

# NATIONALE REDUKTIONS- UND INNOVATIONSSTRATEGIE: MEHR TEMPO UND STRENGERE VORGABEN FÜR PRODUKTE MIT KINDER-OPTIK GEFORDERT

Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbands zu den Zwischenergebnissen des Monitorings der Nationalen Reduktionsstrategie für Zucker, Fette und Salz des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft

8. April 2020

## **Impressum**

*Verbraucherzentrale*

*Bundesverband e.V.*

*Team*

*Lebensmittel*

*Rudi-Dutschke-Straße 17*

*10969 Berlin*

*Lebensmittel@vzbv.de*

# INHALT

|   |          |
|---|----------|
| <b>I. ZUSAMMENFASSUNG</b>   | <b>3</b> |
| <b>II. DIE FORDERUNGEN IM EINZELNEN</b>   | <b>4</b> |
| 1.1 Flächendeckende und verbindliche Verbesserung der Nährwertqualität des Lebensmittelangebots .....     | 4        |
| 1.2 Erweiterung des Produktmonitorings und der relevanten Produktgruppen .....                            | 5        |
| 1.3 Gesetzlich verbindliche Vorgaben für Zusammensetzung und Nährwerte von Produkten mit Kinderoptik..... | 6        |
| 1.4 Transparente und verbraucherfreundliche Kommunikation und Darstellung der Reduktionsmaßnahmen.....    | 7        |
| 1.5 Mehr Tempo und Sanktionsmöglichkeiten bei Verfehlen der Ziele .....                                   | 8        |

# I. ZUSAMMENFASSUNG

Die Bundesregierung hat in ihrem Koalitionsvertrag eine Nationale Reduktionsstrategie für weniger Zucker, Fett und Salz in verarbeiteten Lebensmitteln vereinbart. Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) trat dazu mit allen beteiligten Gruppen in den Dialog und die Lebensmittelbranche erarbeitete Reduktionsziele für bestimmte Produktgruppen. Zum Beispiel sollen Frühstückscerealien für Kinder mindestens 20 Prozent und Erfrischungsgetränke 15 Prozent weniger Zucker enthalten. Bei gesüßten Milchprodukten mit Kinderoptik soll der Gesamtzuckergehalt im Median um 15 Prozent gesenkt werden. Der durchschnittliche Salzgehalt bei Tiefkühlpizza soll auf 1,25 Gramm pro 100 Gramm beschränkt werden<sup>1</sup>.

Diese freiwilligen Selbstverpflichtungen der Branchenverbände der Industrie sind Teil der Nationalen Innovations- und Reduktionsstrategie (NRI) für Lebensmittel. Sie wurde im Dezember 2018 vom Kabinett beschlossen und gilt bis zum Jahr 2025.

Ein Gremium, in dem auch der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) Mitglied ist, begleitet die Strategie. Das Max Rubner-Institut (MRI) führt zusätzlich ein Produktmonitoring durch. Das Produktmonitoring zeigt, ob und wie sich die Zucker-, Fett-, Salz- oder Energiegehalte von Lebensmitteln in bestimmten Produktgruppen und im Zeitverlauf verändert haben. Veröffentlicht werden keine produktgenauen Daten, sondern nur Daten auf Produktgruppenebene. Am 01.04.2020 veröffentlichte das MRI einen Zwischenbericht zu den Ergebnissen des Produktmonitorings<sup>2</sup>. Der Bericht umfasst Milchprodukte, Erfrischungsgetränke, Frühstückscerealien und Tiefkühl-Pizzen.

Erstmalig untersuchte das MRI die Marktrelevanz von Produkten, das heißt es wurden die Produkte betrachtet, die mengenmäßig am meisten von Verbraucherinnen und Verbrauchern<sup>3</sup> gekauft werden. Damit sollen Rückschlüsse gezogen werden, ob zum Beispiel ernährungsphysiologisch günstigere Lebensmittel nachgefragt werden. Laut MRI werden zum Beispiel verstärkt Pizzen mit einem geringen Salzgehalt oder zuckerärmere Quarkzubereitungen mit Kinderoptik gekauft. Bei Joghurt mit Kinderoptik oder auch bei Eistee („Teekaltgetränke“) werden jedoch verstärkt die zuckerreicheren Produkte nachgefragt.

