

# DOKUMENTATION

**Milch und Milchprodukte in großer Vielfalt:  
Der Verbraucher entscheidet,  
er hat die Wahl!**

**Stand: 16. November 2020**



# Inhaltsverzeichnis



DOKUMENTATION  
Milch und Milchprodukte in großer Vielfalt:  
Der Verbraucher entscheidet, er hat die Wahl!

Seite

<b>I. Zusammenfassung</b>	<b>2</b>
<b>II. Die wichtigsten Fakten</b>	<b>3 – 6</b>
<b>III. Weiterführende Details</b>	<b>7 – 18</b>
1. MIV-Branchenbeitrag	7
2. Molkereien erzielen deutliche Zuckerreduktion	7
3. Weitere Beiträge des Milchsektors	8
4. Verantwortung des Verbrauchers: Lebensstil entscheidend	9
5. Kalorien als Basis nicht zielführend	9
6. Kennzeichnung sichert bereits heute umfassende Verbraucherinformation	10
7. Rezepturänderung ohne weitere Maßnahmen nicht aussichtsreich	10
8. Unternehmer verantwortlich für Produkte und Rezepturen	10
9. Kontinuierliche Produktpassungen, breites Sortiment vorhanden	11
10. Forschung und Entwicklung: essentielle Basis für Produktinnovationen	11
11. Rechtliche Öffnung nötig	12
12. Vielfalt bei Inhalt und Verpackungsgröße bereits vorhanden	12
13. Fettgehalt rechtlich vorgegeben	13
14. Süße: verschiedene Quellen	13
15. Strategien müssen natürlicherweise vorkommende Zucker ausnehmen	14
16. Milch und Milchprodukte keine Hauptquelle für zugesetzten Zucker	14
17. Zuckerreduktion ist schwierig	16
18. Kommunikation: Informationsvielfalt für Kinder und Erwachsene	17
19. Aus- und Weiterbildung in der Milchindustrie	17
20. Vielfalt bei Milch: der Verbraucher wählt aus	17
<b>Quellen</b>	<b>19</b>
<b>Anlagen</b>	<b>19</b>
MIV-Branchenvereinbarung 2019	
MIV-Forschungsprojekte: Übersicht Forschungsprojekte zu Produktinnovationen	
Kommunikation: Maßnahmen zur Ernährungsbildung und Kommunikation	
Beispiele Vielfalt / Produktinnovationen	
Beispiele Verpackungsvielfalt	
Fact sheet Sugar in Dairy products, EDA 2018	

## Milch und Milchprodukte in großer Vielfalt: Der Verbraucher entscheidet, er hat die Wahl!



Stand 16.11.2020

Die Milchindustrie ist Garant für die Versorgung der Bevölkerung mit gesunden und schmackhaften Produkten. Dabei ist sie sich ihrer Verantwortung zur Herstellung qualitativ hochwertiger Lebensmittel bewusst. Regelmäßig werden daher die Rezepturen überprüft und angepasst, wobei u. a. aktuelle wissenschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen berücksichtigt werden.

Ziel der Milchindustrie ist es, markttaugliche, d. h. vom Verbraucher und vom Lebensmitteleinzelhandel (LEH) langfristig nachgefragte Produkte anzubieten. Dabei entscheidet der Kunde am Regal. Daraus resultiert das sehr breite Angebot an unterschiedlichen Milch und Milcherzeugnissen. Diese Vielfalt beinhaltet nebeneinander Tradition und Innovation. Zeitgleich stehen die Unternehmen im Wettbewerb der sozialen und freien Marktwirtschaft.

Der Milchindustrie-Verband bringt sich aktiv in die Reduktions- und Innovationsstrategie der Bundesregierung ein. Diese existiert seit 2018. Inzwischen ist viel geschehen. Die Molkereien sind kooperativ und haben das Ziel ihres Branchenbeitrags bzgl. der Produkte mit Kinderoptik, aber auch mit Blick auf ihr Produktsortiment aufgegriffen. Ende 2019 fand das Folgemonitoring des Max Rubner-Institutes (MRI) statt.

Im Folgenden werden die wesentlichen Aspekte angesprochen.



© Heorshe – stock.adobe.com

## I. Zusammenfassung

- **Der Milchindustrie-Verband (MIV) ist seit Beginn aktiver Partner der Reduktions- und Innovationsstrategie.**
- Grundsätzlich ist beim Körpergewicht die **Eigenverantwortung des Verbrauchers entscheidend**, neben der Ernährung betrifft diese auch **ausreichend Bewegung**.
- Die **Milchindustrie ist auf einem sehr gutem Weg**: Von 2016 bis 2019 wurde der Gesamt-Zucker- sowie der Energiegehalt bei Joghurt- und Quarkzubereitungen, jeweils mit Kinderoptik, signifikant und deutlich reduziert. Bei Joghurt sind es 20 Prozent weniger Zucker und bei Quark etwa 18 Prozent. Der Energiegehalt bei Joghurt mit Kinderoptik wurde um 22 Prozent gesenkt, bei Quark mit Kinderoptik um 9 Prozent. **Dabei liegen die Zuckergehalte von Joghurt- und Quarkzubereitungen mit Kinderoptik unterhalb der jeweiligen Gruppe ohne Kinderoptik.**
- Dieses ist ein sehr bemerkenswertes Ergebnis, da **die tatsächliche Reduktion des zugesetzten Zuckers noch deutlich höher** liegt, weil die natürliche Lactose beim Gesamtzucker miteingerechnet ist: fast 30 % weniger zugesetzter Zucker bei den Joghurt- und fast 25 % weniger zugesetzter Zucker bei den Quarkzubereitungen.
- **Erhebliche Zuckereinsparung wurde erzielt.** Auf Basis der 2019 abgesetzten Produktmenge wurden im Vergleich zu 2016 folgende Mengen Zucker eingespart: ca. 3.000 t Zucker oder ca. 1 Mrd. Zuckerstücken bei Fruchtojoghurt und ca. 2.200 t Zucker oder 735 Mio. Zuckerstückchen bei Fruchtquark.
- Die **Molkereien haben bereits viel bewegt, so ist der Branchenbeitrag schon jetzt mehr als erfüllt**: Nun folgt die Verstetigung bzgl. der Verbraucherakzeptanz. Die Strategie läuft bis 2025.
- **Signifikante Reduktionen gibt es auch bei Produkten ohne Kinderoptik**: Deutliche Zucker- und Energiereduktionen wurden beim MRI-Monitoring für Joghurt- und Quarkzubereitungen festgestellt. Auch hier laufen Produktanpassungen auf freiwilliger Ebene weiter. Dazu ist kein Branchenbeitrag erforderlich.
- Die resultierende sehr breite **Vielfalt** von Produkten ist gerade im Milchsektor vorhanden. Der **Konsument erwartet diese Breite des Angebotes**, einschließlich **Genussprodukten**.
- **Alternativen stellen eine technologische Herausforderung dar, wobei die Forschung die Realisierung von Anpassungen unterstützt.**
- Die **Kommunikation ist erschwert, Molkereien brauchen die Öffnung der rechtlichen Möglichkeiten**: Die gesetzlichen Vorgaben der EU-Health-Claims-VO verhindern, dass Reduktionen unterhalb von 30 % von den Unternehmen aktiv ausgelobt werden. Damit sind die Möglichkeiten für die Hersteller auf Zuckerreduktionen hinzuweisen, ohne mit der EU-Health-Claims-VO zu kollidieren, derzeit äußerst gering.

