hervorheben. Auch gehen die überarbeiteten Verhaltensregeln bezüglich der Altersdefinition des Kinderbegriffs nicht weit genug. Der ZAW wurde daher zu einer weiterreichenden Verschärfung seiner Verhaltensregeln aufgefordert. Angesichts der Tatsache, dass das EU-Recht auch Raum für strengere staatliche Maßnahmen lässt, hat das BMEL seine Bereitschaft signalisiert, gegebenenfalls regulatorische Beschränkungen zu prüfen.

²⁹ Das BMEL weist darauf hin, dass in Bezug auf eine Süßprägung durch den vermehrten Verzehr süßer Lebensmittel oder Getränke noch erheblicher Forschungsbedarf besteht. Trotzdem deuten existierende Studien laut einer Recherche des MRI darauf hin, dass eine Begrenzung der Gesamtsüße in Lebensmitteln für Kinder langfristig zu einem verringerten Zuckerkonsum führen könnte.

8.2 Verbände aus den Bereichen Gesundheit und Verbraucherschutz

Die AOK kommentiert die Ergebnisse des MRI-Produktmonitorings sowie ihrer eigenen Cerealien-Studie: „Diese Ergebnisse zu den zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken wie auch zu den Frühstückscerealien bestätigen die Notwendigkeit einer verpflichtenden Reduktion des Zuckergehalts innerhalb der NRI. [...] Nur mit einer verbindlichen Regelung, die auf Basis von Meilensteinen feste zu erreichende Ziele bis zum Jahr 2025 vorgibt, kann das Ziel der Verminderung von Übergewicht und Adipositas in Deutschland erreicht werden.“ Auch die AOK sieht in der Produktgruppe der Frühstückscerealien insbesondere bei den an Kinder gerichteten Produkten Handlungsbedarf.

Mit Bezug auf ihre Studie zur Ernährungskompetenz erklärt die AOK: „Um die Ernährungskompetenz in Deutschland zu verbessern, bedarf es einer breit angelegten, strukturierten und langfristigen politischen Strategie. Sie beinhaltet ein Handeln auf der individuellen, der gesellschaftlichen und der institutionellen Ebene und umfasst auch die Lebensmittelindustrie und den Einzelhandel. Dabei gibt es eine Vielzahl an Herausforderungen. So begünstigen etwa die leichte Verfügbarkeit energiereicher Lebensmittel, eingeschränkte Bewegungsmöglichkeiten und ein Lebensstil, bei dem die Menschen viel Zeit sitzend verbringen, die Entstehung von Übergewicht und Adipositas. Hinzu kommt, dass Bildungseinrichtungen wie Kindertagesstätte und Schule Kenntnisse über Lebensmittel, ihre Inhaltsstoffe und ihre Zubereitung sowie den Zusammenhang von Gesundheit und Ernährung nur unzureichend vermitteln. Zudem wird das Thema Ernährung von einem unüberschaubaren Dschungel an Ratgebern und sich zum Teil widersprechenden Empfehlungen dominiert. [...] [Der] Ernährungsstil in größeren Städten [...] ist [geprägt] durch eine hohe Energiedichte in den Nahrungsmitteln und einen höheren Pro-Kopf-Konsum an Fertigprodukten. Die gewinnorientierte Herstellung von Nahrungsmitteln geht

einher mit Dumpingpreisen vor allem bei Softdrinks und hochkalorischen Produkten. Einzelne Süßigkeitenhersteller geben jedes Jahr über 400 Millionen Euro für Werbung aus. Kinder sind jährlich bis zu 15.000 Fernsehspots und 7.800 Werbeanzeigen im Online-Bereich ausgesetzt. Gleichzeitig können 6,2 Millionen Erwachsene in Deutschland nicht richtig lesen und schreiben. Somit haben 12,1 Prozent der erwerbsfähigen Bevölkerung potenziell Schwierigkeiten im Umgang mit Ernährungsinformationen.“

Abschließend empfiehlt die AOK: „Zur Steigerung der Ernährungskompetenz geht es auf der Ebene der Politik darum, die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass die gesundheitliche Chancengleichheit verbessert und die Ernährungskompetenz erhöht werden. Kontraproduktive Ansätze wie die an Kinder gerichtete Werbung für stark zucker-, salz- und fetthaltige Produkte, die nicht dem von der Weltgesundheitsorganisation empfohlenen Nährwertprofil entsprechen, sollten verboten werden.“