Ebenfalls neu ist die Betrachtung der Zutatenlisten bei Produkten mit Kinderoptik und Erfrischungsgetränken, so kann der Einsatz von Süßstoffen verfolgt werden.

Der MRI-Bericht verzeichnet zum Beispiel Verringerungen des Zuckergehaltes bei allen untersuchten Produktgruppen, hinsichtlich des absoluten Reduktionsergebnisses fallen sie jedoch gering aus. Bei genauerem Hinsehen zeigt sich, dass zum Beispiel Joghurts mit Kinderoptik trotz erfolgter Reduktion immer noch höhere Zuckergehalte aufweisen

---

<sup>1</sup> Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL): Die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie: Weniger Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten, 2020, [https://www.bmel.de/DE/Ernaehrung/\\_Texte/ReduktionsstrategieZuckerSalzFette.html](https://www.bmel.de/DE/Ernaehrung/_Texte/ReduktionsstrategieZuckerSalzFette.html), 08.04.2020

<sup>2</sup> Max Rubner-Institut (MRI): Ergebnisbericht Produktmonitoring 2019, 2020, [https://www.mri.bund.de/fileadmin/MRI/Institute/EV/Produktmonitoring2019\\_Ergebnisbericht\\_final.pdf](https://www.mri.bund.de/fileadmin/MRI/Institute/EV/Produktmonitoring2019_Ergebnisbericht_final.pdf), 08.04.2020 und Max Rubner Institut (MRI): Pressemitteilung: Signifikante Änderungen bei Zucker und Energie, nicht bei Salz, 2020, [https://www.mri.bund.de/de/aktuelles/meldungen/meldungen-einzelansicht/?tx\\_news\\_pi1%5Bnews%5D=329&cHash=6b281ced5d10e7080e0723b4f930ebd3](https://www.mri.bund.de/de/aktuelles/meldungen/meldungen-einzelansicht/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=329&cHash=6b281ced5d10e7080e0723b4f930ebd3), 08.04.2020

<sup>3</sup> Die im weiteren Text gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf Personen aller Geschlechter. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Mehrfachbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

als die meisten Joghurts ohne Kinderoptik. Auch Cornflakes mit Kinderoptik haben höhere Zuckergehalte als Cornflakes ohne Kinderoptik. Bei den Erfrischungsgetränken zeigt sich, dass eine Zuckerreduktion bei Getränken mit Kinderoptik vorhanden ist, bei einem Viertel dieser Getränke befinden sich allerdings auch Süßstoffe in der Zutatenliste. Jedoch ging der Zuckeranteil bei den Limonaden und Cola/Cola-Mischgetränken um gerade einmal 0,2 Gramm pro 100 Milliliter zurück. Bei der Kategorie Fertigpizza konnte keine signifikante Reduktion des Salzgehaltes verzeichnet werden.

Das MRI fand heraus, dass eine Verringerung des Zuckergehalts nicht immer auch mit einer Verringerung des Energiegehalts einhergeht. Sofern sich jedoch die Nährwertqualität des Lebensmittels dabei insgesamt verbessert, also beispielsweise Zucker durch Vollkorngetreide ersetzt wird, ist das aus Sicht des vzbv dennoch als Fortschritt zu werten. Bei welchen Produkten dies konkret der Fall ist, geht aus dem anonymisierten Monitoring des MRI allerdings nicht hervor.

Laut MRI weisen die Ergebnisse darauf hin, dass sich bei vielen Produktgruppen das Produktspektrum in Richtung zucker- und energieärmerer Produkte ausgeweitet hat, aber gerade die häufig gekauften Produkte teilweise im oberen Bereich der Zucker- und Energiegehalte liegen.

