

NÄHRWERT- INFORMATIONEN		100g
Energie		344 kcal 1462 kJ
Pflanzliches Protein		12,1 g
Kohlenhydrate		70,5 g
davon Zucker		1,6 g
Fett		14 g
davon gesättigte Fettsäuren		0,7 g
Ballaststoffe		6,1 g
Natrium		
Niacin		
Phosphor		

## Reformulierung

Häufig im Lebensmitteleinzelhandel gekaufte industriell vorgefertigte Produkte und ihre Energie- und Nährwertgehalte, insbesondere Fett, Zucker und Salz

# Häufig im Lebensmitteleinzelhandel gekaufte industriell vorgefertigte Produkte und ihre Energie- und Nährwertgehalte, insbesondere Fett, Zucker und Salz

Max Rubner-Institut (MRI)

Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel

Institut für Ernährungsverhalten

November 2016

Redaktionell überarbeitet: November 2017

Dr. Cornelia Pfau  
Martina Ehnle-Lossos  
Eva Goos-Balling  
Irmela Demuth  
Dr. Maria Gose

Recherche und Dateneingabe der Energie- und Nährwerte: Melanie Apel, Annette Hofmann, Judith Kuchenbecker, Claudia Lang, Katrin Pfeiffer, Andrea Schmid, Michaela Vaas, Renate Wagner, Germaine Wenzler

## Inhaltsverzeichnis

<b>1 Überblick über die Berichtsinhalte und Berichtsergebnisse .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Einleitung und Zielsetzung.....</b>	<b>11</b>
<b>3 Methode .....</b>	<b>11</b>
3.1 Definitionen .....	11
3.2 Datenbeschaffung zur Feststellung der Bedeutung industriell vorgefertigter Produkte für den privaten Haushalt .....	12
3.2.1 Beschaffung von Daten durch den Ankauf von Paneldaten der Gesellschaft für Konsumforschung in Nürnberg (GfK) .....	12
3.2.2 Beschaffung von Daten durch Kauf einer Zugangslizenz beim Statistikportal „Statista“ sowie aus der Literatur.....	14
3.3 Bereitstellung von Energie- und Nährwertdaten („Big 7“) und Aufbau der entsprechenden Datenbank .....	14
3.3.1 Felderhebung.....	15
3.3.2 Anfragen bei Unternehmen .....	15
3.3.3 Erstellen der Datenbank.....	15
<b>4 Ergebnisse.....</b>	<b>17</b>
4.1 Überblick über häufig gekaufte industriell vorgefertigte Produkte .....	17
4.2 Ergebnisse nach Produktgruppen .....	20
4.2.1 Suppen .....	21
4.2.2 Brühen .....	22
4.2.3 Soßen .....	24
4.2.4 Fleisch und Fleischerzeugnisse .....	26
4.2.5 Fisch/Meeresfrüchte.....	33
4.2.6 Eintöpfe.....	35
4.2.7 Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte .....	38
4.2.8 Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel.....	40
4.2.9 Kartoffeln.....	42
4.2.10 Obst .....	44
4.2.11 Getreide .....	46
4.2.12 Frühstückscerealien/Müsli.....	49
4.2.13 Backwaren einschließlich Brot und Brötchen.....	51
4.2.14 Knabberartikel aus verschiedenen LM-Gruppen.....	58
4.2.15 Desserts.....	61
4.2.16 Brotaufstriche .....	63
4.2.17 Milchprodukte.....	65
4.2.18 Süßwaren.....	70
<b>5 Literatur .....</b>	<b>74</b>
<b>6 Anhang.....</b>	<b>VIII</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Käuferreichweite als prozentualer Anteil der Haushalte an allen 39,372 Mio. Haushalten, der das Produkt mindestens einmal im Jahr 2015 gekauft hat .....	17
Abbildung 2: Anzahl im Jahr 2015 gekaufter Packs industriell vorgefertigter Produkte nach Produktgruppen in Millionen .....	18
Abbildung 3: Durchschnittliche Anzahl gekaufter Packs pro Käuferhaushalt im Jahr 2015 nach Produktgruppen.....	19
Abbildung 4: Durchschnittliche Anzahl gekaufter Packs pro Käuferhaushalt im Jahr 2015 in Abhängigkeit von der Lebensmittelgruppe sowie von der Zustandsform20	

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt.....	4
Tabelle 2: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Salzgehalt über 0,8 g Salz pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt.....	5
Tabelle 3: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g und der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt.....	7
Tabelle 4: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt .....	8
Tabelle 5: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt .....	9
Tabelle 6: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g, der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt .....	10
Tabelle 7: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Suppen nach Zustandsform (GfK) .....	21
Tabelle 8: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Suppen in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt ...	21
Tabelle 9: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Brühen nach Zustandsform (GfK) .....	22
Tabelle 10: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Brühen in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt ...	23
Tabelle 11: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Soßen nach Zustandsform (GfK) .....	24
Tabelle 12: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Soßen in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt ...	25

Tabelle 13:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Fleisch und Fleischerzeugnissen nach Zustandsform (GfK).....	27
Tabelle 14:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Fleisch und Fleischerzeugnissen in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt.....	28
Tabelle 15:	Angaben über die Einkaufsmenge (2014) vorverpackter Ware und Konserven [%] sowie zum Pro-Kopf-Konsum [kg] in Abhängigkeit von der Wurstsorte bei Fleisch- und Wurstwaren.....	30
Tabelle 16:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Wurstwaren in Abhängigkeit von der Wurstsorte pro 100 g verzehrfertigem Produkt.....	31
Tabelle 17:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Fisch/-erzeugnissen und Meeresfrüchten nach Zustandsform (GfK) .....	33
Tabelle 18:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Fisch/-erzeugnissen und Meeresfrüchten in Abhängigkeit der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt.....	34
Tabelle 19:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Eintöpfen nach Zustandsform (GfK).....	35
Tabelle 20:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Eintöpfen in Abhängigkeit der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt.....	36
Tabelle 21:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Gemüseprodukten nach Zustandsform (GfK).....	38
Tabelle 22:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Gemüseprodukten pro 100 g verzehrfertigem Produkt .....	39
Tabelle 23:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Ersatzprodukten für tierische Lebensmittel nach Zustandsform (GfK).....	40
Tabelle 24:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Ersatzprodukten für tierische Lebensmittel in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt.....	41
Tabelle 25:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Kartoffeln nach Zustandsform (GfK).....	42
Tabelle 26:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Kartoffeln in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt ...	43
Tabelle 27:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Obst nach Zustandsform (GfK) .....	44
Tabelle 28:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Obst in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt.....	45

Tabelle 29:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Getreideprodukten nach Zustandsform (GfK).....	46
Tabelle 30:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Getreideprodukten in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt ..	47
Tabelle 31:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Frühstückscerealien (GfK)	49
Tabelle 32:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Frühstückscerealien pro 100 g Packungsinhalt.....	50
Tabelle 33:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Backwaren süß + salzig, einschl. Aufbackwaren nach Zustandsform (GfK).....	51
Tabelle 34:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Backwaren süß nach Zustandsform (GfK).....	52
Tabelle 35:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Backwaren süß in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt ...	53
Tabelle 36:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Backwaren salzig (GfK).....	54
Tabelle 37:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Backwaren salzig in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt ...	55
Tabelle 38:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Brot in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt.....	57
Tabelle 39:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Knabberartikeln (GfK) .....	58
Tabelle 40:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Knabberartikeln in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt ...	58
Tabelle 41:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Desserts nach Zustandsform (GfK) .....	61
Tabelle 42:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Desserts in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt ...	62
Tabelle 43:	Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Brotaufstrichen nach Zustandsform (GfK).....	63
Tabelle 44:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Brotaufstrichen in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt ...	64
Tabelle 45:	Umsatz und Absatz von Fruchtjoghurt, Fruchtquark und Würzquark im Jahr 2015.....	65
Tabelle 46:	Pro-Kopf-Konsum von Fruchtjoghurt in kg von 2011 bis 2014.....	65
Tabelle 47:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von gekühltem Fruchtjoghurt, Fruchtquark und Würzquark pro 100 g verzehrfertigem Produkt .....	66

Tabelle 48:	Pro-Kopf-Konsum von Käse in kg in den Jahren 2010, 2012 und 2014.....	68
Tabelle 49:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Käse in Abhängigkeit der Käse-sorter pro 100 g verzehrfertigem Produkt.....	69
Tabelle 50:	Pro-Kopf-Konsum von Süßwaren in kg in Deutschland in 2013 und 2014.	70
Tabelle 51:	Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Süßwaren pro 100 g verzehrfertigem Produkt.....	70

## Anhangsverzeichnis

### Tabellen

Anh. Tab. 1:	Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt.....	VIII
Anh. Tab. 2:	Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Salzgehalt über 0,8 g Salz pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt.....	IX
Anh. Tab. 3:	Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g und der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt.....	XI
Anh. Tab. 4:	Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g und der mittlere Salzgehalt > 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt .....	XII
Anh. Tab. 5:	Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt .....	XIV
Anh. Tab. 6:	Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g, der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt....	XIV

### Abbildungen

Anh. Abb. 1:	Knorr, Cremesuppe von weißem & grünem Spargel, online verfügbar unter: <a href="http://www.knorr.de/produkt/detail/260228/knorr-feinschmecker-premium-cremesuppe-von-weissem-gruenem-spargel">http://www.knorr.de/produkt/detail/260228/knorr-feinschmecker-premium-cremesuppe-von-weissem-gruenem-spargel</a> , Zugriff 08.11.2016 .....	XV
Anh. Abb. 2:	Arche, Misosuppe mit Meeresgemüse, online verfügbar unter: <a href="http://www.arche-naturkueche.de/de/produkte/asiatische-spezialitaeten/suppen/misosuppe-mit-meeresgem%c3%bcse">http://www.arche-naturkueche.de/de/produkte/asiatische-spezialitaeten/suppen/misosuppe-mit-meeresgem%c3%bcse</a> , Zugriff 8.11.2016.....	XVI

## **Abkürzungsverzeichnis**

AZ	Aktenzeichen
BBQ	Barbecue
BDSI	Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie
BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BMJV	Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz
BOGK	Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie e.V.
BVDF	Bundesverband der Deutschen Fleischwarenindustrie e.V.
D-A-CH	Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Österreichische Gesellschaft für Ernährung, Schweizerische Gesellschaft für Ernährung & Schweizerische Vereinigung für Ernährung
DFV	Deutscher Fleischer-Verband
DGH	Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft e.V.
EAN	European Article Number
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
LEH	Lebensmitteleinzelhandel
LZ	Lebensmittelzeitung
MF	Meeresfrüchte
MRI	Max Rubner-Institut
MW	Mittelwert
TK	Tiefkühlkost
TP	Trockenprodukte
VuMa	Verbrauchs- und Medienanalyse
ZDB	Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V.

## 1 Überblick über die Berichtsinhalte und Berichtsergebnisse

Ziel dieses Berichtes ist die Bereitstellung von Daten, die zum einen Auskunft über häufig verzehrte bzw. ersatzweise über häufig eingekaufte industriell vorgefertigte Produkte<sup>1</sup> wichtiger Produktgruppen geben. Zum anderen sollten zu diesen Produkten Energie- und Nährwertangaben<sup>2</sup> ermittelt sowie die jeweiligen Spannbreiten der Energie- und Nährwerte, vor allem für Zucker-, Salz- und Fettgehalte angegeben werden.

Von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) wurden über ein Ausschreibungsverfahren Daten über die am häufigsten eingekauften industriell vorgefertigten Produkte nach verschiedenen Produktgruppen angekauft. Weitere Informationen stammen aus Literaturrecherchen und der Nutzung des Statistikportals „Statista“.

Die Energie- und Nährwertdaten der Produkte wurden über eine systematische Internet-Recherche erfasst, die ausschließlich auf Herstellerangaben beruht. Nicht im Internet recherchierbare Daten wurden über Felderhebungen (Verpackungsfotos, Sammlung von Verpackungen, usw.) und Unternehmensanfragen bezogen. Die erfassten Daten wurden dokumentiert und in eine Datenbank eingegeben, die zurzeit ca. 12.500 Produkte enthält.

### Aus welchen Produktgruppen stammen häufig gekaufte vorgefertigte Produkte?

Von über 90 % der privaten Haushalte in Deutschland wurden mindestens einmal im Jahr 2015 vorgefertigte Produkte und Erzeugnisse aus den Produktgruppen Soßen, Fleisch, Fisch/Meerestiere, Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte, Backwaren und Knabberartikel gekauft. Über 80 % bis 90 % der Haushalte kauften Produkte aus den Produktgruppen Kartoffeln, Obst, Getreide, Desserts und Brotaufstriche und über 50 % bis 70 % Produkte der Gruppen Suppen, Brühen, Eintöpfe, Frühstückscerealien/Müsli. Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel wurden nur von 19 % aller Haushalte erworben. Diese Käuferreichweite gibt jedoch keine Auskunft über die Anzahl der gekauften Einheiten bzw. Gebinde. Am häufigsten wurden vorgefertigte Produkte aus den Produktgruppen Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte, Backwaren, Fleisch- und Fleischerzeugnisse, gefolgt von Produkten der Gruppen Desserts, Knabberartikel und Soßen gekauft. Produkte der Gruppen Soßen und Fisch/Meeresfrüchte wurden zwar von vielen Haushalten gekauft, aber mit insgesamt weniger Packungen im Vergleich z. B. zu Backwaren.

### Was sagen die Fett-, Zucker- und Salzgehalte aus - sind sie zu relativieren?

Energie- und Nährwertgehalte werden in diesem Bericht in der Regel in g pro 100 g ausgewiesen. Bei der Beurteilung der Produkte in Bezug auf hohe Fett-, Zucker- und Salzgehalte sind deshalb noch folgende Faktoren zu berücksichtigen:

- Die jeweils üblichen verzehrten Portionsgrößen: Bei verschiedenen hochverarbeiteten Produkten sind zum einen die von den Herstellern angegebenen Portionsgrößen

---

<sup>1</sup> Ein vorgefertigtes, industriell hergestelltes Produkt besteht aus einem oder mehreren Lebensmitteln; dem Produkt sind mindestens Salz (auch Gewürze) und/oder Zucker und/oder Fett zugefügt. Es ist in verschiedenen Bearbeitungsstufen und in verschiedenen Zustandsformen im Lebensmitteleinzelhandel käuflich erwerblich und verfügt über einen EAN-Code.

<sup>2</sup> („Big 7“: Energie, Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Protein und Salz, die ab dem 13.12.2016 verbindlich auf jedem vorverpackten Produkt auszuweisen sind

kritisch zu hinterfragen. Zum andern sind sehr hoch erscheinende Gehalte hinsichtlich der Portionsgrößen zu überprüfen und zu relativieren, wenn eine Portionsgröße von 100 g unwahrscheinlich ist, z. B. bei Senf und bestimmten Würzsoßen.

- Bei der Sammlung und Auswertung der „Big 7“ lagen keine Rezepturen und in vielen Fällen auch nicht die Zutatenlisten vor. Deshalb ist zu beachten, dass der ausgewiesene Gehalt nicht nur auf die Zugabe von Fett, Zucker und Salz bei der Herstellung der Produkte zurückzuführen ist, sondern auch durch die in den Ausgangsprodukten enthaltenen Gehalte bedingt ist. Beispiele hierfür sind z. B. der natürliche Lactosegehalt von Milch, der Fettgehalt bestimmter Fleischteile oder der Zuckergehalt von Obst bei Obstkonserven oder von Tomaten bei Gemüse.
- Über alle Produktgruppen hinweg sind große Spannbreiten zwischen den Minimal- und Maximalwerten zu verzeichnen. Diese sind zum einen durch unterschiedliche Zutaten, zum andern durch unterschiedliche Herstellungsverfahren der verschiedenen Hersteller bedingt. Bei manchen Produktuntergruppen beruhen hohe Maximalwerte auf „Ausreißern“, das sind Produkte, die im Vergleich zu den anderen Produkten der Produktgruppen sehr hohe Gehalte an Fett/Zucker oder Salz aufweisen. Durch die Angabe der Mittelwerte können diese Ausreißer relativiert werden.
- Zu berücksichtigen ist ebenfalls, dass bei bestimmten Produkten gewisse Zucker- und Salzgehalte aus technologischen Gründen und zur Haltbarmachung erforderlich sind (z. B. bei der Herstellung von Konfitüren bzw. Wurst). Reduzierungen hätten evtl. die Zugabe von (unerwünschten) Konservierungsstoffen oder eine kürzere Haltbarkeit zur Folge.

#### Welche Produktgruppen weisen hohe Fett-, Zucker- und Salzgehalte auf?

Die nachfolgenden Ergebnisse wurden aus den differenziert im Ergebnisteil des Berichtes dargestellten Daten zusammengefasst, die Aussagen beziehen sich in erster Linie auf hochverarbeitete Produkte, vor allem auf verzehrfertige Speisen sowie Fertig- und Teilmfertiggerichte. In diesem Überblick werden die erfassten Produkte in 163 der insgesamt 167 im Bericht dargestellten Untergruppen zusammengefasst. Im Text sind in den Tabellen 1 bis 6 die Produktgruppen Käse, Süßwaren, Brot und Wurstwaren nicht ausgewiesen, sie sind in den Anhangstabellen (Anh. Tab. 1 bis Anh. Tab. 6) jedoch enthalten.

Die Gliederung der Produktuntergruppen für diese Zusammenfassung wurde mit Hilfe des Ordnungsmerkmals „Mittelwert“, d. h. nach der Höhe der durchschnittlichen Fett-, Zucker- und Salzgehalte erfassten Produkte<sup>3</sup> vorgenommen. Dabei konnten sechs Kategorien gebildet werden für Untergruppen:

- bei denen **nur** der Zuckergehalt über dem Mittelwert des Zuckergehalts (> 6,2 g/100 g) aller Produktgruppen liegt,

---

<sup>3</sup> Die verwendeten Mittelwerte sind **keine Festlegung** von ernährungsphysiologischen Grenzwerten für „hohe“ Gehalte; dies ist bei der Vielzahl der Produkte allein wegen der unterschiedlichen Portionsgrößen und unter Berücksichtigung der Nährstoffaufnahmen durch *alle* am Tag gegessenen Speisen und Getränke nicht sinnvoll und nicht möglich. Sie dienen hier lediglich als Ordnungsmerkmal für eine erste Einordnung der Produkte.

- bei denen **nur** der Salzgehalt über dem Mittelwert des Salzgehalts aller Produktgruppen liegt (Mittelwert bei 1,2 g/100 g, in dieser Zusammenfassung sind jedoch schon Produktgruppen mit einem Salzgehalt > 0,8 g/100 g ausgewiesen),
- bei denen der Fett- **und** Zuckergehalt über den Mittelwerten aller Produktgruppen (Fett: > 11 g/100 g) liegen,
- bei denen der Fett- **und** Salzgehalt über den Mittelwerten aller Produktgruppen liegen,
- bei denen der Zucker- **und** Salzgehalt über den Mittelwerten aller Produktgruppen liegen,
- bei denen der Fett-, Zucker- **und** Salzgehalt über den Mittelwerten aller Produktgruppen liegen.

### **Produkte mit „nur“ hohem Zuckergehalt - Tabelle 1**

Hohe Zuckergehalte weisen Produkte aus Obst, Desserts und süße Dessertsoßen auf. Über Fruchtojoghurts (auch mit Zutaten wie Schokolade, Vanille und Nuss) können ebenfalls größere Zuckermengen aufgenommen werden. So enthält ein Becher mit Joghurt (150 g) und einem Zuckergehalt von 13,7 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt 21 g Zucker (einschließlich des natürlicherweise enthaltenen Milchzuckers), dies entspricht vier Kaffeelöffeln Zucker (Tabelle 1).

Innerhalb der Produktgruppe „Frühstückscerealien“ haben Produkte für Kinder die höchsten Zuckergehalte. Zu berücksichtigen ist, dass hier auch Fruchtmüslis enthalten sind, deren Zuckergehalt durch die enthaltenen Trockenfrüchte bestimmt wird, und denen kein weiterer Zucker zugesetzt wurde. Bei Konfitüren und Marmeladen erfüllt Zucker auch eine Konservierungsfunktion; eine Portion von 20 g hat einen durchschnittlichen Zuckergehalt von ca. 10 g.