Die **Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin e. V. (DGKJ)** und der vzbv stellen klar, dass sie die NRI mit ihren Zielen grundsätzlich begrüßen und weiterhin konstruktiv begleiten wollen. Die DGKJ zieht folgendes Zwischenfazit: „Die Umsetzung der NRI ist ein wichtiger und guter erster Schritt, die gerade in den ersten Lebensjahren besonders verletzliche Gesundheit besser zu schützen. Wir freuen uns, diesen Prozess als Mitglied des Begleitgremiums der NRI im Sinne unserer Kinder und Jugendlichen unterstützen und begleiten zu können. Wichtige Meilensteine sind dabei die Einführung des Nährwertkennzeichnungsmodells Nutri-Score und das Verbot des Zusatzes von Zucker und anderen Süßungsmitteln in Baby- und Kleinkindertees.“

Auch die DGKJ spricht sich für mehr Verbindlichkeit aus: „Die freiwillige Basis der NRI hat die DGKJ von Beginn an kritisch betrachtet. Die Erhebung der Querschnittsergebnisse der „Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC)“-Studie³⁰ der WHO zeigen, dass für eine langfristig gesündere Ernährung der Kinder und Jugendlichen verhältnispräventive Maßnahmen gefördert und gestärkt werden müssen (https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/JoHM/2020/JoHM_Inhalt_20_03.html). Die DGKJ fordert gemeinsam mit anderen beteiligten Fachorganisationen weiterhin weitere Maßnahmen

³⁰ Im Rahmen der HBSC-Studie werden unter der Schirmherrschaft der WHO alle vier Jahre bundesweit Schülerinnen und Schüler schriftlich zu ihrem Gesundheitszustand und ihrem gesundheitsrelevanten Verhalten sowie soziodemografischen und psychosozialen Bedingungsfaktoren von Gesundheit und Gesundheitsverhalten im Jugendalter befragt.

zur Förderung der bevorzugten Verwendung von verarbeiteten Lebensmitteln mit weniger Zucker, Fetten und Salz. Die DGKJ fordert daher u. a.:

- An Kinder gerichtete Lebensmittel-Werbung („Kinderwerbung“) soll unterbunden werden.
- „Zucker-Steuer“: Wir gehen davon aus, dass die freiwillige Reduktionsstrategie in ein bis zwei Jahren keine ausreichende Verbesserung in der Zusammensetzung angebotener Lebensmittel erreicht und plädieren daher für ordnungspolitische Maßnahmen wie z. B. definierte Begrenzungen des Gehalts von Zucker, gesättigtem Fett und Salz in einzelnen Produktgruppen und ein erhöhter Mehrwertsteuersatz auf stark zuckerhaltige Getränke.
- Produkte mit Kinderoptik sollen keine ungünstigere Nährstoffzusammensetzung aufweisen als solche, die nicht speziell an Kinder gerichtet sind.
- Die Umsetzung und Einhaltung der Qualitätsstandards der DGE für die Gemeinschaftsverpflegung soll in allen Kitas und Schulen verpflichtend eingeführt werden.
- Die Installation von Wasserbrunnen an Schulen zur kostenfreien Abgabe von Trinkwasser und ein Verbot der Abgabe von zuckerhaltigen Getränken aus Automaten oder dem Kioskverkauf in Schulen sollen in allen Bildungseinrichtungen etabliert werden.“

Der **vzbv** führt aus, die Strategie sei nicht ambitioniert und nicht konsequent genug. Auch er sieht freiwillige Selbstverpflichtungen „grundsätzlich kritisch, hat sich aber dennoch entschieden, dem freiwilligen Ansatz in diesem Fall eine Chance zu geben, damit es endlich vorangeht und erste Veränderungen angeschoben werden. Aus Sicht des vzbv ist es jedoch notwendig, dass sich alle Unternehmen an Reduktionsmaßnahmen beteiligen, um flächendeckende, einheitliche und verbraucherfreundliche Änderungen zu bewirken. Daher fordert der vzbv eine umfassende Beteiligung aller Unternehmen als Voraussetzung für das Gelingen der nationalen Reduktionsstrategie. Zudem zeigt sich, dass die Reduktionsziele ambitionierter gestaltet werden müssen. Ein Ausbleiben von Maßnahmen und erfolgreicher Reduktionsschritte auf Seiten der Unternehmen muss mit Konsequenzen für die jeweiligen Unternehmen einhergehen. Dafür fehlen konkrete Vorgaben. Die Bundesre-

gierung muss festlegen, welche Konsequenzen es hat, wenn ein Unternehmen die Ziele nicht erreicht – auch bei einem freiwilligen Ansatz. Wenn dies nicht gelingt, ist fraglich, inwiefern ein freiwilliger Ansatz wirklich zu den notwendigen und entscheidenden Fortschritten führen kann.“