Aus Sicht des vzbv zeigt die Reduktionsstrategie noch keine überzeugenden Erfolge. Zwar ist der Zuckergehalt in einigen Produktgruppen zurückgegangen, allerdings enthalten besonders Frühstückscerealien und Milchprodukte, die sich an Kinder richten sowie zuckergesüßte Erfrischungsgetränke, noch zu viel Zucker. Der Salzgehalt von Fertigpizzen hat sich überhaupt nicht verändert. Aus Sicht des vzbv besteht weiterer Handlungsbedarf.

### **Der vzbv fordert:**

- ❖ Flächendeckende und verbindliche Verbesserung der Nährwertqualität des Lebensmittelangebots
- ❖ Erweiterung des Produktmonitorings und der relevanten Produktgruppen
- ❖ Gesetzlich verbindliche Vorgaben für Zusammensetzung und Nährwerte von Produkten mit Kinderoptik
- ❖ Transparente und verbraucherfreundliche Kommunikation und Darstellung der Reduktionsmaßnahmen
- ❖ Mehr Tempo und Sanktionsmöglichkeiten bei Verfehlen der Ziele

## **II. DIE FORDERUNGEN IM EINZELNEN**

### **1.1 Flächendeckende und verbindliche Verbesserung der Nährwertqualität des Lebensmittelangebots**

Der vzbv hat von Beginn mehr Verbindlichkeit für eine Teilnahme an der Reduktionsstrategie und beim Abschluss konkreter branchenbezogener Prozess- und Zielvereinbarungen gefordert. Um eine flächendeckende Verbesserung des Nährwertprofils und

der Zusammensetzung von Lebensmitteln zu erreichen, müssen alle Lebensmittelhersteller an der Reduktionsstrategie teilnehmen. Verbraucher müssen die Chance haben, sich für ernährungsphysiologisch ausgewogene Lebensmittel zu entscheiden.

Der Bericht des MRI zeigt, dass sich das Produktspektrum in Richtung zucker- und energieärmerer Produkte ausgeweitet hat. Das MRI folgert, dass es größere Wahlmöglichkeiten für Verbraucher gibt, ernährungsphysiologisch günstigere Produkte zu kaufen. Teilweise zeigt sich jedoch auch, dass gerade die häufig gekauften Produkte sehr viel Zucker enthalten. Zum Beispiel wählen die Verbraucher bei Quarkzubereitungen mit Kinderoptik eher die zuckerärmere Variante, bei Joghurtzubereitungen mit Kinderoptik jedoch nicht.

Für den vzbv ist daher eine grundsätzliche Verbesserung des Lebensmittelangebots und nicht nur eine Ausweitung der Produktpalette geboten. Eine Zuckerreduktion darf nicht nur im Sinne eines Durchschnittswertes für das Gesamtsortiment erreicht werden, sondern muss sich in den Einzelprodukten niederschlagen, besonders in jenen, die häufig gekauft werden.

Der vzbv hält die Verbesserung von am Markt vorhandener Lebensmittel für sehr wichtig. Das heißt, dass die Rezeptur der Lebensmittel verbessert und nicht die Komplexität der Lebensmittel erhöht wird. Es ist nicht akzeptabel, Zucker, Fett oder Salz durch neuartige (Zusatz-)Stoffe zu ersetzen, die möglicherweise andere Gesundheitsrisiken bergen. Bei der Entwicklung innovativer Herstellungsverfahren oder dem Einsatz neuartiger Stoffe müssen damit einhergehende mögliche gesundheitliche Auswirkungen auf Verbraucher streng geprüft werden.