Tabelle 1: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Zuckergehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max
Soßen	Dessertsoßen 'süß', gekühlt	18	36,6	13,1	60,0
Obst	Obstgrütze, gekühlt	5	22,3	20,6	27,0
	Obst, Konserven mit Zuckerzusatz	73	17,1	7,3	65,5
	Konfitüre, Marmelade, konserviert	156	48,3	24,0	64,0
	Fruchtaufstriche, konserviert	46	23,3	21,3	46,0
	Fruchtmus/Obstsalat/Grütze, konserviert	34	16,1	7,7	25,3
	Trockenfrüchte	34	56,7	14,0	79,0
Frühstücks-cerealien	Müsli mit Frucht/Nüssen/Samen	150	16,0	0,8	33,7
	Cerealien, Kinderprodukte	44	29,2	14,9	43,0
	Cerealien, Nichtkinderprodukte	77	16,4	1,5	35,0
Desserts	Kinderprodukte, gekühlt	18	13,9	11,3	18,5
	Pudding/Creme/Mousse, gekühlt	90	14,0	4,3	30,2
	Milchreis/Grießdessert, gekühlt	89	12,9	3,7	18,1
	Wackelpudding/Götterspeise, gekühlt	25	16,5	8,4	18,7
	Vegetarische Desserts (Sojabasis), gekühlt	36	7,3	0,0	10,3
	Cremespeise/Milchpudding/Mousse aus Trockenprodukten	93	14,3	10,0	21,0
	Götterspeise aus Trockenprodukten	16	13,4	10,5	16,4
	Milchreis/Grießbrei aus Trockenprodukten	19	9,0	5,5	10,9
Milchprodukte	Fruchtjoghurt, gekühlt	482	13,7	4,0	22,0
	Fruchtquark, gekühlt	100	13,8	2,8	18,0

### Produkte mit „nur“ hohem Salzgehalt - Tabelle 2

Vor allem hochverarbeitete Produkte wie Fertig- und Teilfertiggerichter aus vielen Produktgruppen weisen hohe Salzgehalte auf (Tabelle 2). Bei beinahe allen Produktgruppen sind konservierte Produkte und Produkte aus getrockneter Ausgangsware vertreten. Suppen, Brühen und Soßen sind ausschließlich in den Zustandsformen „konserviert und getrocknet“ (im Weiteren: aus Trockenprodukten hergestellt) anzutreffen; Eintöpfe weisen auch in den Zustandsformen „gekühlt und tiefgefroren“ hohe Salzgehalte auf. Wird z. B. bei Dosensuppen eine Portionsgröße von 250 g und ein mittlerer Salzgehalt von 1,1 g pro 100 g unterstellt, dann liegt der Salzgehalt pro Portion bei 2,75 g; dies entspricht 46 % des Orientierungswerts der DGE für die Salzzufuhr von 6 g pro Tag (DGE, 2016). Wird der mittlere Salzgehalt (1,3 g) für gekühlte Eintöpfe mit einer Portionsgröße von 400 g eingesetzt, wird eine Salzzufuhr von 87 % der als ausreichend erachteten Menge pro Tag erreicht.

Auch hochverarbeitete Produkte aus Fleisch, Fisch/Meeresfrüchten, Kartoffeln, Getreide und Backwaren oder Bratlinge als Ersatzprodukte führen in Abhängigkeit von der Portionsgröße zu beträchtlichen Salzaufnahmen. Aus der Produktgruppe Fisch führt ein Schlemmerfilet mit 1,2 g Salzgehalt pro 100 g und einer Portionsgröße von 190 g zu einer Salzaufnahme von 2,3 g, das ist mehr als ein Drittel (38 %) des Orientierungswerts der DGE zur täglichen Salzzufuhr (DGE, 2016).

Tabelle 2: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Salzgehalt über 0,8 g Salz pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max
Suppen	Suppen, konserviert	119	1,1	0,3	1,7
	Suppen aus Trockenprodukten	124	0,9	0,6	1,4
Brühen	Brühen aus Trockenprodukten	53	0,9	0,1	2,0
	Brühen konserviert	27	1,0	0,0	1,6
Soßen	Klassische Soßen aus Trockenprodukten	85	1,1	0,4	1,8
Fleisch, -erzeugnisse	Sonstige Fertig-/Teilfertiggerichte, gekühlt	17	1,5	0,8	2,2
	Fertig zubereitetes Fleisch (z. B in Scheiben), gekühlt	35	2,2	1,4	2,8
	Teilfertig-, Fertiggerichte Hähnchen, Nuggets/Sticks, tiefgefroren	12	1,0	1,3	1,6
	Teilfertiggerichte Schnitzel/Cordon Bleu, tiefgefroren	22	1,2	0,3	1,6
	Fertig-/Teilfertiggerichte, tiefgefroren	124	1,2	0,6	2,2
	Fertig-/Teilfertiggerichte, konserviert	25	1,2	0,6	2,1
	Teilfertiggerichte: Gulasch/Ragout/Geschnetzeltes/Frikassee, konserviert	31	1,1	0,3	3,1
	Hackfleischgerichte (inkl. Burger/-Frikadellen), konserviert	29	1,1	0,5	1,6
	Fleischgerichte aus Fix für Gulasch/Geschnetzeltes, Trockenprodukte	15	0,9	0,7	1,2
	Fleischgerichte aus Fix für Hackfleischprodukte (inkl. Bolognese), Trockenprodukte	14	0,9	0,7	7,5
Fisch, Meeresfrüchte	Fisch/-erzeugnisse + MF paniert, tiefgefroren	113	1,0	0,3	2,8
	Schlemmerfilet, tiefgefroren	36	1,0	0,4	1,4
	Fisch/-erzeugnisse + MF ohne Öl/Natur, konserviert	4	1,0	0,8	1,5
Eintöpfe	Eintöpfe, gekühlt	20	1,3	0,5	2,0
	Eintöpfe mit Hülsenfrüchten + Gemüse, konserviert	22	1,0	0,8	1,4
	Eintöpfe mit Fleisch, konserviert	124	1,0	0,3	2,1
	Eintöpfe aus Trockenprodukten	10	1,0	0,6	2,5

Tabelle 2 (fortlaufend): Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Salzgehalt über 0,8 g Salz pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max
Gemüse	Spinat Teilfertiggericht, tiefgefroren	24	0,9	0,7	1,1
	Gemüsepfannen, tiefgefroren	11	0,9	0,1	1,3
Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel	Bratlinge, Burger aus Trockenprodukten	6	1,6	0,8	2,0
Kartoffeln	Kartoffelsalat, gekühlt	36	1,3	0,4	2,2
	Sonstige Kartoffelgerichte, gekühlt	25	1,2	0,6	1,6
	Gnocchi verzehrfertig, gekühlt	6	1,2	1,1	1,3
	Kartoffelpuffer/Rösti, tiefgefroren	17	1,2	0,9	1,6
	Kartoffelbeilagen, konserviert	6	1,0	0,7	1,5
	Kartoffelgerichte, konserviert	4	1,2	0,8	1,3
	Kartoffelklöße/-knödel aus Trockenprodukten	7	0,9	0,8	1,0
	Kartoffel-Püreesnack im Becher aus Trockenprodukten	20	0,9	0,7	1,1
Getreide	Gefüllte Teigwaren, gekühlt	103	1,4	0,3	2,3
	Nudelgerichte, gekühlt	38	1,1	0,5	1,9
	Nudel - Fertig-/Teilfertiggerichte, tiefgefroren	96	0,9	0,4	2,0
	Reis - Fertig/Teilfertiggerichte, tiefgefroren	30	0,9	0,5	1,3
	Gefüllte Teigwaren, tiefgefroren	47	1,1	0,4	1,9
	Nudelgerichte, konserviert	32	1,0	0,4	2,0
	Ravioli, konserviert	13	1,0	0,5	1,3
	Nudelgerichte aus Trockenprodukten	42	1,2	0,4	1,8
	Instantgerichte aus Trockenprodukten	105	1,2	0,7	5,9
Backwaren	Pizza/Ofenbrot, tiefgefroren	270	1,3	0,3	2,0
	Baguette, Pizzabaguette, belegt, gefüllt, tiefgefroren	38	1,3	0,9	1,7
	Aufbackbrötchen/Brezeln, tiefgefroren	24	1,6	0,8	2,8
	Aufbackwaren (ungekühlt)	45	1,3	0,8	2,0
	Taco Shells/Tortilla/Wraps, ungekühlt, länger haltbar	12	1,2	0,0	2,0
	Frischteige 'salzig' (Hörnchen, Mehrkornbrötchen), gekühlt	5	1,5	0,7	2,1
	Backmischungen (Hefeteig, Pizzateig), Trockenprodukten	6	1,3	0,9	1,9
Milchprodukte	Würzquark, gekühlt	23	1,0	0,8	1,5

### Produkte mit hohem Fett- und Zuckergehalt – Tabelle 3

Von den Frühstückscerealien fallen nur Schoko-Müslis in diese Gruppe, während bei der Gruppe der Backwaren alle Untergruppen der süßen Backwaren hier vertreten sind. Portionsgrößen von ungekühlten, länger haltbaren Kuchen, Teilchen und Torten werden von den Herstellern mit 35 g - 50 g angegeben. Ein Stück Kuchen (ungekühlt/konserviert) mit 50 g hat also ca. 11 g Fett (entspricht bei einer Empfehlung von ca. 65 g Fett am Tag einem Anteil von 17 %) und 16,5 g Zucker. Wird von einem Zuckeranteil von 10 % (ca. 50 g) an einer Gesamtenergiezufuhr von 2.000 kcal am Tag ausgegangen (D-A-CH, 2015), beträgt die Zuckerzufuhr durch den Kuchen 33 % dieses Wertes. Bei tiefgefrorenen Kuchen, Teilchen und Torten werden von den Herstellern zwischen 80 g und 100 g pro Portion angegeben. Die Fett- und Zuckeraufnahme durch ein Tortenstück liegt bei einer 100 g-Portion hier im Mittel höher, bei 17 g Fett (26 % der Empfehlung/Tag) und 24 g (48 % der Empfehlung/Tag) Zucker. Bei den Brotaufstrichen wird die Portionsgröße für Nuss-Nougat-Creme mit 15 g bis 20 g angegeben. Es ist möglich, dass diese Portionsgröße im Alltag nicht eingehalten, sondern z. B. verdoppelt wird; dies würde zu einer Fettzufuhr von 16 g (25 % Empfehlung/Tag) und einer Zuckerzufuhr von 17 g (34 % Empfehlung/Tag) führen.

Tabelle 3: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g und der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Fettgehalt [g] in 100 g			Zuckergehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max	MW	min	max
Frühstückscerealien	Müsli Schoko	51	13,4	4,3	22,0	20,1	5,1	45,0
Backwaren	Torten ungekühlt, konserviert	5	18,4	18,0	19,0	37,4	33,0	44,0
	Teilchen ungekühlt, konserviert	60	20,2	2,0	33,0	27,7	8,0	44,2
	Kuchen ungekühlt, konserviert	67	21,8	2,8	30,0	33,0	20,0	43,0
	Torten, tiefgefroren	47	16,8	6,9	27,0	23,6	14,9	36,1
	Kuchen, tiefgefroren	44	13,0	5,6	27,0	19,8	10,0	38,0
	Teilchen, tiefgefroren	49	16,3	4,1	28,6	16,3	5,0	27,0
	Backmischungen für Kuchen, Trockenprodukte	123	17,9	2,1	33,0	24,5	6,5	52,1
	Tortencremes aus Trockenprodukten	5	21,0	12,0	33,0	12,6	12,0	15,0
Brotaufstriche	Nuss-Nougat-/Schoko-/Milchcreme	18	39,9	31,8	50,8	42,6	31,2	58,7

### Produkte mit hohem Fett- und Salzgehalt – Tabelle 4

Dieser Kategorie konnten ebenfalls sehr hoch verarbeitete Produkte zugeordnet werden (Tabelle 4). Vor allem Fleisch-/Wurstsalate weisen hohe mittlere Fettgehalte von über 20 g und Salzgehalte von 1,5 g pro 100 g auf. Portionsgrößenangaben gibt es häufig nicht, Einzelverpackungen liegen bei Fleisch-/Wurstsalaten im Allgemeinen zwischen 150 g und 200 g. Nudelsalate weisen vergleichsweise geringere Fett- und Salzgehalte

auf. Bei Pastasößen und klassischen Soßen werden Portionen zwischen 100 g und 130 g angegeben; sie tragen ebenfalls zu hohen Fett- und Salzaufnahmen bei. Mayonnaisen haben sehr hohe Fettgehalte; bei einer Portion von 15 g sind das im Mittel ca. 8 g Fett. Portionsgrößen bei Kartoffelchips in der Untergruppe der Knabberartikel werden von den Herstellern bei Verpackungsgrößen von 100 g bis 175 g mit 30 g angegeben. Diese Portionsgrößen erscheinen gering und sind zu hinterfragen; bereits 2 Portionen Chips führen zu einer Zufuhr von ca. 18 g Fett und 1 g Salz.

Tabelle 4: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Fettgehalt [g] in 100 g			Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max	MW	min	max
Soßen	Klassische Soßen (Hollandaise, Grüne, Braten/Rahm), konserviert	35	14,1	0,1	50,0	1,2	0,3	3,0
	Pastasößen/Fixsoßen konserviert	173	12,5	0,0	60,9	1,6	0,1	7,0
	Mayonnaise/Remoulade, konserviert	46	51,9	4,8	82,0	1,3	0,6	2,1
	Salatsoßen aus Trockenprodukt, TP	25	35,3	3,0	47,0	2,1	1,2	3,1
Fleisch, -erzeugnisse	Hacksteak, Frikadelle, Hamburger, gekühlt	16	16,5	4,2	23,0	1,8	0,8	2,2
	Fleisch-/Wurstsalate, gekühlt	53	22,1	2,2	40,5	1,5	0,4	3,8
	Fleisch gewürzt/paniert/mariniert, gekühlt	84	11,3	1,0	30,0	1,4	0,4	2,5
	Fleisch gewürzt/paniert/mariniert, tiefgefroren	72	11,5	1,4	30,0	1,1	0,2	2,4
	Fleisch in Konserven	26	14,0	0,8	66,4	1,5	0,5	2,3
Fisch, Meeresfrüchte	Fisch/-erzeugnisse + MF mariniert/gewürzt/eingelegt/Essig/Öl, gekühlt	21	15,1	4,9	34,1	4,0	0,9	9,4
	Fisch/-erzeugnisse + MF, geräuchert, gekühlt	22	14,4	3,1	37,0	2,5	1,0	3,9
	Fisch/-erzeugnisse + MF in Soße/Gemüse, konserviert	94	13,4	4,3	22,3	1,2	0,6	2,3
	Fisch/-erzeugnisse + MF in Essig/Öl, konserviert	44	17,8	3,8	41,0	1,8	0,5	7,3
Gemüse	Antipasti inkl. Oliven, gekühlt	38	17,2	3,9	54,0	2,1	0,5	5,8
	Antipasti inkl. Oliven, konserviert	115	13,9	0,0	53,0	2,8	0,0	12,0
Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel	Bratlinge, Burger, gekühlt	26	12,2	4,1	18,4	1,4	1,0	2,5
	Vegetarische Würstchen, Schnitzel usw., gekühlt	139	12,6	0,5	29,0	1,7	0,5	2,7
Getreide	Nudelsalat, gekühlt	22	12,9	1,7	25,3	1,3	0,1	4,0

Tabelle 4 (fortlaufend): Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Fettgehalt [g] in 100 g			Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max	MW	min	max
Backwaren	Baguette/Brötchen, Sandwiches, Wraps belegt, gefüllt, ungekühlt	5	24,9	23,0	27,0	1,5	1,3	1,8
	Baguette/Brötchen, Sandwiches, Wraps belegt, gefüllt, gekühlt	29	13,0	2,1	21,9	1,4	0,7	2,3
Knabberartikel	Knabbergebäck (Cracker, Gebäckstangen, Salzstangen, usw.)	127	14,1	0,8	38,2	2,9	0,3	7,6
	Kartoffelchips,-sticks	92	31,0	9,0	38,0	1,7	0,1	3,4
	Erdnussflips	12	22,5	2,2	31,0	1,9	0,7	2,9
	Tortillachips	17	21,7	20,0	25,0	1,5	0,8	2,1
Brotaufstriche	Pikante vegetarische Brotaufstriche, gekühlt	22	23,4	12,0	34,8	1,5	1,1	2,5
	Pikante vegetarische Brotaufstriche, konserviert	188	21,1	0,0	89,0	1,8	0,0	4,5

### Produkte mit hohem Zucker- und Salzgehalt – Tabelle 5

Jeweils nur zwei Untergruppen der Produktgruppen Soßen und Gemüse wurden in diese Kategorie eingeordnet (Tabelle 5). Bei den Soßen ist zu berücksichtigen, dass sie im Allgemeinen mit geringeren Portionsgrößen (15 g - 30 g Würzsoßen, 15 g Ketchup, Herstellerangaben) als 100 g verzehrt werden. Eine Portion Würzsoße von 30 g enthält ca. 6 g Fett und ca. 0,9 g Salz. Gekühlte Rohkostsalate und Essigkonserven haben im Vergleich zu den Soßen niedrigere Gehalte, bei den Rohkostsalaten sind ca. 30 % (Weiß)Krautsalate enthalten. Kapern weisen bei Essigkonserven die höchsten Salzgehalte auf und werden in der Regel in geringen Mengen verzehrt.

Tabelle 5: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Zuckergehalt [g] in 100 g			Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max	MW	min	max
Soßen	Würzsoßen, konserviert	256	19,4	0,0	54,9	2,9	0,0	18,3
	Ketchup, konserviert	65	22,6	5,2	37,5	2,2	0,3	3,9
Gemüse	Gemüse-/Rohkostsalate, gekühlt	37	7,7	0,1	14,5	1,1	0,5	2,0
	Essigkonserven	172	6,3	0,0	17,0	1,4	0,1	7,0

## Produkte mit hohem Fett-, Zucker und Salzgehalt – Tabelle 6

Hohe Fett-, Salz- und Zuckergehalte haben Gemüsechips, dabei ist bei hohen Zuckergehalten nicht zwingend Zucker zugefügt. Der hohe Fettanteil von Nüssen kann ebenfalls durch die Ausgangsware bestimmt sein. Salate aus Fisch und Meeresfrüchten weisen hohe mittlere Fettgehalte von über 23 g und Salzgehalte von 1,7 g pro 100 g auf. Beim Verzehr des Inhalts einer Einzelverpackung zwischen 125 g und 150 g entspricht dies einer Fettzufuhr von 29 g bis 35 g und einer Salzzufuhr von 2,1 g bzw. 2,6 g. Konservierte Salatsoßen haben innerhalb der Salatsoßen zwar nicht die höchsten mittleren Fett- und Salzgehalte, aber die höchsten mittleren Zuckergehalte und sind deshalb dieser Kategorie zugeordnet. Salatsoßen aus Trockenprodukten haben höhere mittlere Fett- und Salzgehalte, aber geringere Zuckergehalte und sind deshalb bei den Produkten mit höheren Fett- und Salzgehalten zugeordnet. Ähnliches gilt für die gekühlten Wurst- bzw. Würstchengерichte, sie haben höhere mittlere Zuckergehalte als die anderen gekühlten Fertiggerichte dieser Gruppe und fallen deshalb unter diese Kategorie.

Tabelle 6: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g, der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Fettgehalt [g] in 100 g			Zuckergehalt [g] in 100 g			Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max	MW	min	max	MW	min	max
Soßen	Salatsoßen, konserviert	46	17,1	0,1	32,1	8,7	0,5	17,0	1,9	0,9	3,2
Fleisch, -erzeugnisse	Wurst-, Würstchengерichte, gekühlt	13	11,8	6,5	15,0	7,1	1,0	13,0	1,8	1,5	2,3
Fisch/Meeresfrüchte	Salate, gekühlt	31	23,3	12,2	41,1	6,4	2,0	10,6	1,7	1,0	2,6
Knabberartikel	Gemüsechips	12	32,9	24,6	43,0	25,7	10,7	39,0	1,2	0,3	3,0
	Nüsse/Kerne	68	44,7	25,0	73,0	12,4	0,5	44,0	1,1	0,0	2,7

## 2 Einleitung und Zielsetzung

Zur Erarbeitung einer Strategie zur Reduzierung von Zucker-, Salz- und Fettgehalten in industriell vorgefertigten Produkten sind bislang keine verlässlichen Verzehr- und Marktdaten als Basisdaten frei verfügbar.

Zielsetzung war die Bereitstellung fundierter Daten, die Auskunft über häufig verzehrte bzw. ersatzweise über häufig eingekaufte industriell vorgefertigte Produkte aller relevanten Lebensmittel- bzw. Produktgruppen geben sollten. Weiterhin sollten zu diesen Produkten auch Energie- und Nährwertangaben ermittelt werden<sup>4</sup> sowie die innerhalb verschiedener Produktgruppen die jeweilige Spannbreite der enthaltenen Energie- und Nährwerte, vor allem von Zucker, Salz und Fett dargestellt werden.