Bei an Kinder gerichteten Produkten befürwortet der vzbv in jedem Falle schärfere gesetzliche Regelungen: „Die Ergebnisse des Produktmonitorings des MRI zeigen, dass es teilweise positive Veränderungen bei den Zuckergehalten bestimmter Lebensmittel gibt, die sich an Kinder richten. [...] Es wird jedoch auch deutlich, dass Produkte, die sich an Kinder richten, häufig immer noch zu den zuckerreichsten innerhalb der jeweiligen Produktgruppe zählen. [...] Das Problem überzuckerter Frühstücksflocken ist bereits seit vielen Jahren bekannt. Laut einer aktuellen Umfrage von Kantar Emnid im Auftrag des vzbv³¹ sprechen sich 83 Prozent der Befragten dafür aus, dass Lebensmittel, die sich in ihrer Aufmachung oder Gestaltung an Kinder richten, bestimmte Anteile an Zucker, Fett oder Salz nicht überschreiten dürfen. Aus Sicht des vzbv muss die Bundesregierung entschlossen handeln, um die Gesundheit von Kindern ausreichend zu schützen. Freiwillige Reduktionsschritte, welche die Lebensmittelindustrie selbst bestimmen kann, sind mit Blick auf Produkte für Kinder keine ausreichend ambitionierte und zielführende Lösung. Der vzbv fordert die Bundesregierung daher auf, gesetzliche Regelungen für Lebensmittel mit Kinderoptik einzuführen. Sie sollten zwingend den Nährwertkriterien der WHO entsprechen oder ansonsten nicht an Kinder vermarktet werden dürfen. Das betrifft neben Verpackungsgestaltung auch Werbe- und Promotionsmaßnahmen.“

Des Weiteren fordert der vzbv eine Erweiterung des Produktmonitorings: „Neben einer Betrachtung der Energie- und Nährwerte müssen zum Beispiel auch Zutaten inklusive Süßstoffeinsatz, Preise und Kennzeichnungselemente flächendeckend erfasst werden, um ein gesamtes Bild zu zeichnen und um das geänderte Nährwertprofil nachvollziehen zu können – und das nicht nur bei Produkten mit Kinderoptik. Nur so können unter Umständen ungünstige Ausweichreaktionen in der Zusammensetzung von Lebensmitteln im Rahmen des Reduktionsprozesses erkannt und geeignete Maßnahmen getroffen werden. Der vzbv begrüßt, dass das Produktmonitoring des MRI bei der aktuellen Erhebung bei Produkten mit Kinderoptik und bei Erfrischungsgetränken die Zutatenlisten erfasst, um beispielsweise den Einsatz von Süßstoffen zu untersuchen.

31 https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2020/01/22/20_01_22_tabelle_umfrage_kinderlebensmittel.pdf

Zudem unterstützt der vzbv die Überlegungen des MRI, weitere Produktgruppen in das Produktmonitoring aufzunehmen [...]. Langfristig müssen aus Sicht des vzbv alle Produktgruppen entsprechend reformuliert werden.“

Außerdem ist der vzbv mit der Transparenz der Kommunikation der verschiedenen Reduktionsmaßnahmen unzufrieden: „Es gibt zwar die Selbstverpflichtungen der Branchenverbände, die verschiedene Maßnahmen und Reduktionsziele nennen, dennoch kann sich jedes Unternehmen eigene Ziele setzen und informiert auf unterschiedliche Weise über Reduktionsmaßnahmen. Die Umsetzung muss aus Sicht des vzbv transparent und unabhängig überprüfbar sein. Dazu ist eine produkt- und unternehmensgenaue Datenerfassung und -veröffentlichung notwendig. Die mit der Reduktionsstrategie angekündigte digitale Plattform gibt es bis heute nicht. Mit ihr sollte die Öffentlichkeit transparent über Inhalte und Prozesse der Strategie, über den Fortschritt von produkt- oder branchenbezogenen Prozess- und Zielvereinbarungen, über die Ergebnisse des Monitorings und über erfolgreiche Forschungs- und Innovationsansätze informiert werden. Transparenz und eine realistische Kommunikation über Reduktionsschritte und Produktänderungen sind aus Sicht des vzbv nötig, um die Akzeptanz seitens der Verbraucher zu erhöhen. Konkrete Reduktionsschritte müssen nachvollziehbar sein und verständlich erklärt werden. Informationen darüber, wie sich eine Reduktion am konkreten Produkt auswirkt, müssen für Verbraucher zentral verfügbar sein. Das Produktmonitoring des MRI betrachtet nur eine Veränderung der Nährstoffe und bestimmter Zutaten über die Produktgruppenebene hinweg, nicht aber am konkreten Produkt.“