### **VZBV-FORDERUNG**

Der vzbv fordert eine flächendeckende und verbindliche Verbesserung der Nährwertqualität des Lebensmittelangebots. Diese soll zum einen erreicht werden, indem die Gesamtheit der Lebensmittelhersteller an der Reduktionsstrategie teilnimmt. Zum anderen sollte die Reduktion von Zucker, Salz und Fett nicht zu einem vermehrten Einsatz von Zusatzstoffen führen. Ersatzstoffe und Herstellungsverfahren müssen hinsichtlich möglicher gesundheitlicher Auswirkungen auf Verbraucher streng geprüft werden.

## **1.2 Erweiterung des Produktmonitorings und der relevanten Produktgruppen**

Der vzbv begrüßt, dass das Produktmonitoring bei der aktuellen Erhebung bei Produkten mit Kinderoptik und bei Erfrischungsgetränken die Zutatenlisten erfasst, um beispielsweise den Einsatz von Süßstoffen zu untersuchen. Aus Sicht des vzbv sollte der süße Geschmack sukzessive durch weniger Zucker erreicht werden und nicht durch den Einsatz von Süßstoffen künstlich hochgehalten werden. Gerade auch bei Lebensmitteln mit Kinderoptik sollte ein Einsatz von Süßstoffen unterbleiben, um nicht schon die Jüngsten an einen zu süßen Geschmack zu gewöhnen.

Darüber hinaus fordert der vzbv, die Kriterien des Produktmonitorings grundsätzlich zu erweitern, da es ein einheitliches und vollumfängliches Produktmonitoring braucht. Neben einer Betrachtung der Energie- und Nährwerte müssen zum Beispiel auch Zutaten, 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.

Zudem unterstützt der vzbv die Überlegungen<sup>4</sup> des MRI aus dem Jahr 2019, weitere Produktgruppen in das Produktmonitoring aufzunehmen, zum Beispiel Kinderfertig- mahlzeiten, an Kinder gerichtete Quetschprodukte, Brot und Kleingebäck, Fleisch und -erzeugnisse oder Müsli-, Frucht- und Nussriegel oder auch ausgewählte Produktunter- gruppen von Süßwaren, Desserts und feinen Backwaren. Das Begleitgremium sollte weiterhin in diese Überlegungen einbezogen werden.

### VZBV-FORDERUNG

Der vzbv fordert, nicht nur die Energie- und Nährstoffgehalte der Lebensmittel und bei Lebensmitteln mit Kinderoptik, die Zutaten zu betrachten. Um ein umfassendes Bild der Veränderungen zeichnen zu können, müssen ebenfalls die Zutaten inklu- sive Süßstoffeinsatz, Preise sowie Kennzeichnungselemente aller Lebensmittel er- fasst werden. Nur so können unter Umständen ungünstige Ausweichreaktionen in der Zusammensetzung von Lebensmitteln im Rahmen des Reduktionsprozesses er- kannt werden.

Der vzbv begrüßt die Überlegungen des MRI zur Ausweitung des Produktmonito- rings auf weitere Produktgruppen und fordert die Diskussion dazu im Begleitgre- mium fortzusetzen.

## 1.3 Gesetzlich verbindliche Vorgaben für Zusammensetzung und Nährwerte von Produkten mit Kinderoptik

Lebensmittel für Kinder und Jugendliche sind ein Fokus der Reduktionsstrategie. Das begrüßt der vzbv, denn verletzte Verbrauchergruppen wie Kinder und Jugendliche müssen besonders geschützt werden.

Die Ergebnisse des Produktmonitorings zeigen, dass es teilweise positive Veränderun- gen bei den Zuckergehalten bestimmter Lebensmittel gibt, die sich an Kinder richten. So verzeichnen Quarkzubereitungen, signifikante Reduktionen.