## 3 Methode

### 3.1 Definitionen

#### Vorgefertigte Produkte

Da keine einheitliche verwendbare Definition für die zu untersuchenden Produkte vorlag und verschiedene Begriffe wie Fertiggericht, Teilfertiggericht oder Convenience-Produkt zur Beschreibung verwendet werden, wurde der Begriff „vorgefertigtes Produkt“ gewählt, und die folgende sehr weit gefasste Definition zugrunde gelegt:

*„Ein vorgefertigtes, industriell hergestelltes Produkt besteht aus einem oder mehreren Lebensmitteln; dem Produkt sind mindestens Salz (auch Gewürze) und/oder Zucker und/oder Fett zugefügt. Es ist in verschiedenen Bearbeitungsstufen und in verschiedenen Zustandsformen im Lebensmitteleinzelhandel käuflich erwerblich und verfügt über einen EAN-Code.“*

Vorgefertigte Produkte können nach **Bearbeitungsstufen** und **Zustandsformen** tiefer gegliedert werden. Dabei werden nach Zacharias und Dürr (DGH, 1992) vier Bearbeitungsstufen unterschieden:

- *Küchenfertig* sind Lebensmittel, von denen der nicht essbare Teil entfernt ist und die ggf. zerkleinert sein können (z. B. geputztes Gemüse, entbeintes Fleisch).
- *Garfertig* sind Lebensmittel, die ohne weitere Vorbereitung nur noch zu garen sind. Je nach Garverfahren wird unterschieden in kochfertig, bratfertig, frittierfertig, backfertig, grillfertig etc. (z. B. TK-Pizza, TK-Gemüse).
- *Aufbereifertig* sind fertig vorbereitete oder gegarte Lebensmittel, die Zutaten benötigen und/oder bis zur Verzehrtemperatur zu erwärmen sind (z. B. Kartoffelpüree-Trockenprodukt, Salatdressing-Trockenprodukt, vorgekochte Teigwaren, tiefgefrorene Pizza, konservierter Gemüseeintopf).
- *Verzehrfertig* sind Lebensmittel, die ohne weitere Behandlung oder Tätigkeit verzehrt werden können. Ggf. ist das Entfernen oder Öffnen der Verpackung erforder-

---

<sup>4</sup> Erfasst werden sollten die Big 7 (Energie, Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Protein und Salz), die ab dem 13.12.2016 verbindlich auf jedem vorverpackten Produkt auszuweisen sind.

derlich (z. B. Fruchtojoghurt, Ketchup, konservierter Fisch in Soße, Gemüsesalat aus dem Glas).

Des Weiteren werden vier Zustandsformen von vorgefertigten Produkten unterschieden:

- gekühlt
- tiefgefroren
- konserviert, z. B. sterilisierte Gemüsekonzerve, Fertigsoßen im Glas, Würstdosen, Fertiggericht in Dose/Glas/Plastikverpackung, aber auch länger haltbare Kuchen in spezieller Verpackung
- getrocknet bzw. Trockenprodukte wie Backmischungen, Fix-Produkte für Gratins usw.

### **Lebensmitteleinzelhandel**

Zum Lebensmitteleinzelhandel (LEH) zählen: Traditioneller LEH, Supermärkte, Verbrauchermärkte und Discounter<sup>5</sup>. Es zählen *nicht* dazu: Tankstellenshops, Verkaufsstellen des Lebensmittelhandwerks (Fachgeschäfte) wie Bäckereien oder Metzgereien, Wochenmärkte, Versandhandel oder Großverbrauchermärkte.

### **3.2 Datenbeschaffung zur Feststellung der Bedeutung industriell vorgefertigter Produkte für den privaten Haushalt**

Erste Recherchen ergaben, dass kaum aussagekräftige Daten über Verzehr, Einkauf, Absatz, Umsatz oder Pro-Kopf-Konsum von vorgefertigten Produkten in Deutschland frei verfügbar sind. Daten über vorgefertigte Produkte werden von zwei großen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Nürnberg, bezogen. Die verfügbaren Daten des Verbraucherpanels der GfK beziehen sich auf die Erfassung der Einkäufe von 30.000 Haushalten. Die Stichprobengröße des GfK-Haushaltspanels mit 30.000 Haushalten gewährleistet, dass statistisch repräsentative und valide Daten, auch bei kleinen Untergruppen, für die geltende Grundgesamtheit der privaten Haushalte in Deutschland verlässlich hochgerechnet werden können. Die Datenlieferungen erfolgten am 16.09.2016, 20.09.2016 und am 31.10.2016.

In der Literatur sind wenig aussagekräftige Daten zu finden, jedoch sind Übersichtsstatistiken im Statistikportal „Statista“ nach Lizenzerwerb abrufbar. Jedoch sind dort nur eingeschränkt Daten zu vorgefertigten Lebensmittelgruppen verfügbar und aufgrund unterschiedlichster Quellen nur beschränkt verwendbar.

#### **3.2.1 Beschaffung von Daten durch den Ankauf von Paneldaten der Gesellschaft für Konsumforschung in Nürnberg (GfK)**

Von der GfK wurden Daten des Haushaltspanels (30.000 Haushalte) für das Jahr 2015 erworben, dessen Panelteilnehmer repräsentativ für 39,372 Mio. Haushalte in Deutschland sind. Die Daten beziehen sich ausschließlich auf mit EAN-Nummern versehene industriell vorgefertigte Produkte (s. Definition oben), die im LEH und von Heimdiensten

---

<sup>5</sup> Bei den angekauften Daten von der GfK wurden auch Angaben über (Tiefkühl-) Heimdienste (kein Essen auf Rädern) einbezogen.

(kein Essen auf Rädern o. ä.) gekauft wurden. Folgende Produktgruppen wurden vorgegeben:

- Suppen
- Brühen
- Soßen
- Fleisch, Fleischerzeugnisse, mit Ausnahme von ungewürztem Fleisch, Wurst, Schinken, Würstchen
- Fisch
- Eintöpfe
- Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte
- Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel
- Kartoffeln
- Obst
- Getreide
- Frühstückscerealien/Müsli
- Backwaren, außer Brot und Brötchen
- Knabberartikel aus verschiedenen Lebensmittelgruppen
- Desserts, auch auf Milch-, Sahnebasis, jedoch ohne verzehrfertigen Joghurt und Quark mit Frucht- bzw. Kräuterezubereitungen
- Brotaufstriche, mit Ausnahme von Butter-, Schmalz-, Margarinezubereitungen, Streichwurst, Streichkäse

Auf den Ankauf von Daten zu Getränken wurde verzichtet, da bekannt ist, dass diese hohe Zuckergehalte aufweisen; zudem liegen für zuckergesüßten Getränken/Limonaden bereits Daten aus der NVSII vor.

Um die Bedeutung und den Umfang der Verwendung der Produkte im privaten Haushalt zu kennzeichnen, wurden in diesem Bericht folgende Merkmale („Facts“) verwendet:

**Käuferhaushalte:** Absolute Anzahl der Haushalte, die das Produkt mindestens einmal im Jahr 2015 gekauft haben.

**Käuferreichweite:** Hiermit wird der prozentuale Anteil der Haushalte an allen 39,372 Mio. Haushalten ausgewiesen, die das Produkt mindestens einmal im Jahr 2015 gekauft haben.

**Packs:** Insgesamt gekaufte Einheiten des Produkts im Jahr 2015.

**Durchschnittliche Anzahl Packs pro Käuferhaushalt:** Insgesamt gekaufte Einheiten des Produkts ÷ Anzahl der Käuferhaushalte im Jahr 2015

Ein Überblick über die Daten zu diesen Merkmalen ist nach Lebensmittelgruppen geordnet und wird zu Beginn des Ergebnisteils gegeben.

### **3.2.2 Beschaffung von Daten durch Kauf einer Zugangslizenz beim Statistikportal „Statista“ sowie aus der Literatur**

Das Datenmaterial des Statistikportals „Statista“ ([www.statista.de](http://www.statista.de)) im Lebensmittelbereich besteht aus Statistiken aus verschiedensten Quellen, z. B. von Industrieverbänden, öffentlich zugänglichen Agrarhandelsstatistiken der BLE oder aus angekauften Daten von Marktforschungsunternehmen. Die aus dem Statistikportal „Statista“ stammenden Daten zur Darstellung der Bedeutung des Konsums von vorgefertigten Produkten wurden für folgende Produktgruppen verwendet:

- Fleisch, Fleischerzeugnisse: hier nur Wurst, Schinken, Würstchen
- Brot/Backwaren: hier Brot, Brötchen (keine Aufbackware)
- Milchprodukte, hier: Joghurt- und Quarkzubereitungen mit Zusätzen
- Käse
- Süßwaren inkl. Speiseeis

Die jeweiligen Quellen sind im Ergebnisteil ausgewiesen.

### **3.3 Bereitstellung von Energie- und Nährwertdaten („Big 7“) und Aufbau der entsprechenden Datenbank**

Für die Gesamtheit der industriell vorgefertigten Produkte mit Angabe der Marke und des Herstellers auf dem deutschen Markt ist keine „Grundgesamtheit“ verfügbar, aus der eine repräsentative Stichprobe als Basis für die Bereitstellung der Energie- und Nährwertangaben hätte gezogen werden können. In den Internetportalen international und bundesweit agierender Unternehmen wie Nestlé, Mondelez und Unilever sind Angaben zu den Marken erhältlich. Auch Auswertungen der Statistiken zu Marken und Herstellern von Lebensmitteln des Statistikportals „Statista“ und spezielle Literatur (BDSI, 2015) sowie auffindbare Zusammenstellungen (BOGK, 2011, 2016; VuMA, 2016) wurden neben eigenen Recherchen soweit wie nur möglich zur systematischen Feststellung von Marken und Herstellern verwendet.

Im Internet recherchierte Energie- und Nährwertdaten wurden ausschließlich von der Homepage des jeweiligen Herstellers, der offiziellen Marke oder einer vom Hersteller bzw. bei Eigenmarken des Handels (z. B. Edeka, Lidl, Rewe) autorisierten Seite entnommen. Die Energie- und Nährwertgehalte jedes recherchierten Produkts wurden mit Datum des Zugangs im Internet dokumentiert. Um die Aktualität der Daten sicherzustellen, wurden keine sonstigen Internetseiten, die nicht vom Hersteller oder dem Handel betrieben werden, z. B. Verbraucherportale oder Onlineshops, verwendet. Es wurden die Energie- und Nährwertdaten und, wenn möglich, auch Zutaten und Zubereitungshinweise dokumentiert (s. Anhang 7). In weitaus geringerem Maße stellen Hersteller auch Nährwerttabellen ihrer Produkte ins Netz (z. B. Nestlé). Bereits während des achtmonatigen Zeitraums der Recherche, der Dateneingabe und -auswertung war festzustellen, dass schon erfasste Produkte wieder vom Markt genommen oder die Nährwertangaben vom Hersteller überarbeitet und verändert wurden.

### **3.3.1 Felderhebung**

Energie- und Nährwertangaben von Produkten der Eigenmarken des Handels, vor allem von Discountern wie Aldi, Lidl, Penny oder Netto sind häufig nicht im Internet recherchierbar. Zudem konnten die jeweiligen Hersteller der Produkte der Eigenmarken erst nach Feststellung der Angaben auf dem Produkt kontaktiert werden. Auch die Energie- und Nährwertgehalte von Produkten der Eigenmarken großer Handelsketten wie Edeka oder Rewe sind nur begrenzt im Internet verfügbar. Teilweise konnten in einigen Einkaufsstätten nach Genehmigung durch die Marktleitungen die Produkte und ihre Nährwertkennzeichnungen fotografiert und dokumentiert werden.

Energie- und Nährwertinformationen von Produkten der Eigenmarken von Lidl, Penny, Aldi-Süd, Edeka und Rewe wurden auch durch das Sammeln von Produktverpackungen gewonnen.

### **3.3.2 Anfragen bei Unternehmen**

Von vielen Produkten waren im Internet keine Informationen über die Energie- und Nährwertgehalte recherchierbar. Deshalb wurde bei 50 Unternehmen angefragt, von denen 18 die Energie- und Nährwertgehalte dankenswerterweise zugesandt haben. Von zwei Firmen dürfen die übersandten Daten nicht im Zusammenhang mit dem Firmennamen weitergegeben werden.

### **3.3.3 Erstellen der Datenbank**

Für die Zusammenstellung der Energie- und Nährwertgehalte der am häufigsten gekauften Produkte der verschiedenen Produktgruppen wurde eine Datenbank erstellt. Sie enthält neben weiteren Informationen vor allem den Produktnamen, die Marke, Zustandsform und Bearbeitungsstufe des Produkts sowie die Energie- und Nährwertgehalte (Energie in kJ und kcal, Fett, davon gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, davon Zucker, Protein und Salz – „Big 7“). Die Energie- und Nährwertgehalte sind je nach Angaben der Hersteller auf je 100 g (teilweise auch auf 100 ml) des zubereiteten bzw. verzehrfertigen Produkts oder auf 100 g des Packungsinhalts bezogen. Bei Suppen, Brühen, Soßen und Speiseeis sind die Angaben der Hersteller nicht einheitlich und teilweise unklar, denn die Energie- und Nährwertangaben der verzehrfertigen Produkte beziehen sich bei einigen Herstellern auf 100 g, bei anderen auf 100 ml – und wieder andere geben „pro100 g/ml“ an. Bei diesen Produktgruppen werden bei der Darstellung der folgenden Ergebnisse die Angaben generell pro 100 g ausgewiesen.

Vor allem bei Trockenprodukten (Suppen, Soßen, Backmischungen und Fix-Produkte) ist aus den Angaben teilweise nicht zu erkennen bzw. unklar, ob sie sich auf das „zubereitete“ bzw. „verzehrfertige“ Produkt oder nur auf den „Packungsinhalt“ beziehen. Deshalb sind in diesem Bericht Produkte, deren Angaben sich nur auf den „Inhalt der Produktverpackung“ beziehen (bei Trockenprodukten wie Backmischungen, Teigen, oder Zutaten für Bratlinge etc.) bis auf ein Beispiel nicht ausgewiesen. Sie stellen keine aussagekräftigen Informationen im Vergleich zu den Informationen für zubereitete bzw. verzehrfertige Produkte bereit, denn in vielen Fällen müssen noch weitere Lebensmittel bzw. Wasser, Fett etc. zugefügt werden, über die keine Energie- und Nährwertangaben vorliegen. Angaben, die sich auf Packungsinhalte beziehen, die schon eine hohe „Verzehrreife“

aufweisen, wurden in bestimmten Fällen aufgenommen, z. B. bei Bratlingen, die ohne oder mit Fettzufuhr erwärmt werden können. In diesen Fällen ist dies vermerkt. Problematisch erwies sich teilweise die Dokumentation der Salzgehalte, denn mehrfach waren die von den Herstellern ausgewiesenen Natriumgehalte relativ hoch und bei Umrechnungen auf den Kochsalzgehalt nicht plausibel. Bei stichprobenartiger Prüfung der Angaben auf Verpackungen stellte sich heraus, dass die auf der jeweiligen Homepage des Herstellers aufgeführten Natriumwerte den Angaben für Salz auf den Packungen entsprachen. Mehrere Hersteller wurden bei fraglichen Werten angeschrieben und um Auskunft hinsichtlich der zutreffenden Werte gebeten. Mehrfach wurden dann die Angaben auf der entsprechenden Homepage von „Natrium“ in „Salz“ geändert. Die Datenbank enthält zurzeit ca. 12.500 Produkte.

## 4 Ergebnisse

### 4.1 Überblick über häufig gekaufte industriell vorgefertigte Produkte

Für die von der GfK für bestimmte Produktgruppen bezogenen Daten kann ein Überblick über die am häufigsten gekauften Produkte in Abhängigkeit von den Produktgruppen nach den Merkmalen Käuferreichweite, Anzahl Packs insgesamt und durchschnittliche Anzahl Packs pro Käuferhaushalt gegeben werden. Die Werte sind in Abbildung 1 bis Abbildung 4 dargestellt.

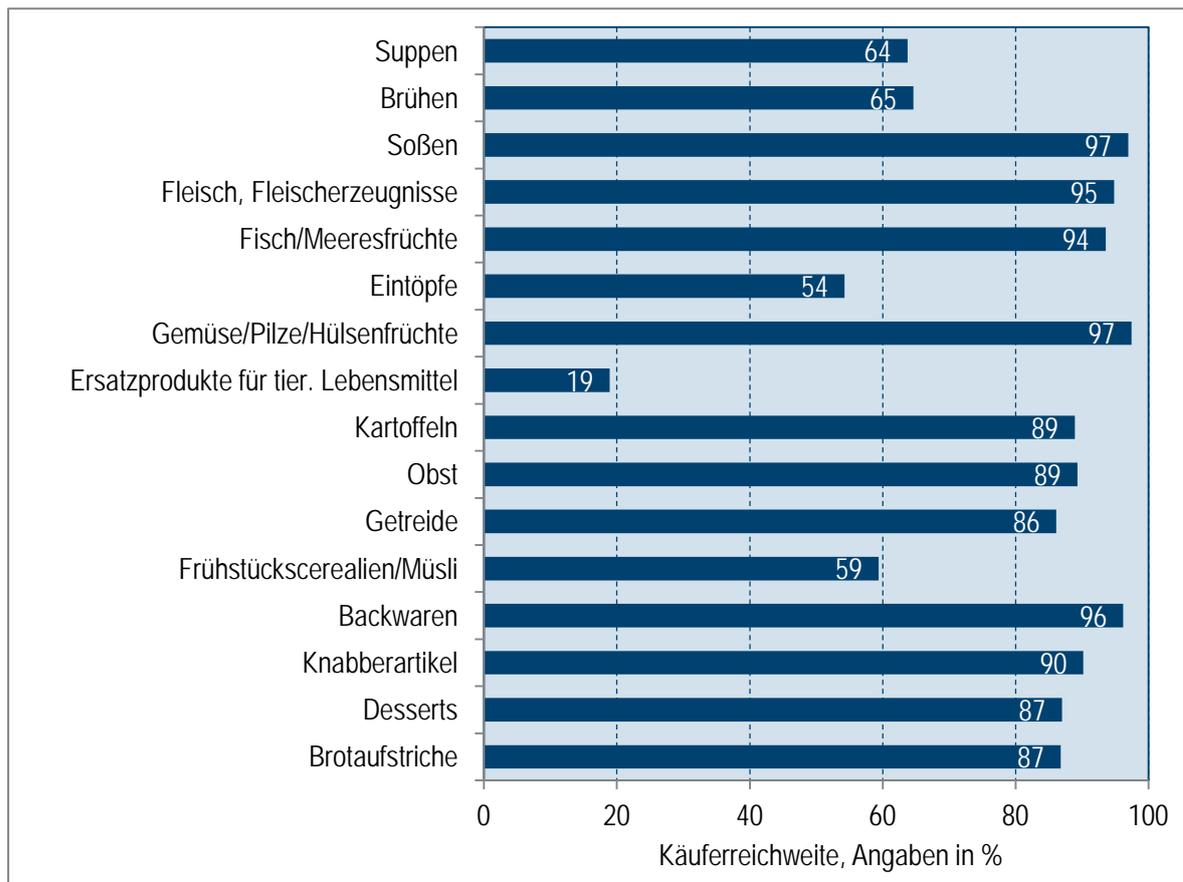


Abbildung 1: Käuferreichweite als prozentualer Anteil der Haushalte an allen 39,372 Mio. Haushalten, der das Produkt mindestens einmal im Jahr 2015 gekauft hat

Danach wurden von über 90 % der privaten Haushalte in Deutschland vorgefertigte Produkte und Erzeugnisse aus den Produktgruppen Soßen, Fleisch, Fisch/Meeresfrüchte, Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte, Backwaren und Knabberartikel mindestens einmal im Jahr 2015 gekauft. Über 80 % bis 90 % kauften Produkte aus den Produktgruppen Kartoffeln, Obst, Getreide, Desserts und Brotaufstriche und über 50 % bis 70 % kauften Produkte der Gruppen Suppen, Brühen, Eintöpfe, Frühstückscerealien/Müsli, während Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel nur von 19 % aller Haushalte gekauft wurden (Abbildung 1, Käuferreichweite). Die Käuferreichweite vermittelt jedoch keinen Überblick über die Anzahl der gekauften Einheiten bzw. Gebinde. Am häufigsten wurden vorgefertigte Produkte aus den Produktgruppen Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte, Backwaren, Fleisch- und Fleischerzeugnisse, gefolgt von Produkten der Gruppen Desserts, Knabberartikel und Soßen gekauft (Abbildung 2, Anzahl gekaufter Packs).