Ebenso plädiert der vzbv für eine Verbesserung der Nährstoffzusammensetzung von am Markt vorhandenen Produkten anstelle einer bloßen Erweiterung der Produktpalette der jeweiligen Hersteller um Produkte mit ernährungsphysiologisch günstigerer Zusammensetzung. Insbesondere müssten diejenigen Produkte reformuliert werden, die häufig gekauft werden. Außerdem dürften Zucker, Fett oder Salz nicht durch „neuartige (Zusatz-)Stoffe“ ersetzt werden, die „möglicherweise andere Gesundheitsrisiken bergen“. Forschungsvorhaben sollten „neben Innovations- und Austauschzielen auch entsprechende gesundheitliche Bewertungen enthalten. Aus Sicht des vzbv sollte der süße Geschmack sukzessive durch weniger Zucker erreicht werden und nicht durch den

Einsatz von Süßstoffen künstlich hochgehalten werden. Reformulierungen sollten grundsätzlich dazu führen, dass keine übersüßten Lebensmittel angeboten werden, die die Geschmacksprägung der Verbraucher auf besonders süß schmeckende Lebensmittel weiter erhöhen. Gerade auch bei Lebensmitteln mit Kinderoptik sollte ein Einsatz von Süßstoffen unterbleiben, um nicht schon die Jüngsten an einen zu süßen Geschmack zu gewöhnen.“

8.3 Verbände der Lebensmittelwirtschaft

Die beteiligten Verbände der Lebensmittelwirtschaft schätzen die bislang im Rahmen der NRI erzielten Fortschritte als positiv ein und sehen sich auf einem guten Weg zur Erreichung ihrer Ziele, versichern aber, dass ihre Mitgliedsunternehmen ihre Produkte auch in Zukunft anpassen werden. Der **MIV** betrachtet seinen Branchenbeitrag schon jetzt als mehr als erfüllt. Es folge die Verstetigung des Produktangebots bezüglich der Verbraucherakzeptanz. Der Verband ergänzt, dass die Zucker- und Energiereduktion bei Joghurt- und Quarkzubereitungen ohne Kinderoptik fortgesetzt würde, auch ohne explizit festgelegte Zielvereinbarung.

Wie bereits im Kapitel 4.3 erwähnt, haben einige Verbände angegeben, dass Veränderungen ihrer Produktsortimente im Sinne der NRI bereits vor den Basiserhebungen des MRI stattgefunden haben und daher nicht im Produktmonitoring abgebildet werden. Die **Erfrischungsgetränkebranche** fordert eine transparentere Einordnung und stärkere Würdigung ihrer bereits erzielten Fortschritte, die lediglich innerhalb eines Jahres stattgefunden haben und sich nicht – wie bei den anderen betrachteten Produktgruppen – auf einen Zeitraum von drei Jahren beziehen. Neue Forderungen oder gar die Negierung des bislang Erreichten würden sich auf die Hersteller demotivierend auswirken. Auch der **Lebensmittelverband Deutschland e. V.** erachtet es als „zwingend erforderlich, dass die im Rahmen der NRI getroffenen Vereinbarungen, einschließlich des vereinbarten Zeithorizonts, von der Politik eingehalten werden und für

die Lebensmittelwirtschaft verlässlich sind und nicht durch entgegenstehende Forderungen in Frage gestellt oder gar aufgehoben werden.“

Weiterhin wird vielfach die Bedeutung des Erhalts einer breiten Sortimentsvielfach unterstrichen, die es ermögliche, auf unterschiedliche Wünsche von Verbraucherinnen und Verbrauchern einzugehen und deren Wahlfreiheit sicherzustellen. Genussprodukte hätten laut **MIV** im Regal genauso ihren Platz wie nährstoffreduzierte Produkte oder Innovationen neben traditionellen Erzeugnissen.

Die Hersteller im VGMS „sehen für eine Vielzahl von Produkten – nicht jedoch für alle Produkte – Potentiale für weitere Reformulierungsschritte. Lebensmittelrechtliche Vorschriften beschränken den Einsatz von Süßstoffen in Frühstückscerealien, daher kann die fehlende Süße nicht durch Süßstoffe ausgeglichen werden. [...] Auch Produkten, die Zucker aus Zutaten wie Früchten und Schokolade enthalten, sind Grenzen für Reformulierung gesetzt, da diese wertgebenden Zutaten nicht unbegrenzt reduziert werden können.“