**Der MIV bittet daher das BMEL, auf EU-Ebene rechtliche Rahmenbedingungen zu schaffen, die die Kommunikationsmöglichkeit für geringere Reduktionen eröffnen. Außerdem sollten BMEL und Lebensmittelüberwachung feststellen, welche Aussagen national erlaubt sind.**

## II. Die wichtigsten Fakten

**1. Der Milchindustrie-Verband (MIV) ist seit Beginn aktiver Partner der Reduktions- und Innovationsstrategie.** Diese Strategie liefert einen Beitrag, die Energiezufuhr der Bevölkerung u. a. durch eine Reduktion des Zuckergehaltes zu senken, wobei die Nährstoffversorgung der Bevölkerung zu berücksichtigen ist.

Die Molkereien haben sich um die Erfüllung des Branchenbeitrags zur Strategie gekümmert und vermarkten Produktalternativen/-innovationen.

**2. Dabei ist die Eigenverantwortung des Verbrauchers für Körpergewicht, Ernährung und Bewegung entscheidend.** Jeder ist selbst für seine ausgewogene Energiebilanz im Rahmen eines gesundheitsfördernden Lebensstils verantwortlich. Dazu gehört auch ausreichend Bewegung.

**3. Zuckerreduktion hat hohe Relevanz in Molkereien, regelmäßige Produktpassungen laufen:** Die Unternehmen der Milchindustrie passen ihre Produkte bereits seit Jahren entsprechend der Nachfrage von Verbraucher/LEH an. Dabei leisten sie viele konkrete Reduktionsbeiträge, daher der Bezug auf 2016 in dem MIV-Branchenbeitrag. Jede Änderung bedeutet für das Unternehmen erhebliche Kosten (z. B. im 7-stelligen Euro-Bereich) und ein wirtschaftliches Risiko.

**4. Die sehr breite Vielfalt von Produkten ist gerade im Milchsektor vorhanden:** Sämtliche Fettstufen sind am Markt, die Produkte gibt es mit/ohne Frucht/Zucker etc. in unterschiedlichen Verpackungsgrößen. Für die Wiederkaufsbereitschaft des Konsumenten sind Geschmacks- und Geruchswahrnehmung sowie Mundgefühl ausschlaggebend. Genussprodukte haben im Regal genauso ihren Platz wie reduzierte Produkte oder Innovationen neben traditionellen Erzeugnissen.

**5. Milch und Milchprodukte sind nicht die Hauptquelle für zugesetzten Zucker:** Zugesetzter Zucker aus Milchprodukten liefert nur ca. 1 % Energie (MRI, 2016). Lediglich 10 % des insgesamt bei Lebensmitteln zugesetzten Zuckers stammt aus Milchprodukten, im Vergleich zu 75 % aus anderen Kategorien (Süßwaren, Backwaren, Fruchtsäfte und Nektare) (NVS II).

**6. Es stellt sich die Frage, warum entsprechende Branchen z. T. weiter außen vor sind,** obgleich sie die tatsächlichen Hauptquellen für zugesetzten Zucker darstellen. Zu berücksichtigen ist, dass Milchprodukte auch mit anderen Erzeugnissen im Regal konkurrieren und somit die Gefahr einer Substitution durch andere Produkte und damit der Abwanderung der Verbraucher besteht.

**7. MRI-Monitoring (Bericht Juni 2020): Milchindustrie ist auf sehr gutem Weg:** Die Milchindustrie hat von 2016 bis 2019 den Gesamt-Zucker- sowie den Energiegehalt bei Joghurt- und Quarkzubereitungen, jeweils mit Kinderoptik, signifikant und deutlich reduziert.

Bei Joghurt sind es 20 Prozent weniger Zucker und bei Quark etwa 18 Prozent. Der Energiegehalt bei Joghurt mit Kinderoptik wurde um 22 Prozent gesenkt, bei Quark mit Kinderoptik um 9 Prozent. **Dabei liegen die Zuckergehalte von Joghurt- und Quarkzubereitungen mit Kinderoptik unterhalb der jeweiligen Kategorie ohne Kinderoptik.**

Dieses stellt ein sehr bemerkenswertes Ergebnis dar. So ist die tatsächliche Reduktion des zugesetzten Zuckers noch deutlich höher, weil die natürliche Lactose beim

Gesamtzucker miterfasst ist: es resultieren so fast 30 % weniger zugesetzter Zucker bei den Joghurt- und fast 25 % weniger zugesetzter Zucker bei den Quarkzubereitungen.

Gleiches gilt für marktrelevante Produkte.

**8. Der MIV-Branchenbeitrag ist schon jetzt mehr als erfüllt:** Er beinhaltet, dass die Milchindustrie bei gesüßten Milchprodukten mit Kinderoptik eine Senkung des Gesamtzuckergehaltes um 15 Prozent im Median anstrebt. Diese wird bei Joghurt- und Quarkzubereitungen von den Molkereien bereits 2019 erreicht und übertroffen. Die Molkereien haben damit viel bewegt. Jetzt folgt die Verstetigung bzgl. der Verbraucherakzeptanz. Die Strategie ist langfristig angelegt und läuft bis 2025.

**9. Milchprodukte ohne Kinderoptik zeigen ebenfalls signifikante Zucker- und Energiereduktionen:** Diese wurden beim MRI-Monitoring für Joghurt- und Quarkzubereitungen festgestellt. **Auch hier laufen Produktpassungen auf freiwilliger Ebene weiter.** Dazu ist kein Branchenbeitrag erforderlich.

**Trinkbare Milchlischerzeugnisse sind ebenfalls auf gutem Weg:** Der mediane Zuckergehalt bei Produkten mit Kinderoptik liegt unterhalb der Produkte ohne Kinderoptik.

**10. Gemäß Grundsatzvereinbarung muss nicht jedes Produkt verändert werden.** Der Konsument erwartet die Vielfalt, die auch Genussprodukte beinhaltet.

**11. EU-Reformulierungsaktivitäten: Deutschlands Weg zielführend.** Im europäischen Vergleich (MRI, 2020) schneidet Deutschland mit dem MIV-Branchenbeitrag und den beachtlichen Reduktionserfolgen sehr gut ab. Nur bei wenigen Ländern stehen Milchprodukte im Fokus. Es sind Österreich mit 12 % erzielter Zuckerreduktion, die Niederlande mit erreichten 12 % weniger zugesetztem Zucker und Belgien mit dem Plan, den zugesetzten Zucker um 8 % einzusparen oder Italien mit einer 5 %igen Reduktion.

Die Milchindustrie in Deutschland hat bei Joghurtzubereitungen mit - 20 % und bei Quarkzubereitungen mit - 18 %, jeweils mit Kinderoptik, beachtliche Erfolge erzielt. Deutschland hat damit mit anderen Mitgliedstaaten viel erreicht. Diese Leistungen sind von Politik und anderen Beteiligten anzuerkennen und machen gesetzgeberische Maßnahmen überflüssig.

**12. Gesetzliche Höchstwerte und Steuern führen nicht zu weniger Übergewicht:** Aus dem MRI-Bericht 2020 geht hervor, dass die Europäische Kommission gesetzliche Obergrenzen bei Lebensmitteln aus handelspolitischen Gründen ablehnt. Solche Maßnahmen können dazu führen, dass Konsumenten auf andere Produkte ausweichen und wettbewerbsrelevante Entwicklungen resultieren. Daher sind sie abzulehnen. Das gilt auch für Steuern. Bisher gibt es in der EU keine Steuern auf Zucker in Milchprodukten.

Modifikationen der Rezeptur oder beim Verbraucherverhalten können nicht kausal auf einzelne Maßnahmen zurückgeführt werden, da Änderungen durch mehrere Faktoren beeinflusst werden. Auch die dänische Steuer auf gesättigte Fettsäuren wurde wegen des Anstiegs vom grenzüberschreitenden Warenverkehr und der fehlenden Erreichung gesundheitspolitischer Ziele wieder abgeschafft.