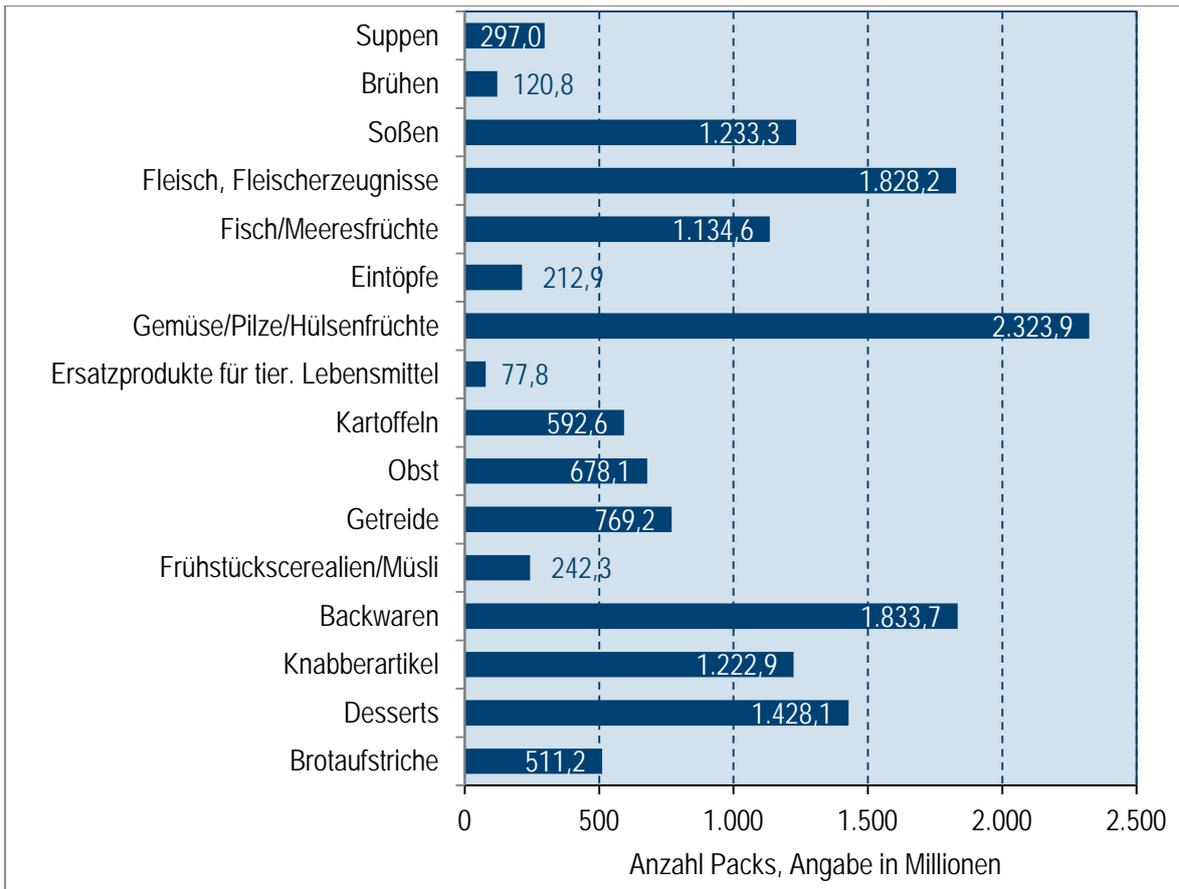


Abbildung 2: Anzahl im Jahr 2015 gekaufter Packs industriell vorgefertigter Produkte nach Produktgruppen in Millionen

Produkte der Gruppen Soßen und Fisch/Meeresfrüchte wurden zwar von vielen Haushalten gekauft (hohe Käuferreichweite), aber mit insgesamt weniger Packs wie z. B. Backwaren. Dies zeigt sich in der durchschnittlichen Anzahl Packs pro Käuferhaushalt in Abbildung 3.

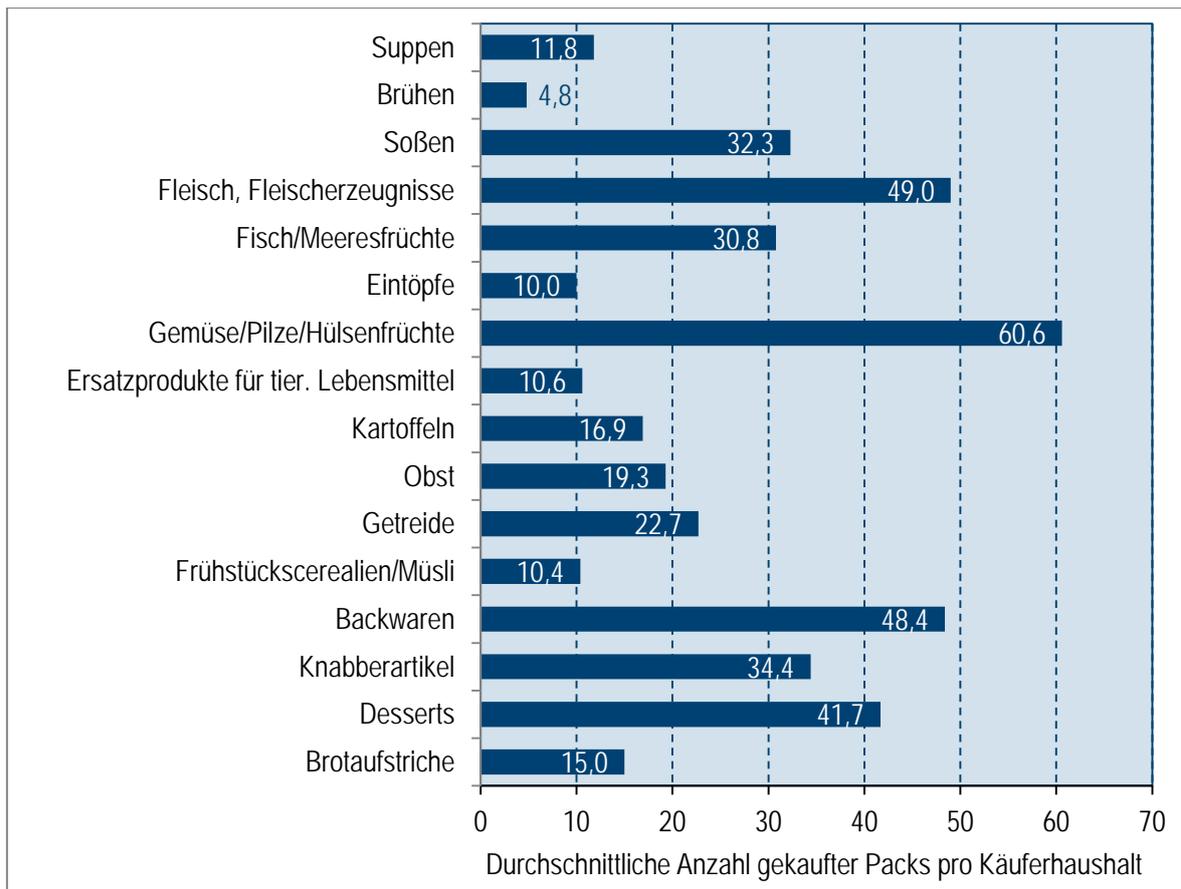


Abbildung 3: Durchschnittliche Anzahl gekaufter Packs pro Käuferhaushalt im Jahr 2015 nach Produktgruppen

Erhebliche Unterschiede bestehen in der Anzahl gekaufter Packs und in der durchschnittlichen Anzahl Packs pro Käuferhaushalt in Abhängigkeit von der Lebensmittelgruppe sowie von der Zustandsform (Abbildung 4).

Suppen, Getreidespeisen, Frühstückscerealien und Knabberartikel wurden im LEH am häufigsten als Trockenprodukte gekauft. Produkte aus Fleisch/Fleischerzeugnissen<sup>6</sup>, Fisch/Meeresfrüchte, Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel und Desserts gekühlt, Soßen, Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte, Obst und Brotaufstriche hingegen häufiger als Konserven. Backwaren<sup>7</sup> und Kartoffelprodukte werden am häufigsten tiefgefroren eingekauft.

<sup>6</sup> Achtung - nicht enthalten: ungewürztes Fleisch, Wurst, Schinken, Würstchen

<sup>7</sup> Achtung - nicht enthalten: verzehrfertiges Brot und verzehrfertige Brötchen

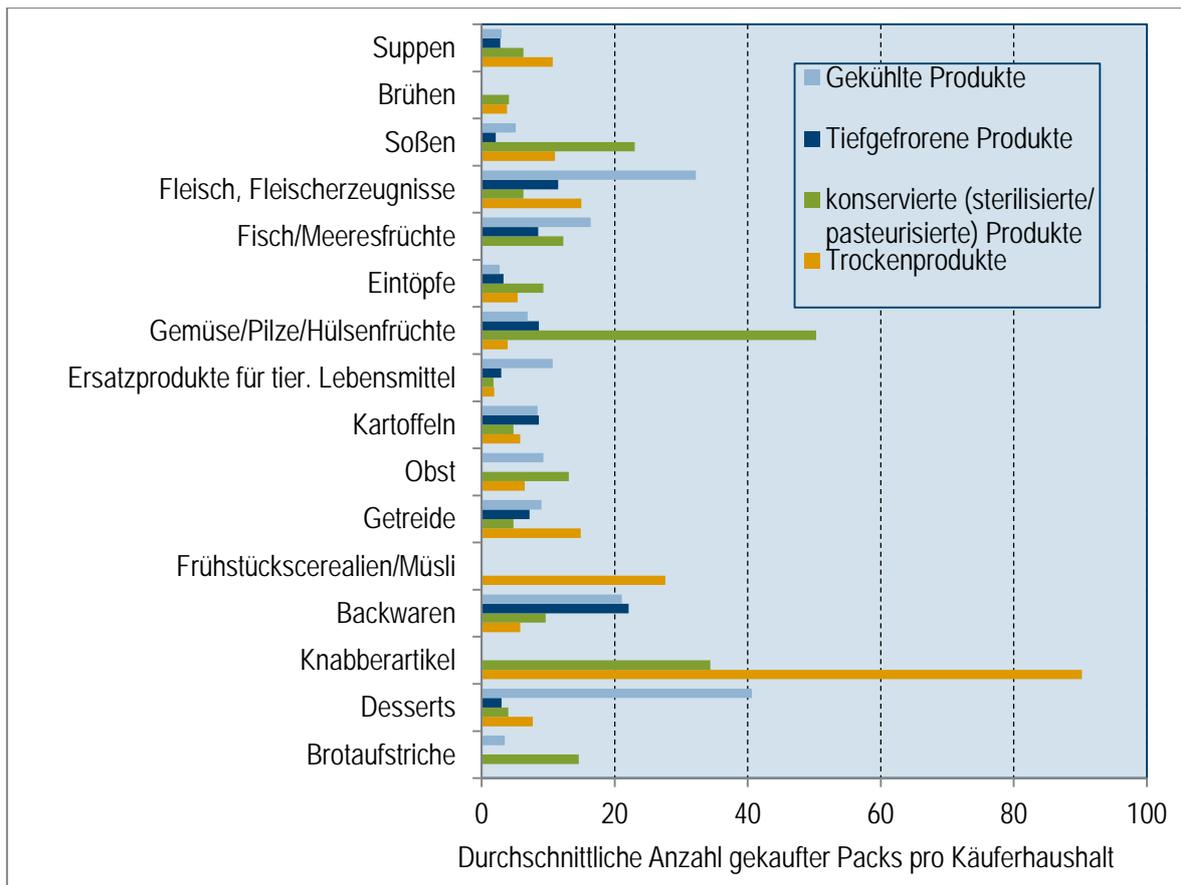


Abbildung 4: Durchschnittliche Anzahl gekaufter Packs pro Käuferhaushalt im Jahr 2015 in Abhängigkeit von der Lebensmittelgruppe sowie von der Zustandsform

## 4.2 Ergebnisse nach Produktgruppen

Bei jeder Produktgruppe werden zuerst die Daten zur Bedeutung bzw. zur Einschätzung der Einkaufshäufigkeit bzw. des Verzehrs in Deutschland (z. B. Pro-Kopf-Konsum/ Absatz/durchschnittliche Anzahl gekaufter Packs) der industriell vorgefertigten Produkte mit Angabe der Quelle dargestellt, darauf folgen die Angaben zur Anzahl (n) der in der Datenbank hinterlegten Produkte mit den Energie- und Nährwertgehalten für die **jeweils am häufigsten eingekaufte(n) Untergruppe(n)** und die entsprechenden Erläuterungen. Wenn in der Datenbank auch zu nicht häufig gekauften Produkten Daten zum Zeitpunkt des Berichts vorliegen, wurden diese teilweise ebenfalls abgebildet. Für den Bericht wurden 18 Produktgruppen mit insgesamt 167 Untergruppen gebildet.

## 4.2.1 Suppen

Für die Produktgruppe Suppen liegen Daten der GfK (Tabelle 7) vor:

Tabelle 7: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Suppen nach Zustandsform (GfK)

Suppen	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
Suppen insgesamt	296,983	11,8	25,099	63,7
Suppen gekühlt	2,851	3,0	0,938	2,4
Suppen tiefgefroren	3,021	2,8	1,074	2,7
Suppen konserviert	86,696	6,3	13,731	34,9
Suppen Trockenprodukte	204,415	10,7	19,095	48,5
Instantsuppen	29,991	6,1	4,937	12,5
Tütensuppen/Kochsuppen	174,424	10,0	17,370	44,1

Von den im Jahr 2015 eingekauften Suppen entfallen 29 % auf konservierte Produkte und 69 % auf Trockenprodukte. Bei den weitaus am häufigsten gekauften Trockenprodukten entfallen 85 % auf Kochsuppen und 15 % auf Instantprodukte.

Tabelle 8: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Suppen in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Suppen	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min
Suppen konserviert																				
Suppen	119	52	443	12	107	2,5	0,1	7,8	0,0	3,8	0,3	10,6	2,0	0,2	6,6	0,5	8,0	1,1	0,3	1,7
Suppen Trockenprodukte																				
Instantsuppen	52	18	354	4	84	1,4	0,0	3,5	0,0	2,1	0,0	12,0	1,6	0,0	5,9	0,4	2,5	1,0	0,6	1,4
Tütensuppen/Kochsuppen	124	66	530	15	130	1,0	0,0	9,0	0,0	4,5	1,5	14,7	1,0	0,0	4,4	0,4	6,0	0,9	0,6	1,3

Unterschiede in den Energie- und Nährwertgehalten ergeben sich prinzipiell aus den zugrunde gelegten Rezepturen. So weisen gebundene Suppen wegen der unterschiedlichen Zutaten (Kartoffel-, Erbsen-, Linsensuppe sowie Cremesuppen) höhere Kohlenhydratgehalte als klare Suppen auf.

### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Fettgehalte von Dosensuppen liegen zwischen 0,1 g und 7,8 g pro 100 g verzehrfertiger Menge, dabei liegen über ein Drittel der Suppen über dem Mittelwert von 2,5 g. Dies sind in erster Linie gebundene Suppen, Cremesuppen und Suppen mit Fleischeinlage bzw. Klößchen. Bei den Trockenprodukten weisen Instantsuppen (nur noch mit kochendem Wasser aufgießen) und Kochsuppen (nach Flüssigkeitszugabe noch kochen lassen)

ähnliche Fettgehalte auf (Maximalwerte bei 3,5 g bzw. 9 g). Der Maximalwert von 9 g pro 100 g zubereiteter Suppe bezieht sich auf eine mit dem Fixprodukt „Hackfleisch Käse-Suppe mit Lauch“ hergestellte Suppe. Auch bei den Trockensuppen sind höhere Fettgehalte bei gebundenen Suppen und Cremesuppen festzustellen.

Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Überdurchschnittlich hohe Zuckergehalte finden sich bei den verzehrfertigen Suppen in allen drei am Markt erhältlichen Zustandsformen in erster Linie bei Tomatensuppen; Tomaten-Dosensuppen bewegen sich bis auf eine Ausnahme zwischen 3,2 g bis 6,6 g (17 von 18 Tomatensuppen). Bei den mit Tomatensuppen-Trockenprodukten hergestellten Produkten liegen die Zuckergehalte zwischen 2 g und 5 g Zucker (20 von 21 Tomatensuppen). Unter den Instantsuppen hat eine polnische Rote Bete Trockensuppe den höchsten Zuckergehalt (5,9 g).

Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Salzgehalte der erfassten Produkte liegen im Mittel zwischen 1,09 g (Konserven), 0,91 g (Kochsuppe/Trockenprodukt) und 0,97 g (Instanten/Trockenprodukt; Tabelle 8). Bei Dosensuppen lagen 60 %, bei den Kochsuppen 40 % und bei Instantsuppen 48 % der Produkte über dem Mittelwert. Wird bei Kochsuppen/Trockenprodukt eine häufig angegebene Portionsgröße von 250 g, bei Instantsuppen/Trockenprodukt eine von 150 g und bei Dosensuppen eine von 200 g - 260 g angenommen, liegen die Salzgehalte pro Portion durchschnittlich zwischen 1,46 g und 2,5 g; dies entspricht 24 % bzw. 42 % des Orientierungswerts der DGE zur Salzzufuhr von 6 g pro Tag (DGE, 2016).

**4.2.2 Brühen**

Brühen werden nach der Zustandsform untergliedert in Brühen als Trockenprodukte und konservierte (sterilisierte/pasteurisierte) Brühen (Tabelle 9). Daten über die Einkaufshäufigkeit gekühlter und tiefgefrorener Brühen sind weder in den Daten der GfK enthalten, noch konnten solche Produkte bei der Internetrecherche zu den Energie- und Nährwertgehalten ermittelt werden.

Tabelle 9: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Brühen nach Zustandsform (GfK)

Brühen	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
Brühen, insgesamt	120,820	4,8	25,430	64,6
<i>Brühen Trockenprodukte</i>	<i>87,259</i>	<i>3,8</i>	<i>22,898</i>	<i>58,2</i>
<i>Brühen konserviert</i>	<i>33,562</i>	<i>4,1</i>	<i>8,198</i>	<i>20,8</i>

Im Jahr 2015 haben mehr als 25 Mio. Haushalte, das entspricht fast zwei Dritteln (64,6%) aller deutschen Haushalte, mindestens einmal eine vorgefertigte Brühe gekauft.

Trockenprodukte wurden von fast dreimal so viel Haushalten gekauft wie konservierte Brühen. Sowohl Käufer von Trockenprodukten als auch von konservierten Brühen kauften im Durchschnitt 4 Packs.

In Tabelle 10 werden nur Energie- und Nährwertdaten ausgewiesen, die sich auf das verzehrfertige Produkt pro 100 g beziehen. Produkte, bei denen sich die Energie- und Nährwertdaten auf den Packungsinhalt des Trockenproduktes beziehen, wurden außer Acht gelassen. Sowohl bei den Brühen aus Trockenprodukten als auch bei den konservierten Brühen sind Fleisch-, Geflügel- und Gemüsebrühen in verschiedenen Konzentrationen (z. B. Fonds, Consommés) einbezogen.

Tabelle 10: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Brühen in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Brühen	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
	n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max
<i>Brühen konserviert</i>																				
Brühen	27	12	211	3	50	0,4	0,0	2,1	0,0	1,0	0,1	1,4	0,3	0,0	1,0	0,0	2,9	1,0	0,0	1,6
<i>Brühen Trockenprodukte</i>																				
Brühen	53	8	134	2	32	0,6	0,0	2,1	0,0	1,2	0,1	3,4	0,6	0,0	2,9	0,0	0,6	0,9	0,1	2,0

Fettgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Sowohl bei den aus Trockenprodukten hergestellten Brühen als auch bei den konservierten Brühen liegt der Fettgehalt pro 100 g verzehrfertiger Brühe zwischen 0 g und 2,1 g. Die Mehrzahl der Brühen hat einen Fettgehalt von maximal 0,6 g (49 der 53 aus Trockenprodukten hergestellten Brühen und 22 der 27 konservierten Brühen). Den höchsten Fettgehalt bei den aus Trockenprodukten hergestellten Brühen haben „Fond Wok-Würfel“ verschiedener Geschmacksrichtungen mit 1,7 g bis 2,1 g Fett, bei denen Palmöl ein Hauptbestandteil ist. Bei den konservierten Brühen haben eine Rinder- und eine Hühnerbrühe, in denen Fleischstücke enthalten sind, den höchsten Fettgehalt von 2,1 g bzw. 1,8 g.

Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die aus Trockenprodukten hergestellten Brühen haben einen maximalen Zuckergehalt von 2,9 g und die konservierten Brühen von maximal 1,0 g. Wenn bei den aus Trockenprodukten hergestellten Brühen die vier Brühen mit dem höchsten Zuckeranteil, die „Fond Wok-Würfel“ mit 1,6 g bis 2,9 g Zucker, außer Acht gelassen werden, bei denen neben Palmöl auch Zucker ein Hauptbestandteil ist, so haben alle anderen aus Trockenprodukten hergestellten Brühen (49 von 53) ebenfalls einen Zuckergehalt von maximal 1,0 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt.

Salzgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Salzgehalt der Brühen liegt bei maximal 2,0 g bei den getrockneten „Fond Wok-Würfeln“ und 1,6 g bei einem Bio-Geflügelfond aus dem Glas. Die Mehrzahl der Brühen, 48 der 53 aus Trockenprodukten hergestellten Brühen und 26 der konservierten 27 Brühen, haben einen Salzgehalt von maximal 1,2 g. Bei einer Portionsgröße von 250 g

(DGH, 1992) sind dies 3 g Salz (ca. ein halber Kaffeelöffel) pro Portion bzw. die Hälfte des Orientierungswerts der DGE für die Salzzufuhr von 6 g pro Tag (DGE, 2016).