Hinsichtlich der Grenzen von Reformulierungen ist nach Ansicht der Lebensmittelwirtschaft weiterhin zu berücksichtigen, dass die Produkte der Hersteller in ständigem Wettbewerb zueinander stehen. Somit besteht die Gefahr, dass Verbraucherinnen und Verbraucher auf Produkte mit höheren Zucker-, Fett- oder Salzgehalten ausweichen, wenn das reformulierte Produkt nicht mehr ihren Erwartungen entspricht, da es sich im Geschmack, Geruch oder Mundgefühl zu stark verändert hat. Reformulierungen könnten daher vielfach nur in

kleinen Schritten erfolgen, die es den Verbraucherinnen und Verbrauchern ermöglichen, sich langsam umzugewöhnen. Erfahrungen der Unternehmen im **VGMS** hätten gezeigt, dass nicht jede Produktneueinführung und jede Zuckerreduktion erfolgreich ist: *„Hersteller berichteten von Auslistungen seitens des Handels aufgrund sinkender Abverkäufe. Bei Private-Label-Produkten mit Kinderoptik mit 30 Prozent Zuckerreduktion wurde die Rezepturänderung aufgrund sinkender Absatzzahlen wieder zurückgenommen.“* Das **dti** fordert das BMEL auf, weitere Branchenverbände zur Beteiligung an der NRI zu motivieren, um gleiche Bedingungen für die Marktteilnehmenden zu schaffen und Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden: *„Für die Tiefkühlbranche ist bedeutsam, dass sich auch Anbieter aus anderen Angebotsformen wie gekühlte Produkte oder Produkte aus dem Trockensortiment an der NRI beteiligen.“* Der **MIV** sieht die Politik in der Verantwortung, das Bewusstsein zu einem gesunden Ernährungsverhalten in der Bevölkerung weiter zu stärken und dabei insbesondere auch den Aspekt ausreichender Bewegung zu berücksichtigen. Die **wafg** wünscht sich ein stärkeres Engagement des BMEL zur Erhöhung der Akzeptanz von Süßungsmitteln als kalorienfreie Alternative bei Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Der **MIV** weist zudem auf Auswertungen der NVS II des MRI zur Zuckerzufuhr in der Bevölkerung in Deutschland hin, laut denen Milch und Milcherzeugnisse nur zu sieben (Männer) bzw. neun (Frauen) Prozent zur Zufuhr zugesetzter Zucker beitragen und andere Lebensmittel die Hauptquellen für zugesetzten Zucker darstellen³². Der Verband regt an, auch diese Produktgruppen stärker in die NRI einzubeziehen.

32 Bagus, T., Roser, S., Watzl, B. (2016). Reformulierung von verarbeiteten Lebensmitteln – Bewertungen und Empfehlungen zur Reduktion des Zuckergehalts. Karlsruhe: MRI.

Ebenso äußert die **WVZ** Kritik an der derzeitigen Ausrichtung der Strategie, da „viele der im Zusammenhang mit der Strategie entwickelten Angebote und Maßnahmen allein Zucker in den Fokus nehmen, obwohl es im Kampf gegen Übergewicht entscheidend auf die Energiebilanz ankommt. Vor dem Hintergrund, dass die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie insbesondere darauf abzielt, den Anteil von Übergewichtigen und Adipösen in der Bevölkerung zu senken und damit auch ernährungsmitbedingten Erkrankungen vorzubeugen, muss das BMEL aus unserer Sicht im Zuge der Umsetzung der Strategie einfordern, dass mit der Nährstoffreduktion auch die Energiedichte entsprechend sinkt. [...] Der Monitoringbericht des MRI deutet darauf hin, dass dies häufig nicht der Fall ist. Zudem ist bei der Bewertung von Maßnahmen aus unserer Sicht zu berücksichtigen, dass nicht jede vielleicht sogar statistisch signifikante Reduktion mit einer relevanten tatsächlichen Verbesserung der ernährungsphysiologischen Eigenschaften von Lebensmitteln verbunden ist.“

Das **dti** befindet, die Tiefkühlpizza-Hersteller seien bei einigen Produkten bereits heute an der Grenze des technologisch Möglichen und sensorisch Vertretbaren angekommen, und ergänzt: „Die Verbraucher haben aufgrund der Vielfalt des Sortiments schon heute vielfältige Wahlmöglichkeiten.“ Darüber hinaus stünden die Hersteller in direkter Konkurrenz mit den Pizza-Angeboten der Gastronomie, die laut dem dti vorliegenden Untersuchungen deutlich salz-, fett- und energiereicher seien als die Vergleichsprodukte der Tiefkühlwirtschaft aus dem Lebensmittelhandel. Vor diesem Hintergrund spricht sich das dti für die Ausweitung der NRI auf den Außer-Haus-Verzehr aus.