**13. Gesetzliche Standards sind im Milchbereich einzuhalten:** Beispielsweise sind Trockenmasse oder Fettgehalt für Milch und Milchprodukte als Qualitätsmerkmal vorgeschrieben. Dadurch werden Reduktionsmaßnahmen begrenzt.

**14. Technologische Anforderungen: eine Herausforderung**

Der Erhalt der Verbraucherakzeptanz bei reformulierten Erzeugnissen ist essentiell, daher müssen Veränderungen gut austariert sein. So werden beispielsweise Zutaten, Texturen oder Technologie entsprechend angepasst. Alternative Süßungsmöglichkeiten sind dadurch begrenzt, dass Verbraucher und LEH Süßstoffe oft kritisch sehen.

**15. Forschung unterstützt Realisierung von Anpassungen**

Neben internen Forschungs- und Entwicklungsleistungen der Unternehmen unterstützt der MIV verschiedene vorwettbewerbliche Gemeinschaftsforschungsprojekte im Sinne der Innovationsstrategie, u. a.:

- Enzymatisches Generieren erhöhter Süße aus lactosehaltigen Nebenströmen (Prof. Hinrichs/Prof. Fischer, Universität Hohenheim),
- Reformulierung von Fruchtjoghurt (Prof. Fritsche, MRI Kiel).

Der Austausch zu den Projekten, einschließlich Möglichkeiten und Grenzen, erfolgt u. a. im projektbegleitenden Ausschuss, in den MIV-Arbeitsgruppen Forschung sowie Qualität und Produktsicherheit. Die MIV-Ideenbörse Forschung 2020 wird eine eigene Session zur Zuckerreduktion ausrichten. Ziel ist hier, neue Forschungsansätze zu generieren.

**16. Kommunikation erschwert, Molkereien brauchen mehr rechtliche Möglichkeiten:** Die gesetzlichen Vorgaben der EU-Health-Claims-VO verhindern heute, dass Reduktionen unterhalb von 30 % von den Unternehmen aktiv ausgelobt werden. Die Möglichkeiten für die Hersteller auf Zuckerreduktionen hinzuweisen, ohne mit der EU-Health-Claims-VO zu kollidieren, sind daher derzeit äußerst gering.

Verbraucher akzeptieren geschmacklich eher geringere Einsparungen. **Der MIV hat das BMEL daher gebeten, auf EU-Ebene rechtliche Rahmenbedingungen zu schaffen, die die Kommunikationsmöglichkeit für geringere Reduktionen eröffnen. Darüber hinaus sollten BMEL und Lebensmittelüberwachung feststellen, welche Aussagen national möglich sind.**

**17. Die Nutri-Score-Kennzeichnung ist nicht geeignet, um auf veränderte Nährwerte hinzuweisen.** Sie bewertet nur die aktuelle Nährstoffzusammensetzung, liefert aber keine Informationen zu Anpassungen. Außerdem sind die Stufen zu breit, so dass kleinere Veränderungen nicht in jedem Fall zu einer anderen Bewertung führen. Zudem sind die positiven Elemente der Milch nicht ausreichend im Algorithmus berücksichtigt (ges. Fettsäuren, Protein, Calcium).

**18. WHO-Nährwertprofile als Marketingbeschränkung bei Kinderprodukten sind abzulehnen:** Die WHO-Profile betreffen Marketing/Werbung, sie sind keine Höchstwerte. Es gibt für die WHO-Profile keine wissenschaftlich valide Basis. So dürften wissenschaftlich empfohlene Vollmilchprodukte nach WHO nicht beworben werden; zudem dürften Milchdrinks kein Zucker zugesetzt werden. Folge: Einschränkung der Vielfalt.

Viele Produkte, vor allem Kinderprodukte, wurden bereits reformuliert. Zudem regeln die Verhaltensregeln des **Deutschen Werberates** zur kommerziellen Kommunikation bei Lebensmittel den Bereich Werbung.

**19. Das Abstellen auf Kalorien ist nicht gerechtfertigt**, da viele Studien zeigen, dass höhere Verzehrsmengen von Milchprodukten sogar mit einem **geringeren Körpergewicht** und Körperfettanteil bei Erwachsenen und Kindern verbunden sind.

**20. Bei den Fettsäuren differenzieren:** Ca. 40 % der gesättigten Fettsäuren aus der Milch haben eine positive oder neutrale Wirkung, die bei der gesundheitlichen Bewertung berücksichtigt werden muss.

**21. Umgang mit importierten Produkten fraglich:** Nationale Aktivitäten dürfen nicht zu Lasten der inländischen Unternehmen gehen. Wenn Verbraucher zu importierten Produkten mit höherem Zuckergehalt greifen, läuft die Strategie ins Leere und es resultiert ein Wettbewerbsnachteil für die deutsche Wirtschaft.

**22.** Wissenschaftlich ist nicht bekannt, ob die Bereitstellung einzelner angepasster Lebensmittel zu einer generell veränderten Aufnahme der „Ziel“-Nährstoffe in der Bevölkerung führt. Offen ist, ob der Konsum von Lebensmitteln mit veränderter Rezeptur die Gesundheit der Bevölkerung verbessern kann.

**23. Die Politik sollte das Bewusstsein des Konsumenten zu einem gesunden Ernährungsverhalten stärken und den Bewegungsaspekt maßgeblich berücksichtigen.**



### III. Weiterführende Details

#### 1. MIV-Branchenbeitrag

**Der Milchindustrie-Verband möchte gemeinsam zum Erfolg des Gesamtprojektes der Reduktions- und Innovationsstrategie beitragen und unterstützt den Prozessgedanken der Bundesregierung.** Basis dafür ist die „Grundsatzvereinbarung zwischen dem BMEL und den teilnehmenden Wirtschaftsverbänden des Runden Tisches“ vom 26.09.2018.

Die Kernaussage des MIV-Beitrages lautet (Anlage MIV, 2019):

Für den Milchindustrie-Verband mit seinen mittelständischen Unternehmen beinhaltet die Prozessvereinbarung folgendes:

**Es wird von der Milchindustrie bei gesüßten Milchprodukten mit Kinderoptik eine Senkung des Gesamtzuckergehaltes um 15 % im Median angestrebt.**

**Als Basis für die Überprüfbarkeit wird das BMEL das MRI-Monitoring von 2016 heranziehen. Ziel ist es, diese Prozessvereinbarung bis zum Jahr 2025 zu erreichen.**

#### 2. Molkereien erzielen bereits deutliche Zuckerreduktion

Das MRI-Monitoring umfasst Daten von 1.150 Joghurtzubereitungen, 247 Quarkzubereitungen und 389 trinkbaren Milchmischerzeugnissen.

In nachfolgender Auswertung wurden jeweils die MRI-Monitoring-Ergebnisse (MRI, Juni 2020) einer Produkt-Gruppe (z. B. „Joghurtzubereitungen ohne Kinderoptik, gesamt“) betrachtet und mit der anderen Gruppe (z.B. „Joghurtzubereitungen mit Kinderoptik, gesamt“) verglichen, um sinnvolle Vergleiche zu treffen (s. tabellarische Übersicht).

Es sollten verschiedene Produkte (z. B. Joghurt, Quark) nicht in eine Gruppe zusammengelegt werden, da Herstellungsweise, Produktzusammensetzung und -spezifika und Zuckerreduktionsmöglichkeiten unterschiedlich sind. Dieses ist wissenschaftlich nicht gerechtfertigt, verschiebt die tatsächliche Situation in der Praxis.