### 4.2.3 Soßen

Tabelle 11 zeigt Daten der GfK zur Beschreibung der Verwendung der Produktgruppe Soßen im Jahr 2015.

Tabelle 11: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Soßen nach Zustandsform (GfK)

Soßen	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Soßen insgesamt</b>	<b>1.233,329</b>	<b>32,3</b>	<b>38,169</b>	<b>96,9</b>
<i>Soßen gekühlt</i>	<i>69,493</i>	<i>5,1</i>	<i>13,624</i>	<i>34,6</i>
<i>Soßen tiefgefroren salzig</i>	<i>0,704</i>	<i>2,1</i>	<i>0,330</i>	<i>0,8</i>
<i>Soßen konserviert</i>	<i>872,056</i>	<i>23,0</i>	<i>37,838</i>	<i>96,1</i>
Dessertsoßen 'süß'	25,160	3,3	7,565	19,2
Soßen 'salzig'	846,896	22,4	37,779	96,0
Mayonnaise/Remoulade	136,929	5,3	25,851	65,7
Ketchup	134,098	5,0	26,817	68,1
Würzsoßen	148,683	5,9	25,363	64,4
Pastasoßen/Fixsoßen	131,753	6,6	19,975	50,7
Klassische Soßen (Hollandaise, Grüne, Soße, Braten/Rahm)	70,233	5,4	13,062	33,2
Salatsoßen	47,936	4,4	10,918	27,7
<i>Soßen Trockenprodukte</i>	<i>291,076</i>	<i>11,1</i>	<i>26,296</i>	<i>66,8</i>
Soßen 'salzig'	278,014	11,0	25,252	64,1
Klassische Soßen	182,075	8,8	20,736	52,7
Salatsoßen	80,143	6,1	13,241	33,6

Im Jahr 2015 kauften knapp 38 Mio. Haushalte (96,1 %) mindestens einmal eine konservierte Soße. Dabei wurden durchschnittlich 23 Einheiten pro Käuferhaushalt gekauft. Auch erwarben 68,1 % der Haushalte durchschnittlich 5 Packs Ketchup-Soßen pro Käuferhaushalt; insgesamt wurden 134 Mio. Packs im Jahr 2015 gekauft. Auch kauften über 50 % der Haushalte weitere konservierte Soßen wie Mayonnaise/Remouladen, Würzsoßen, Pastasoßen/Fixsoßen sowie Trockenprodukte ('salzige' Soßen; klassische Soßen). Knapp ein Fünftel (19,2 %) der Haushalte kaufte 'süße' Dessertsoßen.

Tabelle 12: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Soßen in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Soßen	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																					
	Anzahl	Energie [kJ]			Energie [kcal]			Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]			Salz [g]	
	n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max
<i>Soßen konserviert</i>																						
Dessertsoßen 'süß'	18	464	1689	111	400	2,2	0,0	10,8	0,0	19,3	18,3	77,6	36,6	13,1	60,0	0,0	3,7	0,1	0,0	0,6		
<i>Soßen 'salzig'</i>																						
Mayonnaise/Remoulade	46	438	3116	105	757	51,9	4,8	82,0	0,9	18,0	0,1	14,1	4,7	0,0	10,5	0,0	3,6	1,3	0,6	2,1		
Ketchup	65	164	750	39	176	0,3	0,1	1,0	0,0	0,3	5,8	41,7	22,6	5,2	37,5	0,4	2,5	2,2	0,3	3,9		
Würzsoßen	256	119	2532	28	615	9,8	0,0	65,0	0,0	9,0	1,0	55,0	19,4	0,0	54,9	0,0	17,0	2,9	0,0	18,3		
Pastasoßen/Fixsoßen	173	77	2510	18	609	12,5	0,0	60,9	0,0	18,3	0,3	34,0	5,9	0,0	19,1	0,3	8,9	1,6	0,1	7,0		
Klassische Soßen (Hollandaise, Grüne, Braten/Rahm)	35	90	1926	20	460	14,1	0,1	50,0	0,1	17,0	2,0	14,3	2,5	0,5	10,7	0,4	4,9	1,3	0,6	3,0		
Salatsoßen	46	113	1498	27	362	17,1	0,1	32,1	0,0	4,0	5,0	18,0	8,7	0,5	17,0	0,1	3,0	1,9	0,9	3,2		
<i>Soßen Trockenprodukte</i>																						
<i>Soßen 'salzig'</i>																						
Klassische Soßen	85	51	1831	12	438	4,8	0,0	45,0	0,0	28,0	0,8	10,8	1,5	0,2	7,5	0,3	4,0	1,1	0,4	1,8		
Salatsoßen	25	350	1900	85	440	35,3	3,0	47,0	2,0	7,0	4,7	13,0	5,1	2,0	12,0	0,2	3,0	2,1	1,2	3,1		

### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die mittleren Fettgehalte weisen eine große Spannbreite auf (0,3 g - 51,9 g). Den höchsten mittleren Fettgehalt haben die Mayonnaisen und Remouladen. Über dem durchschnittlichen Fettgehalt liegt knapp ein Drittel (32,8 %) aller erfassten Mayonnaisen/Remouladen. Darunter hat eine Mayonnaise („légère leichter als Mayonnaise“) mit knapp 5 g den geringsten Fettgehalt.

Unter den Salatsoßen, die mit Hilfe von Trockenprodukten zubereitet werden, weisen cremige Salatsoßen mit Joghurt Fettgehalte von 3 g - 3,5 g (n=4) auf. Klare Salatsoßen ohne Joghurt weisen mit 23 g - 46 g Fett hingegen höhere Gehalte auf (n=21). Über dem durchschnittlichen Fettgehalt von 35,3 g liegen mehr als Hälfte (56 %) aller erfassten Salatsoßen, die mit einem Trockenprodukt zubereitet werden.

### Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Neben den süßen Dessertsoßen enthalten Ketchup und Würzsoßen mit Mittelwerten von 22,6 g und 19,4 g hohe Zuckergehalte (Maximalwerte: 37,5 g und 54,9 g Zucker). Insgesamt liegen alle Maximalwerte der Zuckergehalte der konservierten salzigen Soßen im zweistelligen Bereich.

Über dem durchschnittlichen Zuckergehalt liegen 55 % aller erfassten Ketchup-Soßen. 7 % aller Würzsoßen weisen sogar einen Zuckergehalt zwischen 40 g und 55 g auf. Darunter verschiedene Chutneys, Süß-Sauer-Soßen sowie Chili- und Barbecue-Soßen. Damit erreichen die Zuckergehalte einiger Würzsoßen nahezu gleich hohe Werte wie die Dessertsoßen (MW: 36,6 g; Maximum: 60 g).

### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Mittelwerte der herzhaften Soßen liegen im Bereich von 1,1 g und 2,9 g. Den höchsten Salzgehalt hat mit 18,3 g eine Würzsoße (Mittelwert von 2,9 g). Über dem Mittelwert liegen lediglich ein Fünftel der ausgewiesenen Würzsoßen (20,3 %). Produkte mit Salzgehalten zwischen 10 g und 18 g sind überwiegend Sojasoßen und weitere asiatische

Würzsoßen (Wok Soße, Teriyaki, Sambal Badjak, Sambak'I Oelek). Unter den Pasta-soßen/Fixsoßen hat ein Bärlauch-Pesto mit 7 g den höchsten Salzgehalt.

#### **4.2.4 Fleisch und Fleischerzeugnisse**

Daten über den Einkauf vorgefertigter industriell hergestellter Produkte dieser Produktgruppe stammen mit Ausnahme von (ungewürztem) Fleisch, Wurst, Schinken und Würstchen von der GfK. Zur Einschätzung der Bedeutung von Wurst, Schinken und Würstchen wurde auf Informationen des Statistikportals „Statista“ sowie des Bundesverbandes der Deutschen Fleischindustrie e.V. zurückgegriffen. Im Folgenden werden zuerst die Daten der GfK zur Beschreibung der Verwendung der Produktgruppe Fleisch und Fleischerzeugnisse im Jahr 2015 (Tabelle 13) sowie die Energie- und Nährwertgehalte der entsprechenden Produktgruppen (Tabelle 14) dargestellt. Im Anschluss werden die Daten zu Wurst, Schinken und Würstchen (**Wurstwaren**) aufgegriffen.

##### **Produkte aus Fleisch und Fleischerzeugnissen (außer Wurst, Schinken und Würstchen)**

91,6 % der privaten Haushalte in Deutschland kauften im Jahr 2015 mindestens einmal gekühltes Fleisch und/oder Fleischerzeugnisse ein, während 65,9 % tiefgefrorene Produkte erwarben. Die höchste Anzahl Packs (449,590 Mio.) entfielen auf gekühlte, fertig zubereitete Fleischprodukte, die von knapp 80 % der Haushalte (durchschnittlich 14,5 Packs pro Käuferhaushalt) erworben wurden. Geringe Käuferreichweiten sind unter anderem bei gekühlten Produkten wie Würstchengerichten (14,6 %), aber auch bei konservierten Hackfleischgerichten (9,7 %) sowie bei Fleisch in Konserven (10,5 %) zu vermerken (Tabelle 13).

Tabelle 13: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Fleisch und Fleischerzeugnissen nach Zustandsform (GfK)

Fleisch und Fleischerzeugnisse	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Fleisch, Fleischerzeugnisse insgesamt</b>	<b>1.828,246</b>	<b>49,0</b>	<b>37,331</b>	<b>94,8</b>
<i>Fleisch, Fleischerzeugnisse gekühlt</i>	<i>1.160,981</i>	<i>32,2</i>	<i>36,076</i>	<i>91,6</i>
Fleisch-/Wurstsalate	241,302	10,2	23,568	59,9
Fertig-/Teilfertiggerichte	194,909	9,0	21,554	54,7
Hacksteak, Frikadelle, Hamburger	117,856	6,7	17,501	44,5
Wurst, Würstchengerichte	35,069	6,1	5,764	14,6
Fleisch gewürzt/paniert/mariniert	265,888	10,6	25,021	63,5
Fertig zubereitetes Fleisch (z. B. in Scheiben)	449,590	14,5	30,964	78,6
<i>Fleisch, Fleischerzeugnisse tiefgefroren</i>	<i>298,678</i>	<i>11,5</i>	<i>25,951</i>	<i>65,9</i>
Fertig-/Teilfertiggerichte	146,855	7,5	19,475	49,5
Hähnchen Nuggets/Sticks	43,481	4,6	9,497	24,1
Fleisch gewürzt/paniert/mariniert	151,824	7,3	20,708	52,6
Schnitzel/Cordon Bleu	54,470	4,6	11,749	29,8
<i>Fleisch, Fleischerzeugnisse konserviert</i>	<i>81,310</i>	<i>6,3</i>	<i>12,994</i>	<i>33,0</i>
Fertig-/Teilfertiggerichte	61,886	6,4	9,705	24,6
Hackfleischgerichte (inkl. Burger/Frikadellen)	14,936	3,9	3,825	9,7
Gulasch/Ragout/Geschnetzeltes/Frikassee	23,539	4,1	5,745	14,6
Fleischgerichte in Konserven	12,852	3,1	4,117	10,5
<i>Fleisch, Fleischerzeugnisse Trockenprodukte</i>	<i>287,277</i>	<i>15,0</i>	<i>19,149</i>	<i>48,6</i>
Fix für Hackfleischprodukte (inkl. Bolognese)	114,399	8,9	12,881	32,7
Fix für Gulasch/Geschnetzeltes	82,792	7,2	11,511	29,2
Fix für Braten/Filet/Kotelett/Medaillons/Rouladen	35,032	6,0	5,836	14,8

Tabelle 14: Spannweiten der Energie- und Nährwertgehalte von Fleisch und Fleischerzeugnissen in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Fleisch und Fleischerzeugnisse	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]		dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]		Protein [g]		Salz [g]				
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min
<i>Fleisch, Fleischerzeugnisse gekühlt</i>																				
Fleisch-Wurstsalate	53	347	1681	82	408	22,1	2,2	40,5	0,8	8,4	1,0	13,4	4,9	1,0	9,4	2,5	23,8	1,5	0,4	3,8
<i>Fertig-/Teilfertiggerichte</i>																				
Hacksteak, Frikadelle, Hamburger	16	392	1261	94	304	16,5	4,2	23,0	1,8	8,7	5,0	17,0	2,1	0,1	13,0	4,8	18,0	1,8	0,8	2,2
Wurst-, Würstchengerichte	13	427	946	103	227	11,8	6,5	15,0	2,0	6,0	3,9	15,0	7,1	1,0	13,0	4,0	9,0	1,8	1,5	2,3
Sonstige Fertig-/Teilfertiggerichte	17	365	1304	87	314	10,8	2,3	26,0	0,4	12,7	0,1	27,0	1,9	0,1	9,6	4,9	21,9	1,5	0,8	2,2
Fleisch gewürzt/paniert/mariniert	84	430	1403	102	339	11,3	1,0	30,0	0,3	12,0	0,0	21,0	0,8	0,0	4,1	14,3	25,0	1,4	0,4	2,5
Fertig zubereitetes Fleisch (in Scheiben)	35	401	943	95	227	3,7	1,0	16,5	0,3	8,5	0,3	6,0	0,9	0,2	6,0	16,0	26,5	2,2	1,4	2,8
<i>Fleisch, Fleischerzeugnisse tiefgefroren</i>																				
<i>Fertig-/Teilfertiggerichte</i>																				
Hähnchen, Nuggets/Sticks	12	504	1086	119	259	6,5	0,7	13,0	0,2	3,5	10,9	23,0	2,5	0,3	8,4	9,2	20,0	1,0	1,3	1,6
Sonstige Fertig-/Teilfertiggerichte	124	264	1280	63	307	7,5	0,9	21,2	0,2	10,6	0,1	34,0	2,4	0,0	10,0	3,5	19,6	1,2	0,6	2,2
<i>Fleisch gewürzt/paniert/mariniert</i>																				
Schnitzel/Cordon Bleu	22	719	1048	171	251	10,4	7,3	13,4	0,8	4,2	8,8	22,4	1,4	0,2	2,6	13,6	18,5	1,2	0,3	1,6
Sonstiges Fleisch gewürzt/paniert/mariniert	72	404	1429	96	345	11,5	1,4	30,0	0,4	10,0	0,0	23,0	1,1	0,0	8,4	9,7	30,4	1,1	0,2	2,4
<i>Fleisch, Fleischerzeugnisse konserviert</i>																				
<i>Fertig-/Teilfertiggerichte</i>																				
Hackfleischgerichte (inkl. Burger/Frikadellen)	29	323	777	77	187	6,2	1,1	14,0	0,3	5,5	0,7	15,1	2,1	0,2	6,0	0,7	9,0	1,1	0,5	1,6
Gulasch/Ragout/Geschnetzeltes/Frikassee	31	298	577	71	138	3,2	1,0	7,0	0,3	2,9	3,9	17,7	2,6	0,5	8,0	3,1	12,0	1,1	0,3	3,1
Sonstige Fertig-/Teilfertiggerichte	25	222	806	53	195	3,6	0,8	17,0	0,1	10,2	3,0	15,0	2,6	0,8	8,0	2,4	8,1	1,2	0,6	2,1
Fleisch in Konserven	26	319	2580	75	627	14,0	0,8	66,4	0,4	21,4	0,0	9,4	1,2	0,0	5,5	3,6	23,0	1,5	0,5	2,3
<i>Fleisch, Fleischerzeugnisse Trockenprodukte</i>																				
Fix für Hackfleischprodukte (inkl. Bolognese)	14	493	1048	118	252	3,8	4,4	17,6	1,4	7,0	3,6	48,0	0,4	0,6	2,7	5,9	17,4	0,9	0,7	7,5
Fix für Gulasch/Geschnetzeltes	15	368	842	88	201	7,1	2,0	12,0	0,3	4,4	2,4	11,0	1,7	0,3	4,4	6,8	18,0	0,9	0,7	1,2
Fix für Braten/Filet/Kotelett/Medaillons/Rouladen	12	373	950	89	230	7,7	2,5	18,0	0,6	6,0	2,0	5,3	1,4	0,2	3,8	11,2	18,0	0,8	0,6	1,0

Produkte, bei denen den Angaben des Herstellers zufolge nicht erkennbar ist, ob sich die Energie- und Nährwertdaten auf das verzehrfertige Produkt oder auf den Packungsinhalt beziehen, wurden auf Plausibilität geprüft. Aufgrund eingeschränkter Vergleichbarkeit sind Energie- und Nährwertdaten mit Bezug auf den Packungsinhalt nicht in die Auswertung eingeschlossen.

Unter gekühltem, fertig zubereitetem Fleisch (in Scheiben) wird kein herkömmliches Fertigprodukt verstanden, sondern vorverpackter Fleischaufschnitt (z. B. Bratenaufschnitt, Hähnchenbrustfiletaufschnitt).

### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die fettreichsten Fleischerzeugnisse sind Schmalzfleisch-Produkte, die zu Fleisch in Konserven gezählt werden. Am fettreichsten ist dabei ein Produkt mit einem Gehalt von 66 g Fett. Der mittlere Fettgehalt von Fleisch in Konserven liegt bei 14 g, Schmalzfleisch-Produkte stellen somit Ausnahmen dar. 23 % der Fleisch- und Wurstsalate liegen mit einem Fettgehalt über dem Mittelwert von 30 g pro 100 g oberhalb der Maximalwerte vieler anderer Fleischerzeugnisse (Tabelle 14). Während Schmalzfleisch überwiegend als Brotaufstrich Verwendung findet, wird davon ausgegangen, dass Fleisch- sowie Wurstsalate in weitaus höheren Mengen verzehrt werden. So kann die Fettaufnahme über den Verzehr einer Schale Fleischsalat (150 g) bei 61,5 g liegen. Bei den meistgekauften Produkten, dem fertig zubereiteten Fleisch (in Scheiben), liegt der durchschnittliche Fettgehalt bei 3,7 g pro 100 g, ein „Bauernbraten“ stellt mit 16,5 g Fett eine Ausnahme dar.

### Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Hohe Zuckergehalte werden sowohl bei gekühlten als auch bei tiefgefrorenen Produkten der Gruppe Fleisch und Fleischerzeugnisse erreicht (Maximalwerte von 13 g bzw. 10 g). Bei gekühlten Hacksteaks, Frikadellen und Hamburgern ist jedoch zu beachten, dass die Spannbreiten groß und der Mittelwert mit 2,1 g niedrig ist. „Frikadellen in Currysauce“ (13 g Zucker) stellen somit eine Ausnahme unter den gekühlten Fleischerzeugnissen dar. Gekühlte Würstchengerichte weisen die höchsten Zuckergehalte auf, dabei liegt die Mehrheit der Produkte über dem Mittelwert von 7,1 g. Häufig sind dies Curry-Gerichte (sechs von sieben Produkten); diese Produkte haben jedoch eine vergleichsweise geringe Käuferreichweite (14,6 %; Tabelle 13). Über die Hälfte der Haushalte hingegen erwarb gewürzte, panierte oder marinierte TK-Produkte mit einem durchschnittlichen Zuckergehalt von lediglich 1,1 g. In asiatischen Gerichten („süß-sauer Sauce“) oder in Gerichten mit BBQ-Dip kommen Zuckergehalte von 4 g - 8,4 g vor. Fleischgerichte, die mit Hilfe von Trockenprodukten (Fix-Produkten) zubereitet werden, weisen im Mittel (0,4 g - 1,7 g) die geringsten Zuckergehalte auf.

### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Den höchsten maximalen Salzgehalt von 7,5 g weist ein mit einem Trockenprodukt zubereitetes Hackfleischprodukt auf. Dieses stellt eine Ausnahme unter den mit Trockenprodukten zubereiteten Gerichten dar (mittlerer Salzgehalt von 0,9 g). Hohe Salzgehalte weisen bei den Wurst-/Fleischsalaten ein Carpaccio-Produkt mit beigelegtem Salatdressing mit 3,8 g und bei den konservierten Fertiggerichten ein „Schlemmergulasch“ mit 3 g Salz auf.

### **Wurstwaren: Wurst, Schinken, Würstchen sowie Erzeugnisse in Dosen/Konserven**

Daten zur Einkaufsmenge sowie zum Pro-Kopf-Konsum verschiedener Sorten von Fleischerzeugnissen sind dem Statistikportal „Statista“ entnommen (DFV, 2015) und nachfolgend in Tabelle 15 aufgeführt.