Neben den Beschränkungen des Einsatzes von Süßungsmitteln in Lebensmitteln geben die Verbände der Lebensmittelwirtschaft weitere rechtliche Rahmenbedingungen als Hindernisse für erfolgreiche Reformulierungen an. Die **wafg** bezieht sich dabei vor allem auf die von der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission unabhängig erarbeiteten „Leitsätze für Erfrischungsgetränke“. Der **MIV**, der **VGMS** und der **VdF** wiederum führen die Vorgaben der europäischen Health-Claims-Verordnung an, die verhindern, dass Zuckerreduktionen unterhalb von 30 Prozent von Unternehmen ausgelobt werden. Der **MIV** bittet das BMEL, auf „EU-Ebene rechtliche Rahmenbedingungen zu schaffen, die die Kommunikationsmöglichkeit für geringere Reduktionen eröffnen. Außerdem sollten BMEL und Lebensmittelüberwachung im Sinne der Strategie benennen, welche Aussagen national erlaubt sind.“

Das **dti** bittet die Bundesregierung außerdem, auf EU-Ebene für den Nutri-Score als gemeinsames europäisches Nährwertkennzeichnungssystem auf freiwilliger Basis einzutreten. Eine EU-weite freiwillige Nutri-Score-Einführung könnte der NRI laut dti zu schnelleren Fortschritten verhelfen: „Die Mitgliedsunternehmen des dti sind EU-weit tätig und benötigen einheitliche Regeln im EU-Binnenmarkt, um die Vorteile des einheitlichen Wirtschaftsraums nutzen zu können. Ein Flickenteppich nationaler Label-Lösungen in der EU erschwert den Unternehmen die Arbeit und erhöht unnötig die Kosten für Verpackungen und Export.“

9

Nächste Schritte



Die derzeit an der NRI beteiligten Verbände und Institutionen aus den Bereichen Lebensmittelwirtschaft, Ernährung, Gesundheit und Verbraucherschutz haben ihre Bereitschaft zugesichert, die NRI auch in Zukunft zu unterstützen und zu begleiten. Das BMEL wird weiterhin ambitionierte Reduktionen der Zucker-, Fett-, Salz- und Energiegehalte von der Lebensmittelwirtschaft einfordern. Schwerpunkte sollten Produkte mit Kinderoptik sowie verkaufsstarke Produkte bilden. Auch wurden die beteiligten Verbände darum gebeten, zu prüfen, inwieweit bestehende Zielvereinbarungen erweitert werden können. Das BMEL setzt sich darüber hinaus dafür ein, dass weitere konkrete Zielvereinbarungen von der Lebensmittelwirtschaft getroffen werden, beispielsweise für die Produktgruppen Brot und Backwaren sowie Fleischerzeugnisse. Gespräche mit den entsprechenden Verbänden finden derzeit statt.

Das MRI entwickelt das Produktmonitoring kontinuierlich weiter und trägt dabei bestehenden und zukünftigen Reduktionszielen ebenso Rechnung wie aktuellen Marktentwicklungen. So wurden im Herbst 2020 unter anderem die Salzgehalte bei Brot und Kleingebäck, die Salz- und Fettgehalte bei Fleisch- und Wurstwaren sowie die Zuckergehalte in Müsli-, Frucht- und Nussriegeln erneut untersucht. Erstmals im Produktmonitoring aufgenommen wurden Kinderfertigmalzeiten und Quetschprodukte („Quetschies“). Letztere sind vergleichsweise neu auf dem Markt, sprechen durch ihre Aufmachung in der Regel Kinder an und werden ernährungsphysiologisch mitunter kritisch eingestuft. Die Ergebnisse des Produktmonitorings 2020 werden im Frühjahr 2021 vorliegen und veröffentlicht.

Ab dem Jahr 2021 ist unter Einbeziehung des **Bundesverbands der Systemgastronomie e. V. (BdS)**, des **Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands e. V. (DEHOGA Bundesverband)** und der **Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG)** eine Ausweitung der Maßnahmen der NRI auf den Bereich der Außer-Haus-Verpflegung geplant. Dabei sollen auch die Empfehlungen der DGE zur Reduktion von Zucker, Fetten, Salz und Kalorien in Convenience-Produkten für die Gemeinschaftsverpflegung Berücksichtigung finden.

Das BMEL wird seine Maßnahmen zur Verbrauchersensibilisierung hinsichtlich Zucker, Fetten und Salz in 2021 verstärken, unter anderem durch eine Ausgabe des Magazins „Gutes Essen – Magazin für Seniorinnen und Senioren“ mit den Schwerpunkten Zucker, Kennzeichnung und Zuckerreduktion. Auch das **BZfE** plant für 2021 weitere Aktivitäten zur Stärkung der Ernährungskompetenz mit Bezug zur NRI wie die Ergänzung von Materialien für die Ernährungsberatung um die Themen Salz- und Zuckerreduktion, beispielsweise des Medienpakets „Beraten mit dem Energiedichte-Prinzip“.

