

Produktmonitoring 2019 – Zusammenfassung und Kernaussagen

Im Rahmen der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie der Bundesregierung hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) das Max Rubner-Institut (MRI) mit einem Produktmonitoring beauftragt, mit dessen Hilfe festgestellt werden soll, ob und wie sich die Zucker-, Fett-, Salz- und Energiegehalte von Fertigprodukten im Zeitverlauf verändern. Nach einer Basiserhebung im Jahr 2016, in der 12.500 Produkte eines breiten Spektrums untersucht wurden, und einer Basiserhebung von zuckergesüßten Erfrischungsgetränken 2018 legt das MRI mit dem Produktmonitoring 2019 aktuelle Daten zu den Produktgruppen Joghurtzubereitungen, gesüßte Quarks, Frühstückscerealien, Erfrischungsgetränke und Tiefkühlpizzen als Folgeerhebung vor. Für gesüßte Milchmodergetränke wurde eine Basiserhebung durchgeführt. Der Schwerpunkt der Folgeerhebungen liegt damit auf der Untersuchung von Veränderungen in den Zucker- und Energiegehalten der Produktgruppen, für die das BMEL mit den entsprechenden Branchen Zielvereinbarungen geschlossen hatte. Bei der Produktgruppe der Tiefkühlpizzen steht die Erhebung der Salzgehalte im Vordergrund.

Ein besonderes Augenmerk des Monitorings liegt auf den Produkten, die aufgrund der Verpackung oder weiterer Kriterien, die vom MRI definiert wurden, gezielt die besonders sensible Gruppe der Kinder ansprechen. Neben der gesonderten Darstellung der Ergebnisse für diese Produkte wurde anhand der Zutatenlisten überprüft, ob neben Zucker auch synthetische Süßstoffe zur Süßung eingesetzt werden.

Neben der Darstellung der Situation beim breiten Produktspektrum, das jeweils einen großen Teil des Gesamtmarktes und somit auch Nischenprodukte oder Produkte, die neu auf den Markt gekommen sind, abdeckt, wird erstmals auch der marktrelevante Anteil der jeweiligen Produktgruppen gesondert betrachtet.

Basis der Beschreibung der Marktsituation sind Daten, beispielsweise zu Kaufhäufigkeiten und eingekauften Mengen der jeweiligen Produktgruppen, des repräsentativen Haushaltspanels der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), das 30.000 Haushalte umfasst. Die Daten zu den Produkten selbst wurden im Rahmen umfangreicher Internetrecherchen auf den Webseiten der Herstellerfirmen erhoben oder direkt bei den Herstellern erfragt. Daneben wurden Marktbegehungen durchgeführt, bei denen Produkte entweder in den Märkten abfotografiert oder dort eingekauft wurden.

Die aktuelle Erhebung des MRI umfasst die Ergebnisse von rund 1.100 Joghurtzubereitungen, 240 gesüßten Quarkzubereitungen, 3700 Milchmoderzeugnissen, 1.700 gesüßten Erfrischungsgetränken, 890 Frühstückscerealien und 390 Tiefkühlpizzen. Über alle untersuchten Produktgruppen hinweg wurden 270 Produkte mit Kinderoptik erfasst.

Die wichtigsten Ergebnisse sind im Folgenden zusammengefasst:

Zucker und Energie

- Bei Joghurtzubereitungen ist in mehreren Produktuntergruppen eine statistisch signifikante Reduktion des Zuckergehaltes im Vergleich zur Basiserhebung 2016 zu verzeichnen. Die mit

7,4 % höchste Zuckerreduktion erfolgte bei Joghurts mit Kinderoptik, gefolgt von Joghurt mit Schokolade (ohne Kinderoptik) mit 6,5 %. Bei den Joghurts mit Kinderoptik geht die Zuckerreduktion mit einer Energiereduktion um knapp 18 %, das entspricht absolut 23 kcal/100 g, einher. Die Joghurts mit Kinderoptik liegen trotz erfolgter Reduktion mit einem medianen Zuckergehalt von knapp 14 g/100 g immer noch über den Zuckergehalten der meisten anderen Joghurtzubereitungen, die nicht für Kinder beworben werden.