Wesentliche Ergebnisse aus dem MRI-Monitoring 2019 im Vergleich zu 2016 zusammengefasst:

- Die mit 20 % weitaus höchste Zuckerreduktion erfolgte bei **Joghurtzubereitungen** mit Kinderoptik.
- Bei den Joghurtzubereitungen mit Kinderoptik ist zudem eine Energiereduktion um 22 % zu verzeichnen, was absolut 29 kcal/100 g Produkt entspricht.
- Auch bei den Joghurts ohne Kinderoptik verringerten sich die Gehalte von Zucker und Energie signifikant.
- Die Zuckergehalte von **Quarkzubereitungen** mit Kinderoptik sind im Vergleich zur Basiserhebung 2016 um knapp 18 % gesunken.
- Darüber hinaus können sie einen 9 % geringeren Energiegehalt verzeichnen.
- Bei der Gruppe Quarkzubereitungen ohne Kinderoptik konnte ebenfalls die signifikante Reduktion von Zucker und Energie nachgewiesen werden.

- Die marktrelevanten Joghurtzubereitungen mit Kinderoptik weisen im Median den niedrigsten Zuckergehalt aller marktrelevanten Joghurtzubereitungen auf.
- Die marktrelevanten Quarkzubereitungen mit Kinderoptik sind energie- und zuckerärmer als solche ohne Kinderoptik.

#### Signifikante Ergebnisse aus dem MRI-Produktmonitoring 2019, Version 2.0, Juni 2020

Produkte	Anzahl		Zuckergehalte [g / 100 g]				Energiegehalte [kcal / 100 g]			
			Reduktion		Reduktion					
	2016	2019	2016	2019	absolut [g]	relativ [%]	2016	2019	absolut [kcal]	relativ [%]
<b>Joghurt, gesamt</b>	471	1150	13,6	13,0	0,6	4,4	104	98	6	5,8
<b>Joghurt gesamt, ohne Kinderoptik</b>	452	1100	13,6	13,0	0,6	4,4	104	98	6	5,8
<b>Joghurt mit Kinderoptik</b>	19	50	14,9	11,9	3,0	20,1	131	102	29	22,1
<b>Quark, gesamt</b>	140	247	14,1	12,2	1,9	13,5	116	107	9	7,8
<b>Quark gesamt, ohne Kinderoptik</b>	105	197	14,5	12,7	1,8	12,4	118	110	8	6,8
<b>Quark mit Kinderoptik</b>	35	50	13,0	10,7	2,3	17,7	109	99	10	9,2

Basis: MRI-Monitoringbericht Juni 2020

### 3. Weitere Beiträge des Milchsektors

Der Milchindustrie-Verband informiert seine Mitglieder über die aktuellen wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen im Ernährungssektor auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene (u. a. Codex Alimentarius, WHO, MRI, DGE, DIfE, Bundesministerien, NGO's).

In den verschiedenen Verbandsgremien werden diese Ernährungs- und Technologiethemata, inklusive Möglichkeiten und Grenzen für Innovationen behandelt (Vorstand, Mitgliederversammlung, Arbeitsgruppen Qualität und Produktsicherheit sowie Forschung, PR-Ausschuss, Wissenschaftlicher Beirat).

Seit über 20 Jahren hat der Milchindustrie-Verband eine Arbeitsgruppe Forschung. Hier werden praxisnahe vorwettbewerbliche Projekte initiiert, zur Förderung eingereicht und durch die Praxis begleitet (Anlage MIV-Forschungsprojekte). Die Ergebnisse sind öffentlich zugänglich. Unterstützend findet regelmäßig die sog. Ideenbörse Forschung des MIV statt. Deren Ziel ist es, Ideen für neue Innovationen zu entwickeln, u. a. unter Berücksichtigung eventueller technologischer Probleme. Die Gemeinschaftsforschung fördert zudem die Ausbildung des Nachwuchses.

Alljährlich vergibt der Milchindustrie-Verband einen „Milchwissenschaftlichen Innovationspreis“ an Persönlichkeiten, die im milchwissenschaftlichen Bereich für innovative milchspezifische und praxisnahe Leistungen stehen, so auch in 2020.

Die externe Kommunikation des Milchsektors über Ernährungs- und Gesundheitsthemen mit Blick auf die Verbraucher der unterschiedlichen Altersgruppen, einschließlich Kindern, erfolgt u. a. über den Milchindustrie-Verband, die Unternehmen sowie die regionalen Milchorganisationen (Anlage Kommunikation).

Über aktuelle Daten zum Milchmarkt (Produktion, Marktversorgung, Pro-Kopf-Verbrauch zu einzelnen Milchprodukten) verfügt die ZMB (Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH) des Milchsektors. Sie beobachtet als Marktforschungsinstitut die Preis- und Marktentwicklung von milchwirtschaftlichen Erzeugnissen im In- und Ausland.

Der Milchindustrie-Verband ist Teil verschiedener Netzwerke – national und international – und bereit, seine Expertise in die Diskussionen einzubringen.



© Kadmy – stock.adobe.com

#### 4. Verantwortung des Verbrauchers: Lebensstil entscheidend

Aufklärung und Information der Verbraucher sind essentiell für Ernährungsstrategien. Eine gesundheitsförderliche Ernährungsweise beinhaltet vorwiegend nährstoffdichte Lebensmittel (in Bezug auf den Energiegehalt) und wenig Produkte mit sog. leeren Kalorien (WHO, 2018).

Milch und Milchprodukte sind solche nährstoffdichten Erzeugnisse. Ihre Zusammensetzung ist bestimmt durch ihr Ursprungsprodukt, die Milch.

Beim Thema „Übergewicht“ steht daher die Eigenverantwortung der Verbraucher im Vordergrund (ausgewogene Energiebilanz), er allein entscheidet. Der Lebensstil, einschließlich ausreichender Bewegung ist maßgeblich. Risikofaktoren, wie das Lebensverhalten der Kinder (IT-Medien-Konsum, Sitzen etc.) sind zu berücksichtigen. An der Verhaltensprävention setzen „IN FORM - Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung“ (<https://www.in-form.de/>) und peb Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb, <http://www.pebonline.de/>) an. Einschränkungen und Vorschriften werden vom Verbraucher abgelehnt.



© Syda Productions – stock.adobe.com

#### 5. Kalorien als Basis nicht zielführend

Kalorien als Basis für Anpassungsstrategien sind für den Milchsektor nicht gerechtfertigt. Fälschlicherweise wird Milch vereinzelt nachgesagt, sie sei ein „Dickmacher“. Das MRI und das Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) stellen dazu 2014 klar, dass es einen solchen Zusammenhang nicht gibt (MRI, 2014; Kern, 2015). Viele Studien zeigen zudem, dass höhere Verzehrsmengen von Milchprodukten sogar mit einem geringeren Körpergewicht und Körperfettanteil bei Erwachsenen und Kindern

verbunden sind. Dieses bestätigt u. a. die Metaanalyse von Schwinghackl et al. (Schwinghackl, 2016). Eine Übersichtsarbeit kommt zum Ergebnis, dass beim Verzehr von Milch und Milchprodukten mit Blick auf Übergewicht/Adipositas bzw. Gewichtsstabilität eine ungünstige Wirkung unwahrscheinlich ist. Ein Vorteil von fettarmen Milchprodukten ist nicht nachweisbar (Pfeuffer, Watzl 2018).

## **6. Kennzeichnung sichert bereits heute umfassende Verbraucherinformation**

Die Angabe des Fettgehaltes von Milch und Milchprodukten ist seit über 40 Jahren verpflichtend durch die nationalen Produktverordnungen (wie Käse-Verordnung, Konsummilch-Kennzeichnungs-Verordnung oder Milcherzeugnis-Verordnung) vorgeschrieben.

Die Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV, Verordnung (EU) Nr. 1169/2011) regelt zudem seit Dezember 2014 EU-weit die Kennzeichnung, so dass Verbraucher beim Lebensmittelkauf umfassend informiert werden. Es müssen der Brennwert/Kalorien sowie sechs Nährstoffe – die Mengen an Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker, Eiweiß und Salz – auf der Verpackung angegeben werden. Dieses stellt eine klar verständliche und europaweit einheitliche Verbraucherinformation dar. Eventuelle nationale Alleingänge würden Importe nicht betreffen und so zu einer nicht akzeptablen Inlandsdiskriminierung führen.