Das BMEL ist sich des Risikos einer Verschlechterung der Jodversorgung der Bevölkerung durch geringere Salzgehalte in Fertigprodukten und damit möglicherweise einhergehende geringere Jodsalzgehalte bewusst. Daher werden Aufklärungsmaßnahmen zur Salzaufnahme zukünftig verstärkt auf die Bedeutung der Verwendung von jodiertem Speisesalz eingehen. Des Weiteren wurde das **Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR)** im September 2019 beauftragt, zu bewerten, ob es aus ernährungsphysiologischer und toxikologischer Sicht sachgerecht und sicher wäre, den Mindest- und Höchstgehalt von Jod im Falle einer (freiwilligen) Anreicherung von Speisesalz von derzeit 15-25 mg/kg auf 20-30 mg/kg Salz zu erhöhen. Dabei sollten der aktuell rückläufige Trend der renalen Jodausscheidung bei Kindern und Jugendlichen, aktuelle Daten zur Jodsalzverwendung in handwerklich und industriell gefertigten Lebensmitteln sowie die im Rahmen der NRI angestrebte Salzreduktion berücksichtigt werden. Im Juni 2020 hat das BfR dem BMEL seinen Bericht zur Modellierung der Jodaufnahme von Erwachsenen vorgelegt. Die Durchführung der Modellierungen für Kinder und Kleinkinder hat sich aufgrund der Covid 19-Pandemie verzögert und steht noch aus.

Das **dti** beabsichtigt, die Zusammenarbeit mit dem BMEL zur Vermittlung von Informationen bezüglich des Nutri-Score fortzusetzen, beispielsweise mit weiteren Webinar-Angeboten. Auch in die dti-Verbraucherkommunikation werde die Aufklärung über den Nutri-Score regelmäßig einfließen.

Der **ZDH** gibt einen Ausblick auf die weitere Integration NRI-bezogener Themen in die Ausbildung im Lebensmittelhandwerk: „Auch künftig wird der ZDH dafür sorgen, dass die Themen Ernährungsbildung bzw. Reduktion von Zucker und Fett bei der Überarbeitung bestehender Ausbildungsordnungen stärker berücksichtigt werden. In Vorbereitung befindet sich die Neuordnung des/der „Fachverkäufer/in im Lebensmittelhandwerk“. Wenngleich die Rahmenlehrpläne erst im offiziellen Verfahren erarbeitet werden, konnte bereits in den Eckpunkten zur Neuordnung festgelegt werden, dass die Themen gesunde Ernährung, Unverträglichkeiten, faire und biologische Produktion sowie Nachhaltigkeit eine im Vergleich zur alten Ausbildungsordnung größere Rolle spielen werden.“ Der **ZVDB** ergänzt: „In Planung ist eine entsprechende Überarbeitung der Ausbildungsordnung für den Beruf Bäcker und Bäckerin sowie Prüfungsordnungen für die Bäckermeister und -meisterinnen und die Fachverkäufer und -verkäuferinnen.“ Der **DFV** erklärt weiterhin: „Unabhängig von dem Ziel, ernährungsphysiologische Inhalte in der Berufsausbildung zu stärken [...], wird an einem Fortbildungsmodul im Rahmen des DFV-Programms zum eLearning (fleischer. training) gearbeitet, das sich an Verkaufspersonal der Fleischereien richtet.“

Darüber hinaus stellt der **ZVDB** Aktivitäten zur Ernährungsbildung in Aussicht: „Um Kita- und Grundschulkin- der [...] noch besser zu erreichen, wird sich das Bäckerhandwerk in Zusammenarbeit mit einem Partner noch einmal verstärkt in die Ernährungsbildung von Kindern und Familien einbringen. So sollen unter anderem bis Ende 2021 in 500 Gemeinschaftseinrichtungen Botschafter vertreten sein, die das Wissen um eine gesunde und ausgewogene Ernährung an ca. 300.000 Kinder weitergeben.“

Der **Lebensmittelverband Deutschland e. V.** betont, er werde sein Engagement zur „Aufbereitung von Informationen zu aktuellen Entwicklungen und Innovationen der Lebensmittelbranche – insbesondere im Zusammenhang mit den Themen der NRI“ – im Rahmen seiner Öffentlichkeitsarbeit verstetigen. Außerdem werde er die beteiligten Wirtschaftsverbände auch zukünftig in allen Fragen im Zusammenhang mit der NRI unterstützen und „weiterhin als verlässlicher Ansprechpartner im Dialog mit der Politik und Öffentlichkeit fungieren“.