Es wird jedoch auch deutlich, dass Produkte, die sich an Kinder richten, häufig immer noch zu den zuckerreichsten innerhalb der jeweiligen Produktgruppe zählen. Für Corn- flakes mit Kinderoptik etwa zeigt sich ein im Median mehr als viermal so hoher Zucker- gehalt als bei anderen Cornflakes. Der MRI-Bericht zeigt, dass sich die obere Hälfte der Produkte im „zuckerreicheren“ Bereich bewegt. Bei „knusprigen Getreideerzeugnis- sen Schoko“ mit Kinderoptik ist eine statistisch signifikante Reduktion des Zuckerge- halts um 17 Prozent zu verzeichnen. Dennoch enthalten diese Produkte laut Bericht im Median noch rund 24 Gramm Zucker pro 100 Gramm Produkt. „Knusprige Getreideer- zeugnisse Honig“, die sich an Kinder richten, enthalten im Median 32 Gramm Zucker pro 100 Gramm Produkt und weisen damit den höchsten Zuckergehalt aller Frühstückscerealien auf. Für diese Produkte konnte keine Veränderung der Zucker- und Energiegehalte festgestellt werden. Zum Vergleich, die Nährwertkriterien der Welt- gesundheitsorganisation empfehlen für Frühstückscerealien einen Grenzwert von 15 Gramm Zucker pro 100 Gramm. Dieser Wert wird aktuell um Längen verfehlt.

Ebenso liegen Joghurts mit Kinderoptik trotz erfolgter Reduktion mit einem medianen Zuckergehalt von knapp 14 Gramm pro 100 Gramm Produkt immer noch über den Zu- ckergehalten der meisten anderen Joghurtzubereitungen, die nicht für Kinder beworben

<sup>4</sup> Max Rubner-Institut (MRI): Konzept: Produktmonitoring-Folgeerhebung 2019, 2019, [https://www.mri.bund.de/fileadmin/MRI/Veroeffentlichungen/191219\\_MRI\\_Produktmonitoring\\_Konzept\\_\\_002\\_.pdf](https://www.mri.bund.de/fileadmin/MRI/Veroeffentlichungen/191219_MRI_Produktmonitoring_Konzept__002_.pdf), 08.04.2020

werden. Die Nährwertkriterien der Weltgesundheitsorganisation (WHO) sehen im Vergleich dazu für Joghurts Grenzwerte von 10 Gramm Zucker pro 100 Gramm Produkt vor.

Bei den Erfrischungsgetränken zeigt sich zwar, dass eine Zuckerreduktion bei Getränken mit Kinderoptik vorhanden ist. Jedoch ging der Zuckeranteil bei der Gesamtkategorie Erfrischungsgetränke um gerade einmal 0,2 Gramm pro 100 Milliliter zurück. Bei einem Viertel der Getränke mit Kinderoptik sind Süßstoffe eingesetzt.

Bei der Kategorie Tiefkühl-Pizza findet keine Unterteilung in Lebensmittel mit Kinderoptik statt. Die Ergebnisse des MRI zeigen keine signifikanten Verringerungen des Salzgehalts. Jedoch sieht das MRI, durch die teilweise sehr großen Spannweiten der Salzgehalte innerhalb der Produktuntergruppen, durchaus Reduktionspotenzial.

Die Ergebnisse zeigen, dass freiwillige Selbstverpflichtungen der Lebensmittelunternehmen für den Fall der Lebensmittel mit Kinderoptik bislang im Kampf gegen viel zu süße, salzige und fettige Lebensmittel nicht ausreichend sind. Eine aktuelle Studie<sup>5</sup> des AOK-Bundesverbands zeigt, dass 99 Prozent der an Kinder vermarkteten Frühstückscerealien nicht den WHO-Nährwertkriterien entsprechen.

Das Problem überzuckerter Frühstücksflocken ist bereits seit vielen Jahren bekannt. Laut einer aktuellen Umfrage von KantarEmnid im Auftrag des vzbv<sup>6</sup> 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 endlich handeln, um die Gesundheit von Kindern ausreichend zu schützen. Lebensmittel für sie müssen umfassender und strenger gesetzlich geregelt werden. Die Nährwertkriterien der WHO<sup>7</sup> für an Kinder vermarktete Lebensmittel müssen endlich verpflichtend eingeführt werden. Freiwillige Reduktionsschritte, welche die Lebensmittelindustrie selbst bestimmen kann, sind hierbei keine gute Lösung.