Die Nutri-Score-Kennzeichnung als Indikator für einen Reduktionsumfang ist aus Sicht der Molkereipraxis nicht zur Darstellung verwendbar. Sie zeigt nur den Ist-Zustand an und keine Veränderungen. Außerdem können Produkte mit unterschiedlichen Nährwerten in der zusammenfassenden Bewertung in die gleiche Kategorie eingruppiert werden, wegen der hinterlegten Spanne der Bepunktung.

## **7. Rezepturänderung ohne weitere Maßnahmen nicht aussichtsreich**

Oft werden Strategien nur auf eine Rezepturanpassung reduziert. Hier fehlt jedoch der übergreifende und nachhaltige gesamtgesellschaftliche Ansatz.

Herr Prof. Stehle (Universität Bonn, Stehle, 2017) unterstrich beim Wissenschaftlichen Beirat vom MIV in 2017, dass nicht bekannt ist, ob die Bereitstellung von angepassten Lebensmitteln zu einer generell veränderten Aufnahme der „Ziel“-Nährstoffe in der Bevölkerung führt. Ebenfalls nicht bekannt ist, ob der Konsum von industriell produzierten Lebensmitteln mit veränderter Rezeptur einen Effekt auf das (bevölkerungsweite) Risiko für die Entwicklung von chronisch degenerativen Erkrankungen besitzt.

Nicht geändert hat sich auch die Einschätzung, dass die Betrachtung einzelner Lebensmittel hinsichtlich einer potenziellen Wirkung auf die Gesundheit nicht zielführend ist. Die Veränderung der Rezepturen einzelner Lebensmittel bzw. -gruppen bleibt (aus wissenschaftlicher Sicht) Augenwischerei, so Herr Prof. Stehle, und eine nur politisch „einfache“ Antwort auf die bestehenden Probleme.

Zielführend ist (nur) eine Veränderung des Ernährungsverhaltens generell, betont Herr Prof. Stehle; auch mit den vorhandenen Lebensmitteln lässt sich eine ausgewogene, gesundheitsfördernde Ernährung bewerkstelligen!

## **8. Unternehmer verantwortlich für Produkte und Rezepturen**

Grundsätzlich müssen die Rezepturen in der Verantwortung der Unternehmen bleiben, da die Hersteller nach der Verordnung (EU) Nr. 178/2002 die lebensmittelrechtliche Verantwortung für ihre Erzeugnisse tragen und eigenständige Unternehmer sind.

Ein Eingriff in die unternehmerische Freiheit durch eventuelle Vorgaben der Produktrezeptur bei sog. Reformulierungsstrategien würde dem entgegenstehen. Fraglich ist auch hier der Umgang mit importierten Produkten, u. a. mit Blick auf die Wettbewerbsgleichheit in Deutschland.

Gerade in der heutigen schwierigen Wettbewerbssituation, ist der Staat in der besonderen Verantwortung, alles zu vermeiden, was die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Milchindustrie und auch Arbeitsplätze gefährdet.



© bit24 – stock.adobe.com

## 9. Kontinuierliche Produktanpassungen, breites Sortiment vorhanden

Die Auswahl an Milchprodukten wächst ständig, so dass jedes Jahr eine breitgefächerte Mischung neuer innovativer Produkte und saisonale Angebote auf den Markt kommt. Sie spiegelt die sich wandelnden Verbrauchervünsche und die Veränderungen im Ernährungsverhalten der Bevölkerung wider. Bei der Optimierung der Produktzusammensetzung wird die Akzeptanz durch ein Verbraucherpanel getestet. Neben dem Geschmack werden selbstverständlich noch viele weitere Faktoren berücksichtigt, wie Technologie, Textur, Hygiene, rechtliche Vorschriften. So hat beispielsweise das Salz im Käse einen entscheidenden Einfluss bei der Käseherstellung in Bezug auf die Hygiene, auf Qualitätsparameter der Reifung und die Entwicklung des Geschmackes (IDF, 2017).

## 10. Forschung und Entwicklung: essentielle Basis für Produktinnovationen

Produktanpassungen und Innovationen/Alternativen haben einen langen zeitlichen Vorlauf, da am Ende der Verbraucher das neue Produkt annehmen und dieses sich am Markt durchsetzen muss. Die Voraussetzung ist, dass die Produktqualität die Abnehmer zufriedenstellt. Dabei betreffen die Herausforderungen u. a. Aussehen, Geruch, Geschmack, Mundgefühl, Struktur, Stabilität, Haltbarkeit.

Die Milchindustrie ist mittelständisch aufgestellt. Einige Unternehmen haben eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilungen, bei anderen erfolgt die Produktentwicklung extern.

Die Unternehmen des MIV widmen sich bereits seit vielen Jahren u. a. der Frage zu Möglichkeiten der Reduktion von Fett, Zucker und Salz (Anlage MIV-Forschungsprojekte). Diese vorwettbewerbliche Forschung ist praxisnah aufgebaut, mit dem Ziel eine Umsetzung auf Unternehmensebene zu ermöglichen.

Beispielsweise konnte so das Verfahren zur Lactosespaltung in Glucose und Galactose erarbeitet werden. Die höhere Süßkraft der Spaltprodukte kann bei Rezepturanpassungen mit Blick auf den zugesetzten Zucker ggfls. berücksichtigt werden.

Forschungsprojekte zur Reduktion des Fettgehaltes zielen in erster Linie auf die Verbesserung der Textur ab.



© science photo / Fotolia

## 11. Rechtliche Öffnung nötig

Die Politik erwartet, dass mehr über Reduktionen im Sinne der Strategie kommuniziert wird. Aber rechtlich ist die Auslobung einer Reduktion von Zucker erst ab 30 % möglich (Verordnung (EG) Nr. 1924/2006, sog. EU-Health-Claims-VO).

Die Praxis zeigt, dass die deutsche Lebensmittelüberwachung, die Abmahnvereine und die Gerichte diesen Gesetzestext sehr eng auslegen. Das betrifft allgemeine Aussagen, wonach die Angabe, dass der Gehalt an einem oder mehreren Nährstoffen reduziert worden sei, sowie jegliche Angabe, die für den Verbraucher voraussichtlich dieselbe Bedeutung hat. Das geht fast immer zu Lasten des Angabeverwenders. Damit sind allgemeine Aussagen zu Reduktionen oder auch Auslobungen wie „weniger Zucker / weniger süß“ erst ab Reduktionen von 30 % möglich.

In der Praxis nimmt die Milchindustrie in erster Linie sog. stille Anpassungen vor, ohne Reduktionen zu kommunizieren. Unabhängig davon ist die Produktzusammensetzung immer transparent über die verpflichtende Kennzeichnung im Zutatenverzeichnis und die Nährwerttabelle erkennbar.

**Vor diesem Hintergrund wird das BMEL gebeten, mit den Lebensmittelüberwachungsbehörden eine Übereinkunft z. B. in der Form von ALS/ALTS-Beschlüssen zu treffen, welche Aussagen im Lichte der nationalen Reduktionsstrategie national zulässig sind, um auf die erfolgte Zuckerreduktion hinzuweisen. So kann auch der Erfolg der nationalen Reduktionsstrategie wirksam in die Öffentlichkeit getragen werden.**

## 12. Vielfalt bei Inhalt und Verpackungsgröße bereits vorhanden

Im Lebensmittelhandel ist eine beeindruckende Vielfalt unterschiedlicher Milch und Milcherzeugnisse vorzufinden. Angefangen bei Konsummilch reicht die Palette von Molke über Joghurt und Kefir bis hin zu Butter und Käse (BMEL, 2018). Egal ob süß, salzig, sauer oder herzhaft – Milch und Milchprodukte bieten für jeden Geschmack etwas.