Auch bei Fruchtjoghurt, der von den Verbraucherinnen und Verbrauchern mit Abstand am häufigsten und in den größten Mengen gekauften Joghurtzubereitung, ist eine Reduktion der Zucker- und in sehr geringem Umfang auch der Energiegehalte zu verzeichnen.

- Die Zuckergehalte von Quarkzubereitungen mit Kinderoptik sind im Vergleich zur Basiserhebung 2016 um knapp 18 % gesunken. Dies spiegelt sich in einem um 10 % geringeren Energiegehalt wieder. Die größte Zuckerreduktion ist bei fettarmen Quarkzubereitungen festzustellen; hier hat sich der Zuckergehalt im Median nahezu halbiert. Die Zuckerreduktion geht mit einer signifikanten Energiereduktion um knapp 16 % einher. Die meisten marktrelevanten Quarkzubereitungen mit Kinderoptik sind Fruchtquarks. Sie enthalten im Median weniger Zucker (rund 3 g/100 g) und Energie (rund 30 kcal/100 g) als die Fruchtquarks ohne Kinderoptik.

Auch bei Quarkzubereitungen mit Frucht und Schokolade sind im Vergleich zur Basiserhebung 2016 im Median statistisch signifikant niedrigere Zuckergehalte festzustellen.

- Für die Produktgruppe der trinkbaren Milchmischerzeugnisse wurde 2019 eine Basiserhebung durchgeführt, daher können noch keine Entwicklungen der Zucker- und Energiegehalte vorgestellt werden. Milchmischgetränke mit Schokoladengeschmack, gefolgt von Milchmischgetränken mit Fruchtgeschmack und Eiskaffee, sind die Milchmischerzeugnisse, die von den meisten Haushalten und in den größten Mengen gekauft werden. Die medianen Energiegehalte aller trinkbaren Milchmischerzeugnisse bewegen sich in einem engen Bereich zwischen 60 und rund 70 kcal/100 ml, mit Ausnahme von Molkegetränken, die die energieärmste Gruppe darstellen.

Trinkjoghurts ohne und mit Kinderoptik sind mit medianen Zuckergehalten zwischen 10 und rund 12 g Zucker/100 g die zuckerreichste Produktuntergruppe. Die niedrigsten medianen Zuckergehalte haben laktosefreie Produkte und Molkegetränke mit jeweils rund 7 g/100 ml. Energie- und Zuckergehalte der marktrelevanten Milchmischgetränke entsprechen weitgehend denen des breiten Produktspektrums.

- In der Produktgruppe der gesüßten Erfrischungsgetränke sind Cola/Cola-Mischgetränke und Limonaden die Untergruppen mit der höchsten Käuferreichweite und einer durchschnittlich hohen eingekauften Menge pro Käuferhaushalt.

Mit 11 g/100 ml weisen Energy Drinks im Median den höchsten Zuckergehalt auf, gefolgt von Cola/Cola-Mischgetränken, Fruchtsaftgetränken und Limonaden. Getränke mit Kinderoptik haben mit 5 g/100 ml einen vergleichsweise geringen Zuckergehalt.

Im Vergleich zur Basiserhebung, die bei den Erfrischungsgetränken erst 2018 stattfand, sind statistisch signifikante Verringerungen der Zuckergehalte bei regulären Limonaden, Cola/Cola-Mischgetränken und Teekaltgetränken zu verzeichnen, wobei die absolute Reduktion mit jeweils 0,2 g/100 ml bzw. 0,7 g/100 ml bei den Teekaltgetränken sehr gering ist. Bei den Getränken mit Kinderoptik konnte eine signifikante Reduktion der Zuckergehalte um rund 35 % festgestellt werden, was einer absoluten Verringerung des Zuckergehalts um 2,7 g/100 ml entspricht.