### **VZBV-FORDERUNG**

Der vzbv fordert die Bundesregierung auf, gesetzliche Regelungen für Lebensmittel mit Kinderoptik einzuführen. Sie sollten zwingend den Nährwertkriterien der Weltgesundheitsorganisation entsprechen oder ansonsten nicht an Kinder vermarktet werden. Das betrifft neben Verpackungsgestaltung auch Werbe- und Promotionsmaßnahmen.

## **1.4 Transparente und verbraucherfreundliche Kommunikation und Darstellung der Reduktionsmaßnahmen**

Das Produktmonitoring des MRI ist hilfreich, um zu zeigen, wie sich die Gehalte von Zucker, Fett oder Salz auf Produktgruppenebene ändern. Darüber wie sich ein bestimmtes Produkt konkret ändert, sagt das Monitoring nichts aus.

<sup>5</sup> AOK-Bundesverband: AOK-Cerealienstudie: 99 Prozent der gekauften Kinderprodukte entsprechen nicht der WHO-Norm, 2020, [https://www.aok-bv.de/presse/pressemitteilungen/2020/index\\_23416.html](https://www.aok-bv.de/presse/pressemitteilungen/2020/index_23416.html), 08.04.2020

<sup>6</sup> vzbv: Pressemeldung: Ungesunde Lebensmittel nicht an Kinder vermarkten, 2020, <https://www.vzbv.de/pressemitteilung/ungesunde-lebensmittel-nicht-kinder-vermarkten>, 08.04.2020

<sup>7</sup> Weltgesundheitsorganisation (WHO): WHO Regional Office for Europe nutrient profile model, 2015, [http://www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0005/270716/Nutrient-children\\_web-new.pdf](http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0005/270716/Nutrient-children_web-new.pdf), 08.04.2020

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.

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 und verständlich erklärt werden. Informationen darüber, wie sich eine Reduktion am konkreten Produkt auswirkt, müssen für Verbraucher zentral verfügbar sein

### **VZBV-FORDERUNG**

Der vzbv fordert, dass Verbraucher durch Transparenz und ehrliche Kommunikation über den Prozess informiert werden. Dazu gehört, eine dringend notwendige und produktgenaue Transparenz über die Veränderungen am realen Produkt.

## **1.5 Mehr Tempo und Sanktionsmöglichkeiten bei Verfehlen der Ziele**

Die Reduktionsstrategie setzt auf eine freiwillige Beteiligung der Unternehmen. Der vzbv sieht freiwillige Selbstverpflichtungen grundsätzlich kritisch, hat sich dennoch entschieden, dem freiwilligen Ansatz in diesem Fall eine Chance zu geben, damit es endlich vorangeht. 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 verbindliche 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 muss mit Konsequenzen für die jeweiligen Unternehmen einhergehen. Dafür fehlen konkrete Vorgaben. Die Bundesregierung 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.

Es ist richtig, dass die Ernährungsindustrie die Zucker-, Salz- und Fettreduktion schrittweise vornimmt, damit Verbraucher sich an den neuen Geschmack gewöhnen können. Allerdings muss das BMEL für mehr Tempo bei der Reduktion sorgen. Ziel sollte sein, den Zuckergehalt nach und nach zu verringern, um so auch das Geschmacksempfinden entsprechend zu gewöhnen. Reformulierungen sollten grundsätzlich dazu führen, dass keine übersüßten Lebensmittel angeboten werden, die die Geschmacksausprägung der Verbraucher nach süß schmeckenden Lebensmitteln erhöht, wie es zum Beispiel durch den Einsatz von Süßstoffen oder Zuckeraustauschstoffen statt Zucker geschieht.

### **VZBV-FORDERUNG**

Der vzbv fordert, dass die Bundesregierung festlegt, welche Konsequenzen es hat, wenn Unternehmen Ziele nicht erreichen.