Das Produktsortiment umfasst frische, wie auch haltbare Erzeugnisse unterschiedlicher Geschmacksrichtungen. Die Milchindustrie bietet bereits heute eine große Breite von Produkten an: Sämtliche Fettstufen sind am Markt, die Erzeugnisse gibt

es mit/ohne Frucht/Zucker. Inzwischen gibt es auch proteinangereicherte Varianten. All diese Milchprodukte werden mit unterschiedlichen Verfahren hergestellt und eignen sich für verschiedene Verwendungszwecke.

Die einzelnen Produkte werden zudem parallel in unterschiedlichen, oft wiederver-schließbaren, Verpackungsgrößen und auch in Miniportionen angeboten (Anlage Verpackungsvielfalt). So kann der Verbraucher seine Verzehrsmenge und Portionsgröße selbst bestimmen und Eltern haben die Kontrolle über die Verzehrsmenge ihrer Kinder.

Der Markt mit der Nachfrage des Verbrauchers nach Innovation erfordert die fortwährende Weiterentwicklung von Produkten. Gleichzeitig werden aber traditionelle und sogar geschützte Produkte ihre Ursprünglichkeit behalten.

Die Produktpassungen umfassen u. a. die Reduktion von Fett und Zucker. Hier fordern verschiedene Handelshäuser eine Reduktion.

### **13. Fettgehalt rechtlich vorgegeben**

Aufgrund der wertgebenden Eigenschaft des Fettgehaltes ist dieser in diversen rechtlichen Regelungen, wie der gemeinsamen Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse (Verordnung (EU) 1308/2013), niedergelegt.

Natürlicherweise enthält Milch 3,8 - 4,5 % Fett. In der Molkerei wird der Fettgehalt in den Produkten eingestellt, so dass den Verbraucherwünschen entsprechend innerhalb einer Produktkategorie unterschiedliche Fettgehaltsstufen erhältlich sind.

So gibt es beispielsweise:

- Entrahmte Milch mit höchstens 0,5 % Fett
- Fettarme Milch mit mind. 1,5 % bis höchstens 1,8 % Fett
- und Vollmilch mit mind. 3,5 % Fett

Beim Käse/Speisequark sind laut Käse-Verordnung die Fettgehaltsstufen als Qualitätsmerkmal festgeschrieben. Die Standardsorten nach Anlage 1 zu § 7 der deutschen Käse-Verordnung geben Mindestfettgehalte vor. Werden diese nicht eingehalten, z. B. durch eine Reduktion im Fettgehalt, könnte ein „Gouda“, der weniger als 30 % F.i.Tr. enthält, nicht mehr als „Gouda“ vermarktet werden.

Aus wissenschaftlicher Sicht sind gesättigte Fettsäuren differenziert zu betrachten. Das Milchfett besteht zu ca. 40 % aus gesättigten Fettsäuren, die positive/neutrale gesundheitliche Effekte haben.

### **14. Süße: verschiedene Quellen**

Milch enthält natürlicherweise ca. 4,7 % Milchzucker (Lactose). Der Süßgeschmack von Milch und Milcherzeugnissen ergibt sich daneben auch durch den Einsatz von „Süßungsmitteln“, wie verschiedenen Zuckerarten, -austauschstoffen und Süßstoffen, und Zutaten, wie Früchten.

Lactosefreie Milch und Milchprodukte mit Lactosegehalten unter 0,1 g/100 g werden von der Milchindustrie erfolgreich produziert und sind am Markt fest etabliert. Hier ist die Lactose zu Glucose und Galactose abgebaut, wodurch eine höhere Süßkraft resultiert. Das eingesetzte Enzym, die Lactase, muss im Zutatenverzeichnis angegeben werden.

Die derzeitige Rechtslage verbietet den Entzug von Milchzucker (auch teilweise) aus Konsummilch und Milcherzeugnissen gemäß der Milcherzeugnis-Verordnung. Hier ist eine Lactosereduktion nur durch Spaltung möglich. Die EU-Gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse 1308/2013 regelt die Konsummilch, die nationale MilchErzV die Milcherzeugnisse, wie Joghurt. Nur bei Einhaltung der dort genannten Herstellungsweisen sind bestimmte Bezeichnungen, wie Joghurt, möglich.

### 15. Strategien müssen natürlicherweise vorkommende Zucker ausnehmen

Natürlicher Milchzucker und Fruchtzucker sind von eventuellen Strategien auszunehmen. Lactose ist der natürlicherweise vorkommende Zucker in der Milch. Dieses sollte dem Verbraucher im Rahmen der Ernährungsbildung vermittelt werden. Die Lactose erscheint in der Nährwertabelle als Zucker.

Die eingesetzte Fruchtmenge bestimmt den Fruchtzuckergehalt im Milcherzeugnis und ist so ein wertgebender Bestandteil. Auch der Fruchtzucker wird als Zucker berechnet. Eine Reduktion der Fruchtmenge wäre nicht im Sinne der Verbraucher.



© Anna Puzatykh – stock.adobe.com

### 16. Milch und Milchprodukte keine Hauptquelle für zugesetzten Zucker

Milch und Milchprodukte stellen tatsächlich keine Hauptquellen für zugesetzten Zucker in unserer Ernährung dar. Aus der nationalen Verzehrsstudie II (MRI, 2008) ergibt sich, dass weniger als 10 % des insgesamt bei Lebensmitteln zugesetzten Zuckers aus Milchprodukten stammt, im Vergleich zu drei anderen Produktkategorien mit insgesamt ca. 75 %, wie die nachstehende Abbildung des MRI klar zeigt (MRI, 2016).

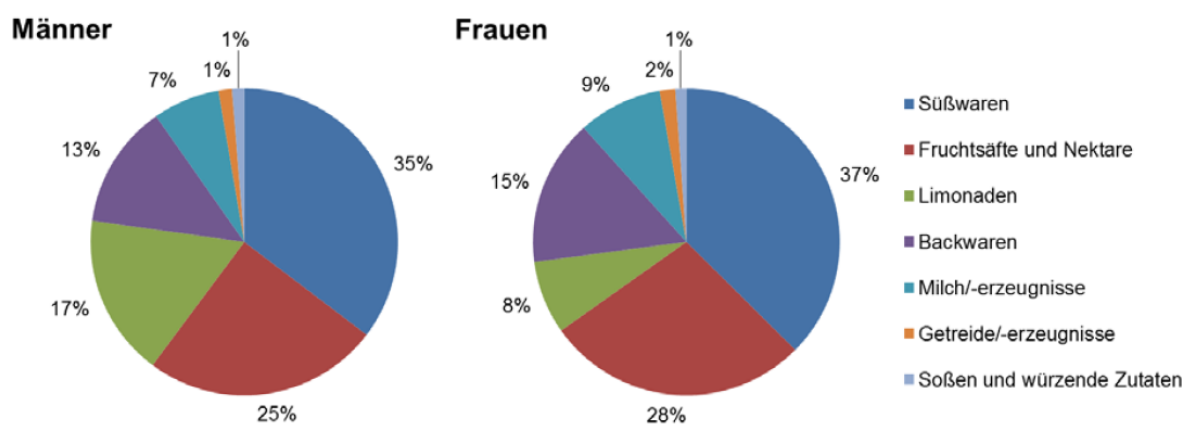


Abbildung 1: Hauptquellen für zugesetzte Zucker in Deutschland (NVS II, Berechnung mit BLS 3.01) <sup>12</sup>



Aus nachstehender MRI-Tabelle (MRI, 2016) ergibt sich, dass der **zugewetzte Zucker aus Milchprodukten nur ca. 1 Energieprozent bei Erwachsenen** liefert. Der Pro-Kopf-Verbrauch von „Joghurt mit Zusätzen“ ist zudem über die letzten Jahre gesunken (ZMB, 2019).