Durch das gemeinsame Engagement der Politik, der Lebensmittelwirtschaft sowie der Verbände und Institutionen aus den Bereichen Gesundheit, Ernährung, Verbraucherschutz und Wissenschaft soll die Strategie bis 2025 zum Erfolg geführt werden.

Abkürzungsverzeichnis

AVMD-Richtlinie	<i>Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste</i>
BdS	<i>Bundesverband der Systemgastronomie e. V.</i>
BfR	<i>Bundesinstitut für Risikobewertung</i>
BiBB	<i>Bundesinstitut für Berufsbildung</i>
BLE	<i>Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung</i>
BMEL	<i>Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft</i>
BMG	<i>Bundesministerium für Gesundheit</i>
BNN	<i>Bundesverband Naturkost Naturwaren e. V.</i>
BÖLN	<i>Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft</i>
BVLH	<i>Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels e. V.</i>
BZfE	<i>Bundeszentrum für Ernährung</i>
BZgA	<i>Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung</i>
DAG	<i>Deutsche Adipositas-Gesellschaft e. V.</i>
DBB	<i>Deutscher Brauer-Bund e. V.</i>
DDG	<i>Deutsche Diabetes Gesellschaft e. V.</i>
DEHOGA Bundesverband	<i>Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e. V.</i>
DFV	<i>Deutscher Fleischer-Verband e. V.</i>
DGE	<i>Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.</i>
DGKJ	<i>Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin e. V.</i>
dti	<i>Deutsches Tiefkühlinstitut e. V.</i>
EUIPO	<i>Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum</i>
FEI	<i>Forschungskreis der Ernährungsindustrie e. V.</i>
GfK	<i>Gesellschaft für Konsumforschung</i>

GKV	<i>Gesetzliche Krankenversicherung</i>
HBSC-Studie	<i>Health Behaviour in School-Aged Children-Studie</i>
IGW	<i>Internationale Grüne Woche</i>
LAGJTh	<i>Landesarbeitsgemeinschaft Jugendzahnpflege Thüringen e. V.</i>
MIV	<i>Milchindustrie-Verband e. V.</i>
MRI	<i>Max Rubner-Institut</i>
NGG	<i>Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten</i>
NRI	<i>Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten</i>
NVS	<i>Nationale Verzehrsstudie</i>
RKI	<i>Robert Koch-Institut</i>
TMMJV	<i>Thüringer Ministerium für Migration, Justiz und Verbraucherschutz</i>
VdF	<i>Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie e. V.</i>
VDM	<i>Verband Deutscher Mineralbrunnen e. V.</i>
VGMS	<i>Verband der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft e. V.</i>
VNSKT	<i>Vernetzungsstelle Kita-Verpflegung Thüringen</i>
vzbv	<i>Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.</i>
wafg	<i>Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e. V.</i>
WHO	<i>Weltgesundheitsorganisation</i>
WVZ	<i>Wirtschaftliche Vereinigung Zucker e. V.</i>
ZAW	<i>Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V.</i>
ZDH	<i>Zentralverband des Deutschen Handwerks e. V.</i>
ZVDB	<i>Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V.</i>

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung
und Landwirtschaft (BMEL)
Referat 213
11055 Berlin

STAND

Dezember 2020
(Auswertungen zum Produktmonitoring: Juni 2020)

GESTALTUNG

design idee, büro für gestaltung, Erfurt

TEXT

BMEL

DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

Seite 2: Steffen Kugler/Bundesregierung
Seite 8: Goffkein/Stockadobe.com
Seite 10: BMEL
Seite 12: Olivier Le Moal/Stockadobe.com
Seite 16: maho/Stockadobe.com
Seite 26: CandyBox Images/Stockadobe.com
Seite 28: Alessandro Grandini/Stockadobe.com
Seite 32: annanahabed/Stockadobe.com
Seite 34 (oben): iStock/Pat Hastings
Seite 34 (unten): R. Schubert/BLE
Seite 35: BMEL/Janine Schmitz/photothek.net
Seite 42: Igor Nikushin/Stockadobe.com
Seite 50: Nomad_Soul/Stockadobe.com

BESTELLINFORMATIONEN

Diese und weitere Publikationen können Sie kostenlos bestellen:

Internet: www.bmel.de/publikationen
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
Tel.: 030 18 272 2721
Fax: 030 1810 272 2721
Schriftlich: Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09 | 18132 Rostock

Diese Publikation wird vom BMEL unentgeltlich abgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

 [@bmel](https://twitter.com/bmel)

 [Lebensministerium](https://www.instagram.com/lebensministerium)