Bezogen auf die marktrelevanten Erfrischungsgetränke, zeigt sich ein ähnliches Bild der Zuckergehalte wie beim breiten Produktspektrum. Bei den marktrelevanten Teekaltgetränken greifen die Haushalte verstärkt zu den zuckerreicheren Produkten trotz der Verfügbarkeit von zuckerärmeren Varianten.

- Bei den Frühstückscerealien zeigt sich bei den Produkten mit Kinderoptik kein einheitliches Bild: So enthalten Müslis mit Kinderoptik weniger Zucker als fast alle anderen Müslis, die nicht für Kinder beworben werden, Cornflakes mit Kinderoptik hingegen haben höhere Zuckergehalte als Cornflakes ohne Kinderoptik.

Bei knusprigen Getreideerzeugnissen Schoko mit Kinderoptik kann im Vergleich zur Basiserhebung 2016 eine statistisch signifikante Reduktion der Zuckergehalte um 17 % festgestellt werden. Dennoch enthalten diese Produkte im Median noch rund 24 g Zucker/100 g. Knusprige Getreideerzeugnisse Honig, die an Kinder gerichtet sind, enthalten im Median 32 g Zucker/100 g und weisen damit die höchsten Zuckergehalte aller Frühstückscerealien auf. Für diese Honig-Produkte kann keine signifikante Veränderung der Zucker- und Energiegehalte im Vergleich zur Basiserhebung festgestellt werden.

Statistisch signifikante Verringerungen der Zuckergehalte liegen auch bei Frucht-/Nussmüslis, Schokomüslis und Knusper-Schokomüslis vor, allerdings sind die absoluten Reduktionen, die zwischen 1 und knapp 2 g Zucker/100 g liegen, gering.

Salz

- Die Salzgehalte wurden bei der Folgerhebung 2019 nur bei der Produktgruppe der Tiefkühlpizzen erhoben. Hier sind im Vergleich zur Basiserhebung 2016 keine statistisch signifikanten Unterschiede feststellbar. Relativ geringe Unterschiede gab es lediglich 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.

Fazit

Signifikante Verringerungen von Zucker- und Energiegehalten sind im Vergleich zu den Basiserhebungen bei allen untersuchten Produktgruppen zu verzeichnen. Eine signifikante Reduktion der Salzgehalte bei Tiefkühlpizzen ist nicht festzustellen. Das Ausmaß der Zuckerreduktionen ist unterschiedlich und teilweise zwar statistisch signifikant, aber hinsichtlich des absoluten Reduktionsergebnisses wenig relevant. Eine Zuckerreduktion korrespondiert nicht immer mit einem niedrigeren Energiegehalt der Produkte.

Für die Produkte mit Kinderoptik können signifikante Verringerungen der Zucker- und Energiegehalte bei Joghurt- und Quarkzubereitungen, Frühstückscerealien und Erfrischungsgetränke festgestellt werden. Teilweise sind allerdings die Zuckergehalte dieser Produkte, verglichen mit den jeweiligen Produkten ohne Kinderoptik, immer noch hoch.

Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass sich bei vielen Produktgruppen das Produktspektrum in Richtung zuckerärmerer und energieärmerer Produkte ausgeweitet hat, es also größere Wahlmöglichkeiten für Verbraucherinnen und Verbraucher gibt, ernährungsphysiologisch günstigere Produkte zu kaufen. Teilweise zeigt sich aber auch, dass gerade die häufig gekauften Produkte im oberen Bereich der Zucker- und Energiegehalte liegen.

Insgesamt zeigt die Gegenüberstellung von Basis- und Folgerhebung teilweise deutliche Veränderungen und Verschiebungen der Spannbreiten der Zucker- und Energiegehalte. Das Ausmaß der Verringerungen und auch deren Relevanz schwankt stark zwischen den verschiedenen Produktgruppen.