*Tabelle 2: Abschätzung des Verzehrs zugewetzter Zucker und des prozentualen Anteils an der Energiezufuhr (nach WHO- und EC-Definition)<sup>a</sup> (NVS II, 24h-Recalls, BLS 3.01)<sup>12</sup>*

	Männer			Frauen		
	Mono- und Disaccharide			Mono- und Disaccharide		
	g/d	kcal/d	E% <sup>d</sup>	g/d	kcal/d	E% <sup>c</sup>
Süßwaren <sup>d</sup> (gesamt)	27,6	108,3	4,7	22,8	89,4	5,3
Fruchtsäfte und Nektare	19,4	74,3	3,2	16,9	64,7	3,8
Limonaden	13,3	51,0	2,2	4,7	18,0	1,1
Backwaren	10,2	39,9	1,7	9,4	36,8	2,2
Milch/-erzeugnisse <sup>e</sup> (gesamt)	5,5	21,6	0,9	5,4	21,2	1,2
Getreide/-erzeugnisse	1,1	4,3	0,2	1,0	3,9	0,2
Soßen und würzende Zutaten	1,0	3,8	0,2	0,7	2,7	0,2
<b>Summe (WHO- und EC-Definition)</b>	<b>78,1</b>	<b>303,1</b>	<b>13,0</b>	<b>60,9</b>	<b>236,6</b>	<b>13,9</b>

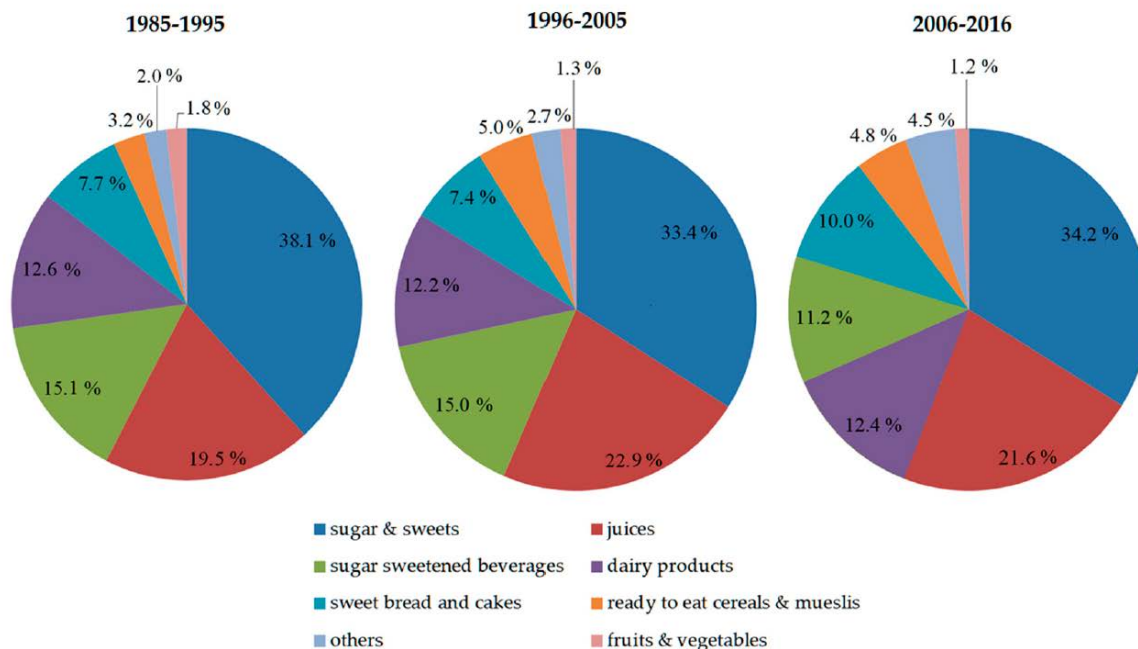
<sup>a</sup> arithmetischer Mittelwert, gewichtete Daten, Abschätzung auf Basis der Mono- und Disaccharid-zufuhr über die gelisteten Lebensmittelgruppen; <sup>b</sup> bezogen auf 2 327 kcal; <sup>c</sup> bezogen auf 1 700 kcal; <sup>d</sup> Süßigkeiten, süße Aufstriche und Süßungsmittel (inkl. Honig, Sirup), Speiseeis, Süßspeisen, Getränkepulver und -granulate; <sup>e</sup> ohne Laktose

Auch die Absatzzahlen vom Zuckermarkt verdeutlichen den untergeordneten Anteil des Milchsektors (<http://www.zuckerverbaende.de/zuckermarkt/zahlen-und-fakten/zuckermarkt-deutschland/zuckermarkt.html>).

Dass dennoch z. T. einige Milchprodukte in den Fokus gebracht werden, ist nicht verständlich.

## Milcherzeugnisse: auch keine Hauptzuckerquelle für Kinder

Die nationale Donald-Studie zeigt, dass die Aufnahme von sog. freien Zuckern bei Kindern in den letzten Jahrzehnten insgesamt abgenommen hat. Der Beitrag hierzu aus Milch und Milcherzeugnissen ist mit ca. 12 % konstant geblieben und gehört nicht zu den Hauptquellen. Der resultierende Energiebetrag aus zugesetztem Zucker liegt zwischen 1-2 % (Perrar, 2020):



**Figure 1.** Percentages of FS intake from food groups, stratified by time period (1985-1995, 1996-2005, 2006-2016)

## 17. Zuckerreduktion ist schwierig

Jede Veränderung der Zuckerkomposition beeinflusst das Süßprofil sowie die Struktur und führt zu signifikanten Produktveränderungen. Dieses verdeutlicht, dass einem Produkt nicht einfach weniger Zucker hinzugefügt werden kann, sondern dass Rezepturveränderungen mit großen Herausforderungen verbunden sind. Die Produktqualität und Verbraucherakzeptanz/Nachfrage sind hierbei essentiell.

Erfahrungen aus der Praxis zeigen, dass schon geringe Zuckerreduktion von 0,5-1 % Gesamtzucker bei Fruchtojoghurt zu einer signifikanten Abnahme der Gesamtakzeptanz führen kann. Ursächlich hierfür sind Abwertungen der Merkmale Fruchtigkeit und Geschmacksintensität. Die Auswahl sehr reifer Fruchtqualitäten oder Anpassung von Aromatisierungen können hier nötig sein. Durch Auswahl entsprechender Joghurtkulturen kann mit milden Kulturen mit wenig Nachsäuerungsverhalten Zucker eingespart und trotzdem ein ausbalanciertes Säure-Süße-Verhältnis erzielt werden. Mit Hilfe funktionaler und wenig zuckerenthaltender Proteine können gute Texturen hergestellt werden. Die Abstimmung von Prozess- und Abfülltechnologien ermöglicht cremige und vollmundige Erzeugnisse bei reduzierter Trockenmasse und Zuckergehalten.

Der Einsatz von Süßungsmitteln ist ebenfalls möglich. So führt die Kombination verschiedener Süßstoffe und Zuckeralkohole zu wohlschmeckenden Ergebnissen. Jedoch müssen die Süßungsmittel deklariert werden.

Hinzu kommen wissenschaftliche Studien, die zeigen, dass der Verzehr von Joghurt inklusive von solchem mit Zuckerzusatz, einen neutralen oder senkenden Effekt auf das Körpergewicht hat (Anlage EDA, 2018). Eine aktuelle Studie konnte zudem

keinen Zusammenhang zwischen der Aufnahme an freien Zuckern und dem Körpergewicht von Kindern und Jugendlichen zeigen (Wong, 2018).