Tabelle 15: Angaben über die Einkaufsmenge (2014) vorverpackter Ware und Konserven [%] sowie zum Pro-Kopf-Konsum [kg] in Abhängigkeit von der Wurstsorte bei Fleisch- und Wurstwaren

Wurstwaren	Einkaufsmenge [%]		Pro-Kopf-Konsum [kg]	
	Vorverpackt	Konserven	2013	2014
<b>Wurstwaren insgesamt</b>	<b>66,1</b>	<b>5,0</b>	<b>29,6</b>	<b>29,5</b>
Brühwurst	66,3	2,8	7,1	7,0
Rohwurst	73,1	0,2	5,3	5,2
Schinken	79,6	0,2	4,8	4,8
Würstchen	61,9	19,5	4,1	4,2
Bratwurst	73,9	0,3	2,6	2,7
Kochwurst	49,7	8,5	2,7	2,6
Aufschnitt	26,3	-	0,9	0,9
Aspikwaren/Sülze	38,2	19,2	0,8	0,8
Speck	85,2	-	0,7	0,7
Fleischpastete/Rouladen*	75,2	2,1	0,4	0,4
Braten*	52,8	-	0,2	0,2

\* Auswertung der Energie- und Nährwertdaten siehe Tabelle 14

Im Jahr 2014 wurden über 50 % der Wurstwaren, mit Ausnahme von Kochwurst, Aspikwaren/Sülzen und Aufschnitt, vorverpackt gekauft, bei Speck waren es sogar 85 %. Je ca. 20 % der Würstchen und Aspikwaren/Sülzen wurden als Konserven gekauft (Tabelle 15). Der Pro-Kopf-Konsum lag in den Jahren 2013 und 2014 bei knapp 30 kg. Der Verzehr von Brüh- und Rohwürsten ist mit 7 bzw. 5,2 kg (2014) am höchsten, gefolgt von Schinken und Würstchen mit einem Pro-Kopf-Konsum von 4,8 und 4,2 kg pro Jahr.

Zur Darstellung der Energie- und Nährwertdaten wurden die Wurstwaren in Anlehnung an den Bundesverband der Deutschen Fleischindustrie e.V. in folgende Kategorien gegliedert (BVDF, 2016):

- Brühwurst (Fleischkäse, Fleischwurst, Schinkenwurst, Bratwürste)
- Rohwurst (Salami, Speck, Tee-, (Streich-) Mettwurst, Landjäger)
- Kochwurst (u. a. Blut-/Rotwurst, Aspik und Sülzen, Leberwürste)
- Schinken (gekochter und roher Schinken)

Bratwürste, Salami, Speck und Leberwürste werden aufgrund beachtlicher Unterschiede in den Energie- und Nährwertdaten gesondert betrachtet. Außerdem sind Würstchen und Wurst in Dosen bzw. Konserven sowie roher und gekochter Schinken getrennt aufgeführt.

Tabelle 16: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Wurstwaren in Abhängigkeit von der Wurstsorte pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Wurst, Schinken, Würstchen	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min
<i>Brühwurst</i>																				
Bratwurst	59	497	1926	118	466	22,6	4,0	43,0	1,2	17,4	0,1	2,7	0,6	0,0	1,7	11,0	28,0	2,1	0,0	3,2
Sonstige Brühwurst	131	414	1604	98	388	17,1	1,2	35,0	0,5	14,8	0,0	4,0	0,6	0,0	2,6	1,4	27,0	2,2	0,9	4,8
<i>Rohwurst</i>																				
Salami	74	972	2261	234	546	32,5	16,5	50,0	6,6	21,0	0,0	5,0	0,7	0,0	3,3	18,0	35,0	4,1	2,5	9,7
Speck	6	548	1741	131	422	25,3	7,0	40,2	2,4	17,4	0,0	1,0	0,3	0,0	0,5	14,3	16,3	2,4	0,9	3,0
Sonstige Rohwurst	51	494	2090	118	505	26,4	3,0	45,0	1,4	20,0	0,1	5,1	0,8	0,0	3,0	12,0	49,0	2,4	0,0	4,5
<i>Kochwurst</i>																				
Leberwurst	53	644	1671	155	405	26,8	11,0	39,0	2,8	18,0	0,0	7,6	1,0	0,0	6,0	6,7	16,8	1,9	1,0	3,0
Sonstige Kochwurst	14	484	1955	115	473	14,4	2,0	45,0	0,9	16,5	0,4	6,5	0,6	0,1	1,2	9,1	23,0	2,6	1,5	4,5
<i>Schinken</i>																				
Roher Schinken	46	482	1488	114	358	10,3	1,3	26,5	0,6	12,1	0,1	4,0	0,8	0,0	2,8	10,0	41,0	4,5	0,0	6,1
Gekochter Schinken	47	401	853	95	206	5,4	1,3	17,0	0,4	8,1	0,1	3,2	0,7	0,1	1,5	10,0	24,0	2,3	1,7	3,9
<i>Würstchen, Wurst in Dosen</i>																				
Würstchen	69	506	1321	121	319	21,6	7,0	42,0	2,1	12,4	0,0	4,4	0,6	0,0	3,7	9,2	19,0	2,0	1,2	5,8
Wurst in Dosen/Konserven	59	505	1653	120	400	19,5	2,4	38,0	1,8	15,0	0,0	8,7	0,5	0,0	2,0	6,7	24,3	1,9	1,0	2,5

Produkte, bei denen den Angaben des Herstellers zufolge nicht erkennbar ist, ob sich die Energie- und Nährwertdaten auf das verzehrfertige Produkt oder auf den Packungsinhalt beziehen, wurden auf Plausibilität geprüft. Bei einigen Würsten kann nicht ausgeschlossen werden, dass bei der Zubereitung Fett zugeführt wird. Da ein Verzehr dieser Lebensmittel jedoch auch ohne Fettzugabe möglich ist, wurden diese Produkte in der Tabelle 16 aufgeführt.

Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Salami und Leberwürste, sind mit einem minimalen Fettgehalt von 16,5 bzw. 11,0 g die fettreichsten Wurstsorten (Tabelle 16). Den höchsten Fettgehalt hat mit 50 g eine ungarische Salami. Dabei liegt der Fettgehalt bei 43 % der Salami-Produkte oberhalb des Mittelwertes von 33 g. Niedrige Fettgehalte weisen Wurstsorten aus Geflügelfleisch auf. Schinken ist im Vergleich zu anderen Wurstsorten mit einem minimalen Fettgehalt von je 1,3 g fettarm und weist auch bei den Maximalwerten geringere Fettgehalte auf. Insbesondere der maximale Fettgehalt von Kochschinken ist mit 17 g im Vergleich zu allen anderen Wurstsorten am geringsten.

Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die meisten Wurstwaren enthalten Zucker; die mittleren Gehalte liegen im Bereich von 0,3 g und 1 g. Ausnahmen bilden zwei Leberwurst-Produkte mit Äpfeln und Zwiebeln. Sie enthalten 5,2 und 6 g Zucker. Unter den Würstchen stellt eine „Münchener Weißwurst mit Senf“ ebenfalls eine Ausnahme dar; die Angabe von 3,7 g Zucker bezieht sich vermutlich auf die Weißwurst inklusive beigelegtem Senf. Die reine Wurst enthält der Zutatenliste zufolge allerdings Traubenzucker und Maltodextrin. Auch einige Salami-Produkte (n=6) weisen Zuckergehalte zwischen 2 g und 3,3 g auf. Unter den Schinken hat ein roher Schinken den höchsten Zuckergehalt (2,8 g).

### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Salami zählt zu den Rohwürsten, die den zweithöchsten Pro-Kopf-Verzehr aufweisen (Tabelle 15). Hohe Salzgehalte haben Salamisorten mit einem mittleren Gehalt von 4,1 g und einem Maximum von 9,65 g. Über dem durchschnittlichen Salzgehalt von 4,1 g liegt knapp ein Drittel (31,1 %) aller erfassten Salami-Produkte. Der durchschnittliche Salzgehalt der anderen Wurstsorten (mit Ausnahme von rohem Schinken) liegt hingegen bei ca. 2 g. Roher Schinken hat durch das Herstellungsverfahren (Salzen bzw. Pökeln) im Vergleich zu Kochschinken einen höheren Salzgehalt. Dies zeigt sich in den unterschiedlichen maximalen Gehalten der entsprechenden erfassten Produkte (6,1 g vs. 3,9 g) und in den Mittelwerten. Über dem Mittelwert von 4,5 g liegen 67 % der in der Datenbank erfassten rohen Schinkenprodukte. Salzgehalte nahe Null kommen in Wurstsorten wie Bratwurst, aber auch bei rohem Schinken und Rohwürsten vor.

#### 4.2.5 Fisch/Meeresfrüchte

Unter Fischprodukten werden im Folgenden Fisch/-erzeugnisse sowie Meeresfrüchte verstanden. Zur Beschreibung der Einkaufshäufigkeit und weiterer Merkmale dieser Produktgruppe liegen Daten der GfK (Tabelle 17) vor.

Tabelle 17: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Fisch/-erzeugnissen und Meeresfrüchten nach Zustandsform (GfK)

Fisch, Fischerzeugnisse + Meeresfrüchte	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käufer- haushalt	Käufer- haushalte [Mio.]	Käufer- reichweite [%]
<b>Fisch/-erzeugnisse + Meeresfrüchte (MF) insgesamt</b>	<b>1.134,599</b>	<b>30,8</b>	<b>36,846</b>	<b>93,6</b>
<i>Fisch/-erzeugnisse + MF gekühlt</i>	<i>526,932</i>	<i>16,4</i>	<i>32,055</i>	<i>81,4</i>
Fisch/-erzeugnisse + MF geräuchert	212,446	8,6	24,725	62,8
Fisch/-erzeugnisse + MF mariniert/gewürzt/eingelegt/Essig/Öl	179,262	7,2	24,898	63,2
Fisch/-erzeugnisse + MF-Salate	109,850	6,5	16,921	43,0
<i>Fisch/-erzeugnisse + MF tiefgefroren</i>	<i>233,195</i>	<i>8,5</i>	<i>27,422</i>	<i>69,6</i>
Fisch/-erzeugnisse + MF paniert	132,719	5,9	22,654	57,5
Schlemmerfilet	70,026	5,3	13,265	33,7
<i>Fisch/-erzeugnisse + MF konserviert</i>	<i>355,552</i>	<i>12,3</i>	<i>28,944</i>	<i>73,5</i>
Fisch/-erzeugnisse + MF in Soße/Gemüse	152,318	7,5	20,318	51,6
Fisch/-erzeugnisse + MF in Essig/Öl	111,423	6,4	17,424	44,3
Fisch/-erzeugnisse + MF ohne Öl/Natur	86,753	6,3	13,880	35,3
<i>Fisch/-erzeugnisse + MF Trockenprodukte</i>	<i>18,920</i>	<i>4,4</i>	<i>4,267</i>	<i>10,8</i>

Insgesamt haben 93,6 % der privaten Haushalte im Jahr 2015 mindestens einmal Fisch, Fischerzeugnisse und/oder Meeresfrüchte gekauft. Die meisten Käuferhaushalte erwarben dabei durchschnittlich 16 Packs gekühlte Produkte (insgesamt 526,932 Mio. Packs). Aber auch tiefgefrorene Fischprodukte wurden von der Mehrheit der privaten Haushalte (69,6 %) gekauft. Darunter fallen insbesondere panierte Fischprodukte ins Gewicht, von denen 57,5 % aller Haushalte durchschnittlich 6 Packs kauften. Zudem haben knapp Dreiviertel der privaten Haushalte im Jahr 2015 mindestens einmal Fischprodukte in Konserven gekauft. Dabei waren die meisten in Soße oder Gemüse eingelegte Fischprodukte (152,318 Mio. Packs; Tabelle 17).

Tabelle 18: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Fisch/-erzeugnissen und Meeresfrüchten in Abhängigkeit der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Fisch, Fischerzeugnisse und Meeresfrüchte (MF)	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																					
	Anzahl	Energie [kJ]			Energie [kcal]			Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max	
<i>Fisch/-erzeugnisse + MF gekühlt</i>																						
Fisch/-erzeugnisse + MF geräuchert	22	491	1529	117	371	14,4	3,1	37,0	0,8	4,7	0,0	4,1	0,6	0,0	3,9	6,2	25,0	2,5	1,0	3,9		
Fisch/-erzeugnisse + MF mariniert/ gewürzt/eingelegt/Essig/Öl	21	421	1479	101	358	15,1	4,9	34,1	0,6	4,2	0,0	20,0	3,8	0,0	20,0	8,1	18,4	4,0	0,9	9,4		
Fisch/-erzeugnisse + MF-Salate	31	716	1735	172	420	23,3	12,2	41,1	1,0	4,0	3,0	11,4	6,4	2,0	10,6	3,8	10,2	1,7	1,0	2,6		
<i>Fisch/-erzeugnisse + MF tiefgefroren</i>																						
Fisch/-erzeugnisse + MF paniert	113	381	1095	90	263	7,4	0,2	16,5	0,0	5,8	3,0	29,5	1,1	0,0	10,0	6,1	24,7	1,0	0,3	2,8		
Schlemmerfilet	36	370	936	88	225	7,9	3,3	16,0	0,7	7,5	1,8	20,0	1,5	0,3	8,9	4,5	15,0	1,0	0,4	1,4		
<i>Fisch/-erzeugnisse + MF konserviert</i>																						
Fisch/-erzeugnisse + MF in Soße/ Gemüse	94	511	1150	122	277	13,4	4,3	22,3	0,0	5,1	1,6	12,7	4,4	0,6	11,0	7,1	16,5	1,2	0,6	2,3		
Fisch/-erzeugnisse + MF in Essig/ Öl	44	398	1721	95	417	17,8	3,8	41,0	0,0	7,5	0,0	12,7	1,3	0,0	9,6	6,7	25,5	1,8	0,5	7,3		
Fisch/-erzeugnisse + MF ohne Öl/ Natur	4	252	508	59	121	2,9	0,6	5,0	0,2	1,2	0,0	1,5	0,5	0,0	1,3	12,0	25,5	1,0	0,8	1,5		

Zu beachten ist, dass durch das Anbraten in Öl eine zusätzliche Fettzufuhr bei einigen Fischprodukten nicht ausgeschlossen werden kann.

#### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Am fettreichsten sind Fischprodukte, die geräuchert, in Öl eingelegt oder mit fettreichen Soßen angemacht sind. Dies trifft vor allem für die gekühlten und konservierten Produkte mit Mittelwerten zwischen 13,4 g und 23,3 g zu. Dabei finden sich bei den gekühlten Fischsalaten mit einem minimalen Fettgehalt von 12 g und einem maximalen Fettgehalt von 41,4 g die höchsten Werte, zudem liegt knapp die Hälfte dieser Produkte über dem durchschnittlichen Fettgehalt von 23 g. Dies ist durch die mit Mayonnaise angemachten Shrimps- oder Krabbensalate (37 g bzw. 41 g) zu erklären. Im Gegensatz dazu liegen mit Cocktailsoße angemachte Garnelen bzw. Flusskrebssalate mit weniger als 15 g Fett darunter.

#### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Unabhängig von der Zustandsform enthalten nahezu alle häufig gekauften Fischprodukte (Tabelle 17) Zucker mit Durchschnittsgehalten von 0,5 g - 6,4 g. Geringe Zuckergehalte haben Produkte wie Räucherfische oder naturbelassene Produkte. Die Fisch- und Meeresfrüchtesalate weisen mit durchschnittlich 6,4 g höhere Zuckergehalte auf, denn der Zuckergehalt von knapp über der Hälfte dieser Produkte liegt oberhalb des Mittelwertes. Mit einem Zuckergehalt von 20 g enthält ein in Essig eingelegtes Heringsfilet am meisten Zucker, allerdings stellt es unter den gekühlten eingelegten Fischerzeugnissen mit einem Mittelwert von 3,8 g einen Ausreißer dar. Eine beachtliche Zuckermenge kann jedoch nicht nur über Fischprodukte in zuckerreichen Flüssigkeiten/Soßen aufgenommen werden, sondern auch durch den Verzehr einer Portion (70 g) Lachsscheiben „Graved Lachs“ einer bestimmten Marke (7 g Zucker). Dieser Zuckergehalt entsteht bei der Haltbarmachung durch Beizen (Einlegen in eine Salz-Zucker-Mischung).

#### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Salzgehalte der Fischprodukte liegen im Mittel zwischen 1,0 g und 4,0 g. In nahezu allen Zustandsformen sind Produkte erhältlich, die weniger als ein Gramm Salz enthalten. Den geringsten Salzgehalt hat mit 0,4 g Salz ein „Schlemmerfilet“. Höhere Salzgehalte weisen gekühlte Produkte auf, die mariniert, gewürzt oder in Essig/Öl eingelegt sind. Der Salzgehalt der Hälfte dieser Produkte liegt oberhalb des Mittelwertes von 4 g. Dabei sind ein gesalzenes Heringsfilet und ein Alaska Seelachs in Scheiben mit 6,9 g bzw. 9,4 g die salzreichsten Produkte.

#### 4.2.6 Eintöpfe

Für die Produktgruppe Eintöpfe liegen Daten der GfK (Tabelle 19) vor:

Tabelle 19: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Eintöpfen nach Zustandsform (GfK)

Eintöpfe	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Eintöpfe gesamt</b>	<b>212,917</b>	<b>10,0</b>	<b>21,371</b>	<b>54,3</b>
<i>Eintöpfe gekühlt</i>	<i>5,518</i>	<i>2,7</i>	<i>2,007</i>	<i>5,1</i>
<i>Eintöpfe tiefgefroren</i>	<i>2,984</i>	<i>3,3</i>	<i>0,912</i>	<i>2,3</i>
<i>Eintöpfe konserviert</i>	<i>161,339</i>	<i>9,3</i>	<i>17,331</i>	<i>44,0</i>
Eintöpfe mit Hülsenfrüchten + Gemüse	88,630	6,6	13,455	34,2
Eintöpfe mit Fleisch	56,433	5,1	11,123	28,3
<i>Eintöpfe Trockenprodukte</i>	<i>43,076</i>	<i>5,4</i>	<i>7,992</i>	<i>20,3</i>

Im Jahr 2015 haben mehr als die Hälfte (54,3 %) aller Haushalte in Deutschland mindestens einmal einen vorgefertigten Eintopf gekauft. Der überwiegende Anteil der Käuferhaushalte von 81 % (17,33 Mio.) kaufte konservierte Eintöpfe, dabei haben Eintöpfe mit Hülsenfrüchten und/oder Gemüse einen etwas höheren Anteil als Eintöpfe mit Fleisch. Eintöpfe, die mit Hilfe von Trockenprodukten zubereitet werden, wurden von ca. 37 % (7,99 Mio.) der Käuferhaushalte erworben. Gekühlte und tiefgefrorene Eintöpfe spielen dabei eine geringere Rolle, sie wurden von 9,4 % (2,007 Mio.) bzw. 4,3 % (0,912 Mio.) der Käuferhaushalte erworben. Bemerkenswert ist der Durchschnittswert von 9 Packs konservierter Eintöpfe pro Käuferhaushalt.

Tabelle 20: Spannweiten der Energie- und Nährwertgehalte von Eintöpfen in Abhängigkeit der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Eintöpfe	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
	n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max
<i>Eintöpfe gekühlt</i>																				
Eintöpfe	20	248	554	59	133	4,8	3,0	7,0	0,9	3,1	3,6	13,2	2,0	0,5	4,5	2,3	7,5	1,3	0,5	2,0
<i>Eintöpfe tiefgefroren</i>																				
Eintöpfe	4	293	458	70	110	4,6	3,8	6,5	0,4	1,9	5,4	7,4	1,1	0,0	2,3	2,1	6,5	1,0	0,7	1,2
<i>Eintöpfe konserviert</i>																				
Eintöpfe mit Hülsenfrüchten + Gemüse	22	97	510	21	122	1,4	0,2	5,1	0,0	2,0	3,3	11,3	1,9	0,6	3,5	0,8	6,9	1,0	0,8	1,4
Eintöpfe mit Fleisch	124	143	671	34	161	3,1	0,3	12	0,0	4,3	2,3	15,5	1,4	0,2	5,5	1,1	8,4	1,0	0,3	2,1
<i>Eintöpfe Trockenprodukte</i>																				
Eintöpfe	10	200	1775	45	423	5,4	0,6	24	0,1	7,6	4,2	20,0	1,7	0,3	4,9	1,0	28	1,0	0,6	2,5

#### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

In Abhängigkeit der Zustandsform liegt der durchschnittliche Fettgehalt zwischen 1,4 g (konservierte Eintöpfe mit Hülsenfrüchten und Gemüse) bis zu 5,4 g (Eintöpfe Trockenprodukte; Tabelle 20).

Der Fettgehalt der konservierten Eintöpfe erstreckt sich von 0,2 g bis 12,0 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt. Ungefähr ein Drittel der konservierten Eintöpfe (36 %) hat einen Fettgehalt von mehr als 2,8 g, 13,6 % haben einen Fettgehalt von mehr als 5 g. Den höchsten Fettgehalt von 12 g hat ein Gulascheintopf mit 31 % Schweinefleisch- und 14 % Rindfleischanteil, hingegen hat ein Gulascheintopf mit 6 % Rindfleischanteil eines anderen Herstellers nur einen Fettgehalt von 3,6 g. Ein Grünkohleintopf mit Mettwurst in der 800 g-Dose hat einen Fettgehalt von 10 g (pro 100 g), während derselbe Eintopf desselben Herstellers in der 300 g-Aluminiumschale 6,6 g Fett (pro 100 g) enthält. Für die Eintöpfe ebenfalls relativ hohe Fettgehalte von je 9 g pro 100 g haben eine „Spezialität“ mit „magerem Fleisch und saftigen Klößchen“ (Angaben des Herstellers) und ein „Erbsentopf mit feinen Fleischklößchen“.

Bei den aus Trockenprodukten hergestellten Gerichten liegt der Fettgehalt zwischen 0,6 g und 24,0 g, wobei der Maximalwert von 24,0 g einen Ausreißer darstellt (bei einem Fixprodukt „Chili con Carne“). Der durchschnittliche Fettgehalt der zubereiteten Produkte der anderen 9 Trockenprodukte beträgt 3,3 g.

#### Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Zuckergehalt liegt bei den Eintöpfen in Abhängigkeit von der Zustandsform im Mittel zwischen 1 g und 2 g. Der Zuckergehalt konservierter Eintöpfe liegt zwischen 0,2 g und 5,5 g. Knapp die Hälfte (46,6 %) der Doseneintöpfe liegt über dem Mittelwert von 1,5 g. Bei einem Zuckergehalt von 1,5 g pro 100 g verzehrfertigem Eintopf und einer Portionsgröße von 400 g (Herstellerangabe) beträgt die Zuckerzufuhr 6 g, dies entspricht ca. einem Kaffeelöffel pro Portion. Den höchsten Zuckergehalt von 5,5 g haben zwei Eintöpfe verschiedener Hersteller mit den Zutaten Schweinefleisch, Paprika und Nudeln, ein Tomaten-Nudeltopf mit Fleischklößchen hat einen für die Eintöpfe ebenfalls relativ hohen Zuckergehalt von 4,7 g.

Aus Trockenprodukten zubereitete Eintöpfe haben einen durchschnittlichen Zuckergehalt von 1,7 g. Bei einem Zuckergehalt von 1,7 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt und einer Portionsgröße von 300 g, wie von einigen Herstellern angegeben, entspricht dies einer Zufuhr von ca. 5 g Zucker, was einem Kaffeelöffel entspricht. Den höchsten Wert von 4,9 g Zucker weist ein Fixprodukt „Chili con Carne“ auf, das auch den höchsten Fettgehalt hat.

#### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Spannbreite des Salzgehalts der Eintöpfe aus der Konserve liegt zwischen 0,3 g und 2,1 g. Bei knapp einem Viertel der Eintöpfe liegt der Salzgehalt über dem Durchschnittswert von 1,2 g. Eine Portion (400 g) Eintopf enthält somit unter Zugrundelegung des Durchschnittswertes ca. 5 g Salz, dies entspricht 83 % des Orientierungswerts der DGE für die Salzzufuhr von 6 g/Tag DGE, 2016).

Der Salzgehalt der Eintöpfe aus Trockenprodukten liegt zwischen 0,6 g und 2,5 g, wobei den maximalen Salzgehalt wiederum das Fixprodukt „Chili con Carne“ aufweist, das auch die höchsten Fett- und Zuckereinträge hatte. Mit Ausnahme dieses Produkts liegt der maximale Salzgehalt der Trockenprodukte bei 1,1 g und der durchschnittliche Salzgehalt bei 1,0 g. Eine Portion (300 g) enthält bei einem Salzgehalt von 1,0 g pro 100 g verzehrfertigen Eintopfs 3 g Salz. Es muss jedoch kritisch hinterfragt werden, ob 300 g Eintopf für ein Sättigungsgefühl ausreichen. Zacharias und Dürr (DGH, 1992) geben für Eintöpfe eine Portionsgröße von 500 g bis 600 g an.

#### 4.2.7 Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte

Unter Gemüseprodukten werden im Folgenden Produkte mit Gemüse, Pilzen und Hülsenfrüchten verstanden. Zur Beschreibung der Einkaufshäufigkeit und weiterer Merkmale dieser Produktgruppe liegen Daten der GfK (Tabelle 21) vor.

Tabelle 21: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Gemüseprodukten nach Zustandsform (GfK)

Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte gesamt</b>	<b>2.323,918</b>	<b>60,6</b>	<b>38,366</b>	<b>97,4</b>
<i>Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte gekühlt</i>	<i>155,269</i>	<i>6,9</i>	<i>22,524</i>	<i>57,2</i>
Antipasti (inkl. Oliven)	58,551	5,1	11,496	29,2
Gemüse/Rohkostsalate	94,246	5,4	17,601	44,7
<i>Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte tiefgefroren</i>	<i>233,543</i>	<i>8,6</i>	<i>27,111</i>	<i>68,9</i>
Gemüsezubereitung	181,501	7,4	24,646	62,6
Spinat zubereitet	91,521	4,9	18,599	47,2
Gemüsepfannen	41,151	4,1	9,930	25,2
Sonstige Gemüsegerichte	10,891	2,8	3,843	9,8
<i>Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte konserviert</i>	<i>1.902,686</i>	<i>50,3</i>	<i>37,816</i>	<i>96,0</i>
Antipasti inkl. Oliven	81,558	4,9	16,546	42,0
Essigkonserven	329,118	10,1	32,600	82,8
Gemüsekonserven	1.490,994	40,6	36,718	93,3
Tomaten	323,275	13,1	24,625	62,5
Bohnen	260,959	11,5	22,653	57,5
<i>Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte Trockenprodukte</i>	<i>32,420</i>	<i>3,9</i>	<i>8,351</i>	<i>21,2</i>
Fixprodukte für Gemüsegerichte	27,968	4,3	6,559	16,7

Im Jahr 2015 haben 97,4 % der deutschen Haushalte Gemüseprodukte gekauft. Durchschnittlich erwarb jeder Käuferhaushalt 61 Packs. Nahezu alle Haushalte in Deutschland kauften Gemüseprodukte in Konserven (96 %). Den größten Anteil machte hierbei mit insgesamt 1.490 Mio. Packs der Erwerb von Gemüsekonserven aus. 69 % der Haushalte in Deutschland kauften tiefgefrorene Gemüse-, Pilz- oder Hülsenfrucht-Produkte ein.

Tabelle 22: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Gemüseprodukten pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min
<i>Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte gekühlt</i>																				
Antipasti (inkl. Oliven)	38	314	2137	76	520	17,2	3,9	54,0	0,5	13,0	0,3	18,4	4,1	0,1	12,8	1,0	5,5	2,1	0,5	5,8
Gemüse/Rohkostsalate	37	233	1164	55	282	8,9	0,4	27,2	0,1	2,7	5,5	19,5	7,7	0,1	14,5	0,6	8,0	1,1	0,5	2,0
<i>Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte tiefgefroren</i>																				
<i>Gemüsezubereitung</i>																				
Spinat zubereitet	24	179	378	43	91	3,8	2,0	7,2	0,5	4,5	1,9	4,7	1,4	0,7	2,2	1,8	4,4	0,9	0,7	1,1
Sonstige Gemüsezubereitungen - Angaben für zubereitetes Produkt	89	128	856	30	206	3,6	0,1	14,0	0,1	4,7	3,0	18,0	3,3	0,5	8,1	0,9	6,9	0,8	0,0	2,8
Sonstige Gemüsezubereitungen - Angaben für Packungsinhalt	26	123	777	29	188	3,7	0,2	17,0	0,1	7,3	1,6	15,6	3,6	1,6	11,2	1,2	5,7	0,7	0,0	1,2
Gemüsepfanne	11	252	553	61	133	4,0	1,3	6,6	0,2	2,3	2,9	15,0	2,7	1,6	3,7	0,9	4,5	0,9	0,1	1,3
<i>Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte konserviert</i>																				
Antipasti inkl. Oliven	115	46	2026	12	492	13,9	0,0	53,0	0,0	11,0	0,0	24,1	2,3	0,0	23,5	0,4	10,3	2,8	0,0	12,0
Essigkonserven	172	35	526	8	125	0,3	0,0	6,6	0,0	0,7	0,0	19,0	6,3	0,0	17,0	0,3	7,0	1,4	0,1	7,0
<i>Gemüsekonserven</i>																				
Tomate	17	95	199	23	47	0,5	0,0	1,2	0,0	0,2	3,0	9,0	4,6	3,0	7,2	0,5	1,6	0,7	0,1	1,4
Bohnen	47	78	590	16	142	1,1	0,0	7,2	0,0	1,1	2,0	20,0	1,6	0,0	6,1	1,1	10,6	0,7	0,2	1,3
Sonstige Gemüsekonserven	102	42	744	10	179	1,1	0,0	11,9	0,0	5,1	0,6	28,4	3,5	0,0	13,5	0,1	17,0	0,7	0,1	2,3
<i>Gemüse/Pilze/Hülsenfrüchte Trockenprodukte</i>																				
Fixprodukte für Gemüsegerichte	7	243	374	58	90	3,6	1,9	5,3	0,3	3,0	3,8	8,4	2,3	0,6	4,3	1,5	6,5	0,7	0,7	0,9

Zu den Essigkonserven zählen auch konservierte Gemüsesalate; den Antipasti wird in Öl eingelegtes Gemüse wie z. B. (Kirsch-)Paprika, Peperoni, Tomaten und Champignons, aber auch Oliven oder Artischockenherzen zugeordnet.

Zu beachten ist, dass insbesondere tiefgefrorene Gemüseprodukte nach Angaben der Hersteller entweder mit Wasser, Milch oder mit Öl in der Pfanne erwärmt werden sollen. Bei den Gemüsezubereitungen, bei denen sich die Energie- und Nährwertgehalte auf den Packungsinhalt beziehen, wird den Verbrauchern auf der Produktverpackung in vielen Fällen empfohlen, für die Zubereitung Öl zu verwenden. Eine weitere Zufuhr von Fett kann folglich über die angegebenen Fettgehalte hinaus vorkommen. Teilweise werden bei den Auf- bzw. Zubereitungsanweisen auch Alternativen „ohne Fett in beschichteter Pfanne oder Mikrowelle“ gegeben.

#### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Am fettreichsten sind die gekühlten bzw. konservierten in Öl eingelegten Antipasti (Maximalwerte: 54 g bzw. 53 g). Bei den Gemüse- und Rohkostsalaten liegt der maximale Fettgehalt bei 27 g. Der fettreichste ist dabei ein „Farmersalat“ (mit Karotten und Sellerie). Insgesamt liegt der Fettgehalt von 46 % der Produkte oberhalb des mittleren Gehaltes von 8,7 g. Tiefgefrorene Gemüseprodukte haben einen durchschnittlichen Fettgehalt zwischen 3,6 g - 4 g. Allerdings sind insbesondere bei den Gemüsezubereitungen einige Ausnahmen mit hohen Fettgehalten zu beobachten. Die bei zwei Lieferdiensten erhältlichen Auberginenscheiben in einem Teigmantel sowie die Bohnen im Speckmantel stellen Ausnahmen dar (14 g bzw. 17 g Fett). Auch enthält beispielsweise ein reines Grünkohlgericht pro Portion (200 g) 20 g Fett.

### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die durchschnittlichen Zuckergehalte der Gemüseprodukte liegen zwischen 1,4 g (Spinat zubereitet) und 7,7 g (Gemüse-/Rohkostsalate). Den höchsten Zuckergehalt hat eine Antipasti im Glas (getrocknete Tomaten) mit 23,5 g. Der Zutatenliste zufolge ist dem Produkt Rohrzucker beigefügt. Den größten Anteil (21,6 g) macht allerdings der Eigenzuckergehalt der getrockneten Tomaten aus, denn ein ähnliches Produkt der gleichen Firma, dem kein Zucker zugesetzt ist, weist einen Zuckergehalt von 21,6 g auf. Bei den tiefgefrorenen Gemüsezubereitungen (Angaben für zubereitetes Produkt) haben Produkte mit (Brat-)Äpfeln die höchsten Zuckergehalte (7,1 g - 8,1 g). Auch bei den Gemüsezubereitungen (Angaben für Packungsinhalt), stellt ein Apfelrotkohl mit 11,2 g Zucker einen Ausreißer dar (Spannbreite ohne Ausreißer: 1,6 g - 4,7 g). Auch die Produktgruppe Gemüse/Rohkostsalate enthält durchschnittlich 7,7 g Zucker.

### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Salzgehalt ist bei Antipasti (gekühlt und in Konserven) mit durchschnittlich 2,1 g bzw. 2,8 g am höchsten (Tabelle 22). Innerhalb der konservierten Antipasti stellen Piri Piri-Schoten eines Herstellers mit einem Gehalt von 12 g Salz einen Ausreißer dar. Diese werden aber von Verbrauchern üblicherweise nicht in hohen Mengen verzehrt.

## **4.2.8 Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel**

Für diese Produktgruppe liegen zur Beschreibung der Einkaufshäufigkeit und weiterer Merkmale Daten der GfK (Tabelle 23) vor.

Tabelle 23: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Ersatzprodukten für tierische Lebensmittel nach Zustandsform (GfK)

Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Ersatzprodukte insgesamt</b>	<b>78,632</b>	<b>10,6</b>	<b>7,444</b>	<b>18,9</b>
<i>Ersatzprodukte gekühlt</i>	<i>74,912</i>	<i>10,8</i>	<i>6,930</i>	<i>17,6</i>
Fleischersatzprodukte	72,500	10,7	6,746	17,1
Soja/Tofu	30,441	7,4	4,100	10,4
<i>Ersatzprodukte tiefgefroren</i>	<i>1,187</i>	<i>3,0</i>	<i>0,401</i>	<i>1,0</i>
<i>Ersatzprodukte konserviert</i>	<i>0,654</i>	<i>1,8</i>	<i>0,354</i>	<i>0,9</i>
<i>Ersatzprodukte Trockenprodukte</i>	<i>1,878</i>	<i>1,9</i>	<i>1,008</i>	<i>2,6</i>
Körner/Getreide	1,164	2,0	0,571	1,5

Im Jahr 2015 wurden Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel (vegetarisch und vegan) von ca. 20 % aller Haushalte in Deutschland gekauft (Tabelle 23). Pro Käuferhaushalt wurden durchschnittlich 11 Packs erworben. Bei den gekauften Produkten handelte es sich vorwiegend um gekühlte Fleischersatzprodukte bzw. Soja/Tofu. Tiefgefrorene,

pasteurisierte/sterilisierte und getrocknete Ersatzprodukte nehmen hinsichtlich des Absatzes einen geringen Stellenwert ein.

Die Energie- und Nährwertgehalte der erfassten Ersatzprodukte sind in der Tabelle 24 aufgeführt. Die Produktgruppe „gekühlte Fleischersatzprodukte“ umfasst überwiegend Produkte auf Soja-, Seitan-, Getreide- und/oder Milcheiweißbasis, die z. B. in Form von Wurst, Schnitzel oder Geschnietzeltem angeboten werden. Für die Herstellung der gekühlten und getrockneten Bratlinge/Burger werden hauptsächlich Getreide (v. a. Reis, Hafervollkornflocken), Hülsenfrüchte, Tofu oder Käse verwendet.

Tabelle 24: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Ersatzprodukten für tierische Lebensmittel in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min
<i>Ersatzprodukte gekühlt</i>																				
Fleischersatzprodukte: Vegetarische Würstchen, Schnitzel usw.	139	410	1450	99	350	12,6	0,5	29,0	0,1	22,0	0,6	28,0	2,0	0,0	12,8	0,0	36,0	1,7	0,5	2,7
Bratlinge, Burger	26	624	1233	149	296	12,2	4,1	18,4	0,5	5,1	1,5	34,0	2,1	1,0	4,2	2,6	19,0	1,4	1,0	2,5
<i>Ersatzprodukte Trockenprodukte</i>																				
Bratlinge, Burger	6	576	737	137	176	3,3	2,0	5,5	0,3	1,0	17,7	27,0	4,0	1,0	5,5	5,1	8,2	1,6	0,8	2,0

#### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Bratlinge/Burger aus Trockenprodukten weisen den niedrigsten Fettgehalt auf. Laut den Zubereitungsempfehlungen soll für das Anbraten der gekühlten Bratlinge/Burger und Bratlingen/Burger aus Trockenprodukten zusätzlich Fett (Butter oder Öl) verwendet werden. Da meist keine exakte Fettmenge angegeben wird, kann über den tatsächlichen Fettgehalt des zubereiteten Produkts keine Aussage getroffen werden. Von 139 erfassten Fleischersatzprodukten haben 57 Produkte einen Fettgehalt über 12,6 g bzw. 20 Produkte einen Fettgehalt über 20 g. Charakteristisch für Produkte mit einem hohen Fettgehalt ist der sehr hohe Zusatz von Kokosöl (Zutatenanteil: > 20 %) oder Rapsöl. Die niedrigsten Fettgehalte sind meist bei pflanzlichem Geschnietzeltem/Hack zu finden. Diesen Produkten wurde kein oder nur sehr wenig Öl zugesetzt.

#### Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der durchschnittlich höchste Zuckergehalt ist bei Bratlingen/Burgern aus Trockenprodukten zu finden. Allerdings weisen gekühlte Fleischersatzprodukte den höchsten Maximalwert auf. Einen Zuckergehalt über 5 g (= 1 Kaffeelöffel) haben 8 der 139 erfassten Produkte. Dabei handelt es sich vorwiegend um vegetarische Fleischsalate oder um vegetarische Produkte mit Soßenzubereitung (Currysauce oder Sweet & Sour Sauce).

#### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel weisen im Durchschnitt ähnliche Salzgehalte auf. Die höchsten Salzgehalte sind bei Frikadellen/Fleischwurst/Schinken (vegetarisch) und einem Käse-Ersatz (vegan) zu finden.

## 4.2.9 Kartoffeln

Kartoffelprodukte wurden im Jahr 2015 von 89 % aller deutschen Haushalte gekauft (Tabelle 25). Die Anzahl an eingekauften Packs pro Käuferhaushalt liegt im Durchschnitt bei 17 Packs. Insbesondere gekühlte und tiefgefrorene Kartoffelprodukte wurden häufig eingekauft. Bei den tiefgefrorenen Kartoffelprodukten handelte es sich vorwiegend um Pommes frites. Knapp die Hälfte der Haushalte erwarb getrocknete Kartoffelprodukte, vor allem Kartoffelpüree, als Instant-Produkt. Im Vergleich dazu spielen pasteurisierte oder sterilisierte Kartoffelprodukte eine untergeordnete Rolle.

Tabelle 25: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Kartoffeln nach Zustandsform (GfK)

Kartoffeln	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Kartoffeln insgesamt</b>	<b>592,629</b>	<b>16,9</b>	<b>34,995</b>	<b>88,9</b>
<i>Kartoffeln gekühlt</i>	<i>224,177</i>	<i>8,4</i>	<i>26,738</i>	<i>67,9</i>
Kartoffelsalat	75,032	5,0	14,945	38,0
Kloßteig	51,577	6,3	8,127	20,6
Schupfnudeln	29,421	4,4	6,759	17,2
Gnocchi	19,873	3,2	6,165	15,7
<i>Kartoffeln tiefgefroren</i>	<i>215,102</i>	<i>8,6</i>	<i>25,129</i>	<i>63,8</i>
Kartoffelgerichte	13,966	2,8	4,962	12,6
Pommes frites	116,941	6,6	17,595	44,7
Kroketten	22,375	2,8	7,917	20,1
Kartoffelpuffer/Rösti	30,521	2,9	10,638	27,0
<i>Kartoffeln konserviert</i>	<i>36,151</i>	<i>4,8</i>	<i>7,499</i>	<i>19,0</i>
Kartoffelbeilagen	29,826	4,4	6,851	17,4
Bratkartoffeln	14,711	5,1	2,904	7,4
Knödel/Gnocchi	9,599	2,7	3,572	9,1
<i>Kartoffeln Trockenprodukte</i>	<i>117,199</i>	<i>5,8</i>	<i>20,344</i>	<i>51,7</i>
Kartoffelpüree	72,996	5,0	14,593	37,1
Kartoffelklöße/-knödel	35,243	3,6	9,817	24,9

Die Energie- und Nährwertgehalte der erfassten Kartoffelprodukte sind Tabelle 26 zu entnehmen. Aufgrund von geringen Absatzmengen oder nicht verfügbaren Daten werden Nährwertangaben bestimmter Untergruppen (z. B. Kroketten) nicht ausgewiesen. Bei der Mehrheit der Gnocchi/Schupfnudeln und Pommes frites ist nicht erkennbar, ob sich die Nährwertangaben auf das verzehrfertige Produkt oder auf den Packungsinhalt beziehen. Um dennoch einen umfassenden Überblick bezüglich der Fett-, Zucker- und Salzgehalte von Gnocchi/Schupfnudeln und Pommes frites zu ermöglichen, werden die Nährwertangaben dieser Produkte zusätzlich aufgeführt.