Eine französische Studie zeigt, dass der Verbraucher selbst einen Joghurt ohne beigegebene Lebensmittel stärker süßt, als es in einem Fertigerzeugnis der Fall ist (Saint-Eve, 2016). Auch dieses zeigt die Grenzen des Machbaren.

## **18. Kommunikation: Informationsvielfalt für Kinder und Erwachsene**

Gerade im Milchsektor wird laufend sehr breit zum Thema Ernährung berichtet. Diese Informationen kommen von Unternehmen, dem MIV und den zahlreichen regionalen Stellen, wie z. B. den Landesvereinigungen. Darüber hinaus sind u. a. als Quellen zu nennen BMEL, MRI, BZfE (Anlage Kommunikation). Verbrauchern werden Broschüren, Internetseiten und Weiterbildungsveranstaltungen angeboten. Kinder und Jugendliche sind dabei eine besondere Zielgruppe mit Blick auf eine ausgewogene Ernährung. Nur ausreichende Kenntnisse im Bereich Ernährung ermöglichen eine eigenverantwortliche Entscheidung und Wahl der Produkte. Der verantwortungsvolle Konsum – bei Kindern unter der Kontrolle der Eltern – muss das Ziel sein. Das breite und stetig wachsende Angebot an Rezepten gibt dem Verbraucher Anregungen für die Zubereitung der Speisen.

## **19. Aus- und Weiterbildung in der Milchindustrie**

In der Milchindustrie wird sehr viel Wert auf eine breite Aus- und Weiterbildung gelegt. Die milchwirtschaftlichen Berufe umfassen die Tätigkeit als Milchtechnologe/in, Milchwirtschaftlichen Laborant/in sowie das Studium zum Bachelor of Engineering (Fachrichtung Milch). Wichtig sind hier Kenntnisse in Naturwissenschaften, Ernährung, Milchtechnologie und Lebensmittelhygiene. Die Absolventen sind später auch in die Entwicklung von Produkten eingebunden. Vielfältige Möglichkeiten der Fortbildung werden angeboten, u. a. von der Deutschen Molkerei Akademie (siehe Homepage des ZDM, <https://www.zdm-ev.de/>) und spezifische Angebote an den milchwirtschaftlichen Lehr- und Untersuchungsanstalten.



© Robert Kneschke / Fotolia

## **20. Vielfalt bei Milch: der Verbraucher wählt aus**

Das Angebot an Milcherzeugnissen ist breit gefächert, so dass jeder Konsument entsprechend seiner Bedürfnisse seine individuelle Auswahl treffen kann. Hierbei kann er sich leicht über das Zutatenverzeichnis und die Nährwerttabelle direkt auf der Verpackung klar informieren.

Dabei passt die Milchindustrie ihre Produkte nach den Wünschen, inkl. Geschmack sowie Textur, und dem Bedarf der Konsumenten an. Produktanpassungen erfolgen bei Produkten, die bereits auf dem Markt sind, und bei neuen Erzeugnissen. Dies haben die Unternehmen auch für die Zukunft vorgesehen.

Milch und die Vielzahl der daraus hergestellten Produkte sind ideale Lebensmittel mit hohem ernährungsphysiologischem Wert. Sie gehören zu den gut verfügbaren und vielseitigen Grundnahrungsmitteln und sind ein wertvoller Bestandteil unserer Ernährung und Esskultur. Sie liefern wichtige Nährstoffe, wie Protein, Calcium und Vitamin B<sub>2</sub> oder B<sub>12</sub>.

Milchprodukte sind sicher und gesund, sie entsprechen den gesetzlichen Normen. Letztendlich entscheidet die Verbraucherakzeptanz, ob ein Produkt auf dem Markt erfolgreich ist und in den Regalen des Lebensmitteleinzelhandels zu finden ist.

gez. Dr. Gisela Runge  
*Geschäftsführende Wissenschaftliche Leiterin*

**Fotos:**

Titel: Milchindustrie-Verband e.V.

- 1: Heorshe – stock.adobe.com
- 2: Kadmy – stock.adobe.com
- 3: Syda Productions – stock.adobe.com
- 4: bit24 – stock.adobe.com
- 5: science photo / Fotolia
- 6: Anna Puzatykh – stock.adobe.com
- 7: Robert Kneschke / Fotolia

**Copyright:**

Alle Rechte an dieser Dokumentation liegen beim Milchindustrie-Verband e.V.. Eine eventuelle Entnahme von Inhalten ist nur mit schriftlicher Genehmigung möglich. Diese ist beim Milchindustrie-Verband e.V. zu erfragen.

## Quellen:

- BMEL Homepage (Stand 07.08.19) „Milch: Gesunde Vielfalt mit hoher Qualität“ <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/gesunde-ernaehrung/milch-zusammenfassung.html>
- DiE Schwingshackl et al., 2016, Consumption of Dairy Products in Relation to Changes in Anthropometric Variables in Adult Populations: A Systematic Review and Meta- Analysis of Cohort Studies, Plos One 06/2016
- IDF, 2017, The importance of salt in the manufacturing and ripening of cheese, IDF Factsheet 001/2017-03
- KErn, 2015, Freispruch für die Milch! Ein Überblick über die aktuelle wissenschaftliche Literatur
- MRI, 2008, Nationale Verzehrsstudie II (NVS II), Ergebnisbericht Teil 2, Max Rubner-Institut
- MRI, 2014, Ernährungsphysiologische Bewertung von Milch und Milchprodukten und ihren Inhaltsstoffen, Max Rubner-Institut
- MRI, 2016, Reformulierung von verarbeiteten Lebensmitteln-Bewertungen und Empfehlungen zur Reduktion des Zuckergehaltes, Max Rubner-Institut
- MRI, 2016, Reformulierung – Häufig im Lebensmitteleinzelhandel gekaufte industriell vorgefertigte Produkte und ihre Energie- und Nährstoffgehalte, insbesondere Fett, Zucker und Salz, Max Rubner-Institut
- MRI, 2020 Demuth et al., Ergebnisbericht Produktmonitoring 2019, Version 2.0. Max Rubner-Institut
- MRI, 2020, Bericht: Maßnahmen zur Reduktion von Salz, Zucker und Fetten in Lebensmitteln in der EU, Max Rubner-Institut ,14.04.2020
- Perrar et al., 2020, Time and Age Trends in Free Sugar Intake from Food, Groups among Children and Adolescents between 1985 and 2016, Nutrients 2020, 12, 20
- Pfeuffer, Watzl, 2018: Gesundheitliche Bewertung von Milch und Milchprodukten, ErnährungsUmschau Nr. 2/2018
- Saint-Eve et al., 2016, How much sugar do consumers add to plain yogurts? Insights from a study examining French consumer behavior and self-reported habits. Appetite 2016 Apr; 99:277–84
- Stehle, 2017, Reformulierung von Rezepten in der Lebensmittelproduktion - eine sinnvolle Maßnahme zur Verbesserung des Ernährungsstatus?, Vortrag beim 43. Wissenschaftlichen Beirates des Milchindustrie-Verbandes e.V.
- WHO, 2018, Factsheet COSI Childhood Obesity Surveillance Initiative, Highlights 2015-2017
- Wong et al., 2018, The direct and indirect associations of usual free sugar intake on BMI z-scores of Australian children and adolescents, Eur J Clin Nutr, 2018 Mar 28
- ZMB, 2019, ZMB Jahrbuch Milch

## Anlagen:

- MIV-Branchenvereinbarung 2019
- MIV-Forschungsprojekte: Übersicht Forschungsprojekte zu Produktinnovationen
- Kommunikation: Maßnahmen zur Ernährungsbildung und Kommunikation
- Beispiele Vielfalt / Produktinnovationen
- Beispiele Verpackungsgrößen
- EDA, 2018, Fact sheet Sugar in Dairy products, European Dairy Association