Tabelle 26: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Kartoffeln in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Kartoffeln	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																				
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]			
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max
<i>Kartoffeln gekühlt</i>																					
Kartoffelsalat	36	411	956	98	232	9,7	4,0	17,3	0,3	2,7	11,2	18,0	4,3	1,8	7,3	1,2	3,0	1,3	0,4	2,2	
Gnocchi, Schupfnudeln																					
verzehrfertig	6	545	706	129	167	0,7	0,5	0,8	0,1	0,2	25,0	36,0	2,3	0,5	5,0	3,0	4,3	1,2	1,1	1,3	
N.n.*	21	507	815	120	192	1,3	0,4	3,8	0,1	1,0	24,0	41,0	2,1	0,1	4,9	2,2	6,5	1,3	1,0	1,7	
sonstige Kartoffelgerichte	25	316	792	75	191	6,8	0,1	14,0	0,1	2,9	6,6	21,0	1,9	0,5	4,5	1,6	5,5	1,2	0,6	1,6	
<i>Kartoffeln tiefgefroren</i>																					
Kartoffelgerichte	25	364	937	87	224	6,4	2,2	12,0	0,2	5,4	6,6	35,0	2,5	0,0	16,0	1,7	8,3	0,8	0,1	1,5	
Pommes frites																					
verzehrfertig	21	518	1166	123	279	5,6	3,0	13,9	0,3	4,0	21,0	32,8	0,5	0,2	1,0	1,6	2,8	0,2	0,0	1,0	
N.n.*	27	451	787	107	188	5,0	1,6	9,0	0,2	3,0	20,1	25,0	0,7	0,3	1,6	1,6	3,2	0,3	0,0	1,2	
Kartoffelpuffer/Roesti	17	424	967	100	231	6,5	0,4	11,9	0,1	4,4	11,9	29,0	1,0	0,3	2,0	1,8	9,4	1,2	0,9	1,6	
<i>Kartoffeln konserviert</i>																					
Kartoffelgerichte	4	451	725	108	174	8,7	5,6	13,0	0,7	3,8	7,2	11,0	1,1	0,6	1,7	2,4	5,0	1,2	0,8	1,3	
Kartoffelbeilagen	6	506	842	120	207	4,9	0,5	6,7	0,2	2,9	15,0	34,0	1,7	0,8	2,9	1,9	3,5	1,0	0,7	1,5	
<i>Kartoffeln Trockenprodukte</i>																					
Kartoffelpüree	17	252	394	60	94	1,8	0,8	3,7	0,3	2,4	9,0	13,4	1,5	0,2	2,5	1,5	2,7	0,6	0,5	1,1	
Püreesnack im Becher	20	321	517	76	124	4,2	2,2	7,3	1,2	4,7	8,4	15,0	1,4	0,8	2,4	1,6	2,5	0,9	0,7	1,1	
Kartoffelklöße/-knödel	7	394	490	93	120	0,8	0,5	1,5	0,1	0,9	20,0	23,0	0,6	0,2	1,7	1,0	2,0	0,9	0,8	1,0	

\* nicht erkennbar, ob Nährwertangaben sich auf das zubereitete Produkt oder auf den Packungsinhalt beziehen

### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Gekühlte Kartoffelsalate und konservierte Kartoffelgerichte weisen im Mittel die höchsten Fettgehalte auf. Konservierte Kartoffelgerichte umfassen hauptsächlich Kartoffelgratins, deren hoher Fettgehalt durch den Zusatz von Käse erklärt wird. Ein Fettgehalt über 10 g kann bei 10 von 36 gekühlten Kartoffelsalaten festgestellt werden. Diese Kartoffelsalate sind charakterisiert durch Zutaten wie Speck, Crème fraîche oder Sahne. Bei dem gekühlten Kartoffelgericht und den Pommes frites mit jeweils 14 g Fett handelt es sich um pfannenfertige Kartoffelspalten mit Knoblauch-Dip und um Pommes frites, die in der Mikrowelle zubereitet werden. Die niedrigsten Fettgehalte sind bei gekühlten Gnocchi/Schupfnudeln, getrockneten Kartoffelpürees und Kartoffelklößen/-knödeln zu finden. Im Gegensatz zu Instant-Kartoffelpürees weisen Kartoffelpüree-Snacks im Becher deutlich höhere Fettgehalte auf, da ihnen oft Palmfett zugesetzt wird.

### Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Im Mittel haben gekühlte Kartoffelsalate den höchsten Zuckergehalt. Der höchste Maximalwert ist jedoch bei tiefgefrorenen Quarkkeulchen (Kartoffel-Quark-Produkt; 16 g  $\approx$  ca. 3 Kaffeelöffeln) zu finden. Pommes frites und getrocknete Kartoffelklöße/-knödel weisen durchschnittlich den geringsten Zuckergehalt auf. Eine Ausnahme stellt ein tiefgefrorenes Spinat-Kartoffel-Gratin dar, das gar keinen Zucker enthält.

### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Gekühlte Kartoffelprodukte haben im Durchschnitt höhere Salzgehalte als Kartoffelprodukte anderer Zustandsformen. Von 88 erfassten, gekühlten Kartoffelprodukten haben 65 einen Salzgehalt > 1 g. Bei einer Portionsgröße von 150 g - 300 g beträgt die Salzzufuhr pro Portion 1,5 g - 3 g. Das entspricht 25 % - 50 % des Orientierungswerts der DGE für

die Salzzufuhr von 6 g Tag (DGE, 2016). Bei Pommes frites sind die niedrigsten Salzgehalte zu finden. Jedoch steht bei den Zubereitungsempfehlungen der jeweiligen Hersteller, dass die Pommes frites nach der Zubereitung im Backofen/Fritteuse nach Belieben gewürzt werden sollen. Die tatsächliche Salzzufuhr durch Pommes frites hängt daher vom Konsumenten ab.

#### 4.2.10 Obst

Obstprodukte wurden im Jahr 2015 von ca. 90 % aller deutschen Haushalte gekauft (Tabelle 27). Pro Käuferhaushalt wurden ca. 19 Packs erworben. Der größte Absatz und die größte Käuferreichweite sind bei den Obstkonserven mit Zuckerzusatz zu verzeichnen, gefolgt von Trockenfrüchten. Weniger als ein Viertel der Haushalte kauft Grütze (gekühlt) bzw. Fruchtmus/Obstsalat/Grütze (konserviert). Dennoch ist die Anzahl der gekauften Packs pro Käuferhaushalt dieser Produktgruppen mit der der Trockenfrüchte vergleichbar.

Tabelle 27: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Obst nach Zustandsform (GfK)

Obst	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Obst insgesamt</b>	<b>678,085</b>	<b>19,3</b>	<b>35,158</b>	<b>89,3</b>
<i>Obst gekühlt</i>	<i>128,491</i>	<i>9,3</i>	<i>13,831</i>	<i>35,1</i>
Grütze	61,697	6,6	9,357	23,8
<i>Obst konserviert</i>	<i>418,760</i>	<i>13,1</i>	<i>32,053</i>	<i>81,4</i>
Konserven mit Zuckerzusatz	381,891	12,1	31,494	80,0
Fruchtmus/Obstsalat/Grütze	27,457	4,7	5,854	14,9
<i>Obst Trockenprodukte</i>	<i>130,834</i>	<i>6,5</i>	<i>20,117</i>	<i>51,1</i>
Trockenfrüchte	122,798	6,4	19,194	48,8

Die erfassten Obstprodukte weisen im Allgemeinen sehr geringe Fett- und Salzgehalte auf (Tabelle 28). Daher wird im Folgenden nur auf den Zuckergehalt und auf Produkte mit sehr hohen Fett- und Salzgehalten näher eingegangen.

Tabelle 28: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Obst in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Obst	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																				
	Anzahl	Energie [kJ]			Energie [kcal]			Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]	
		n	min	max	min	max	MW	Min	Max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max
<i>Obst gekühlt</i>																					
Grütze	5	407	536	96	126	0,2	0,1	0,3	0,0	0,1	22,0	29,2	22,3	20,6	27,0	0,1	0,6	0,0	0,0	0,1	
<i>Obst konserviert</i>																					
Obst, Konserven mit Zuckerzusatz	73	108	1165	38	274	0,2	0,0	1,0	0,0	0,2	8,5	65,5	17,1	7,3	65,5	0,0	4,0	0,0	0,0	0,3	
Fruchtmus/Obstsalat/Grütze	34	139	543	33	128	0,2	0,0	0,5	0,0	0,2	7,7	30,0	16,1	7,7	25,3	0,0	1,1	0,0	0,0	0,1	
<i>Obst Trockenprodukte</i>																					
Trockenfrüchte	34	1010	2216	240	532	4,4	0,0	33,7	0,0	30,9	40,0	86,4	56,7	14,0	79,0	0,0	11,0	0,1	0,0	2,5	

Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Von 146 erfassten Obstprodukten haben 4 Produkte einen Fettgehalt über 1 g. Bei diesen Produkten handelt es sich um Bananenchips (> 30 g) und um eine Frucht-Nuss-Mischung (28 g). Für die Herstellung von Bananenchips werden geschnittene Bananen von den meisten Herstellern frittiert, wodurch der hohe Fettgehalt erklärt wird. Bei der Frucht-Nuss-Mischung ist der Fettanteil auf den natürlichen Fettgehalt der Nüsse zurückzuführen.

Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Trockenfrüchte weisen im Mittel die höchsten Zuckergehalte auf. Das ist durch das Herstellungsverfahren erklärbar. Durch das Trocknungsverfahren wird dem Obst Wasser entzogen, wodurch der relative Zuckergehalt ansteigt. Die höchsten Zuckergehalte sind bei Cranberries, kandierten Ingwerstücken und Rosinen/Sultaninen zu finden. Bananenchips weisen in der Produktgruppe der Trockenfrüchte den niedrigsten Zuckergehalt auf. Bei den Obstkonserven mit Zuckerzusatz haben 5 von 73 Produkten einen Zuckergehalt über 19 g. Dabei handelt es sich um (Wild-)Preiselbeeren und kandierte Amarena-Kirschen. Im Mittel sind Obstkonserven mit Zuckerzusatz, gekühlte Grütze und Fruchtmus/Obstsalat/Grütze hinsichtlich des Zuckergehaltes vergleichbar. Über alle Produktgruppen hinweg weisen konservierte Aprikosen und ein Fruchtcocktail, denen nur Traubensaftkonzentrat bzw. Birnensaftkonzentrat zugesetzt wurde, den niedrigsten Zuckergehalt auf (< 8 g).

Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Ein sehr hoher Salzgehalt (2,5 g) ist bei Rosinen eines Herstellers zu finden und kann nicht durch den Herstellungsprozess erklärt werden. Da diesem Produkt kein zusätzliches Salz zugefügt wurde und Rosinen anderer Hersteller einen Salzgehalt von ≤ 0,1 g aufweisen, wird es sich in diesem Fall um eine falsche Salzangabe seitens des Herstellers handeln und kann vernachlässigt werden.

## 4.2.11 Getreide

Für die Produktgruppe Getreideprodukte liegen Daten der GfK (Tabelle 29) vor:

Tabelle 29: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Getreideprodukten nach Zustandsform (GfK)

Getreideprodukte	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Getreideprodukte insgesamt</b>	<b>769,191</b>	<b>22,7</b>	<b>33,914</b>	<b>86,1</b>
<i>Getreideprodukte gekühlt</i>	<i>210,595</i>	<i>9,0</i>	<i>23,336</i>	<i>59,3</i>
Gefüllte Teigwaren	140,737	9,2	15,335	38,9
Fertiggerichte	36,709	4,4	8,315	21,1
Nudelgerichte	34,987	4,4	8,021	20,4
Nudelsalat	16,105	2,9	5,488	13,9
Knödelprodukte (Hefeknödel, Böhmisches Knödel, Semmelknödel)	11,367	2,7	4,276	10,9
<i>Getreideprodukte tiefgefroren</i>	<i>109,971</i>	<i>7,2</i>	<i>15,380</i>	<i>39,1</i>
Nudel - Fertig/Teilfertiggerichte	77,591	6,5	11,929	30,3
Reis - Fertig/Teilfertiggerichte	23,562	4,1	5,718	14,5
Süßspeisen	6,438	2,3	2,824	7,2
<i>Getreideprodukte konserviert</i>	<i>48,800</i>	<i>4,8</i>	<i>10,141</i>	<i>25,8</i>
Nudelgerichte	45,577	4,9	9,314	23,7
Suppeneinlage	2,405	2,3	1,029	2,6
<i>Getreideprodukte Trockenprodukte</i>	<i>399,825</i>	<i>14,9</i>	<i>26,858</i>	<i>68,2</i>
Fix für Getreidegerichte	127,714	9,4	13,596	34,5
Fix für Nudelgerichte	124,696	9,3	13,421	34,1
Instantgerichte	76,414	11,4	6,689	17,0
Nudeln (gefüllt/ungekühlt)	25,940	4,3	6,055	15,4
Klöße/Knödel	22,642	3,1	7,323	18,6
Fertiggerichte	122,455	8,6	14,276	36,3

Im Jahr 2015 haben 86,1 % aller Haushalte in Deutschland mindestens einmal ein Getreideprodukt gekauft, im Durchschnitt kaufte jeder dieser Haushalte 23 Packs. Die meisten Haushalte kauften Getreideprodukte als Trockenprodukte (68,2 % aller Haushalte) und gekühlte Getreideprodukte (59,3 % aller Haushalte). Bei den Trockenprodukten handelt es sich vor allem um Fertiggerichte und Fixprodukte, bei den gekühlten Getreideprodukten vor allem um gefüllte Teigwaren. Tiefgefrorene Getreideprodukte und Konserven spielen eine geringere Rolle, sie wurden von 39,1 % bzw. 25,8 % aller Haushalte

gekauft. Sowohl bei den tiefgefrorenen Getreideprodukten als auch bei den Konserven wurden von den meisten Haushalten Nudelgerichte gekauft.

Tabelle 30: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Getreideprodukten in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Getreideprodukte	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min
<i>Getreideprodukte gekühlt</i>																				
Nudelsalat	22	440	1213	104	292	12,9	1,7	25,3	0,1	2,3	11,2	24,8	4,7	0,4	7,7	2,1	10,1	1,3	0,1	4,0
<i>Fertiggerichte</i>																				
Nudelgerichte	38	474	1120	113	264	6,0	1,7	11,0	0,4	5,2	10,6	51,0	2,1	0,1	5,4	3,0	10,0	1,1	0,5	1,9
Gefüllte Teigwaren	103	619	1341	147	320	6,3	1,2	15,0	0,2	9,0	14,0	56,0	2,2	0,1	14,0	0,5	13,0	1,4	0,3	2,3
<i>Getreideprodukte tiefgefroren</i>																				
Nudel - Fertig/Teilfertiggerichte	96	297	1059	71	252	5,5	1,3	12,3	0,2	8,3	2,1	32,0	2,1	0,4	4,8	2,4	10,8	0,9	0,4	2,0
Reis - Fertig/Teilfertiggerichte	30	340	767	80	182	4,3	1,0	7,6	0,2	5,3	6,2	29,5	2,2	0,5	7,5	2,3	6,4	0,9	0,5	1,3
Gefüllte Teigwaren	47	415	1263	99	303	7,5	1,7	19,8	0,3	9,2	11,0	41,0	2,0	0,0	9,2	2,6	14,0	1,1	0,4	1,9
<i>Getreideprodukte konserviert</i>																				
Nudelgerichte	32	192	674	45	160	3,3	0,2	7,7	0,1	3,9	6,9	23,5	3,0	0,5	13,0	1,5	5,8	1,0	0,4	2,0
Ravioli	13	286	390	68	93	1,7	0,7	3,1	0,1	1,1	11,3	16,5	3,1	1,6	4,2	2,3	3,4	1,0	0,5	1,3
<i>Getreideprodukte Trockenprodukte</i>																				
<i>Fix für Getreidegerichte</i>																				
Fix für Nudelgerichte	16	436	936	104	223	6,4	2,9	13,0	0,7	6,3	12,0	23,0	2,1	1,0	3,4	3,2	12,0	0,8	0,5	1,3
Sonstige Fix für Getreidegerichte	4	475	794	113	190	6,7	4,3	11,0	1,1	5,5	11,0	17,0	1,7	0,7	2,8	5,0	10,0	0,8	0,8	0,9
Instantgerichte	105	181	916	43	219	3,2	0,3	10,4	0,0	4,7	7,3	36,3	1,8	0,1	9,9	1,1	5,3	1,2	0,7	5,9
<i>Fertiggerichte</i>																				
Nudeltrockengerichte	42	395	883	93	209	3,1	0,7	5,8	0,1	3,2	15,0	34,0	1,8	0,3	3,8	3,0	7,2	1,2	0,4	1,8

**Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt**

Den höchsten durchschnittlichen Fettgehalt bei den Getreideprodukten weisen gekühlte Nudelsalate mit 13 g auf, was auf die enthaltene Mayonnaise zurückzuführen ist. Gefüllte Teigwaren (z. B. Maultaschen, Ravioli, Tortellini, Piroggen, Chinarollen), sowohl gekühlt als auch tiefgefroren, gekühlte Nudelgerichte und Fixprodukte haben einen ähnlichen durchschnittlichen Fettgehalt von ca. 6 g bis 7 g (Tabelle 30). Darunter liegen mit einem durchschnittlichen Fettgehalt von ca. 3 g Nudeltrockengerichte, Instantgerichte und Konserven, hier insbesondere Ravioli mit 1,7 g.

Bei den gefüllten Teigwaren ist der Fettgehalt abhängig von der Füllung und dem Ummantelungsteig. 17 der 103 gekühlten und 13 der 47 tiefgefrorenen gefüllten Teigwarenprodukte haben einen Fettgehalt von mehr als 10 g. Den höchsten Fettgehalt von 19,8 g haben hier tiefgefrorene mit Schweinefleisch gefüllte russische Teigtaschen. Bei den gekühlten gefüllten Teigwaren hat eine u.a. mit Ricotta gefüllte italienische Spezialität den höchsten Fettgehalt von 15 g.

Von den 20 aus Fixprodukten hergestellten Gerichten haben drei einen Fettgehalt über 10 g, den höchsten Fettgehalt von 13 g hat eine mit einem Fixprodukt hergestellte Lasagne. Lasagne kann jedoch aus Fixprodukten mit geringerem Fettgehalt hergestellt werden, denn es wurde ein weiteres Fixprodukt erfasst, bei dem die zubereitete Lasagne einen Fettgehalt von 9 g aufweist.

### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

In Bezug auf die durchschnittlichen Zuckergehalte von 1,8 g - 3,0 g gibt es bei den Getreideprodukten in allen Zustandsformen keine großen Unterschiede – mit Ausnahme der Nudelsalate, deren Zuckergehalt im Mittel mit 4,7 g etwas höher liegt. Sowohl bei den gekühlten gefüllten Teigwaren als auch bei den konservierten Nudelgerichten gibt es jeweils einen „Ausreißer“: gekühlte Maultaschen, die mit Zuckerzugabe den Maximalwert von 14 g erreichen und ein konserviertes Nudelgericht süß-sauer mit 13 g, bei dem Ananas und Zucker Hauptbestandteile sind. Eine Portion (380 g, Herstellerangabe) des süß-sauren Nudelgerichts enthält 46 g Zucker, das entspricht fast 10 Kaffeelöffeln Zucker.

### Salzgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Zwischen den Produkten der verschiedenen Zustandsformen gibt es bei den durchschnittlichen Salzgehalten keine großen Unterschiede - die Salzgehalte bewegen sich zwischen 0,8 g und 1,4 g – wohl aber bei den Produkten innerhalb der Zustandsformen.

Bei den gekühlten Nudelsalaten (durchschnittlicher Salzgehalt 1,3 g) haben 4 Salate eines Herstellers einen Salzgehalt von 3,5 g bis maximal 4 g, auf den Verpackungen ist hier der Natriumgehalt (1,4 g bis 1,6 g), nicht der Salzgehalt angegeben. Bei einer Portionsgröße von 200 g und einem Salzgehalt von 3,5 g beträgt die Salzzufuhr 7 g, das entspricht ca. 1,5 Kaffeelöffeln Salz. Der Salzgehalt der anderen Salate liegt bei weniger als 2 g. Von den gekühlten gefüllten Teigwaren hat ca. ein Drittel einen Salzgehalt von 1,5 g bis maximal 2,3 g. Es handelt sich dabei um Teigtaschen mit verschiedenen Füllungen und Teigen. Von den Instantgerichten (Gerichte, denen nur heißes Wasser zugefügt wird), hat ca. ein Fünftel einen Salzeintrag von mehr als 2 g, es handelt sich hier ausschließlich um asiatische Rezepturen. Jedoch gibt es auch asiatische Instantgerichte mit deutlich niedrigerem Salzgehalt. Den höchsten Salzgehalt von 5,9 g pro 100 g hat ein asiatischer Nudeltopf mit Shrimps.

#### 4.2.12 Frühstückscerealien/Müsli

Unter Frühstückscerealien werden Müsli- sowie Cerealien-Produkte verstanden. Zur Beschreibung der Einkaufshäufigkeit und weiterer Merkmale dieser Produktgruppe liegen Daten der GfK (Tabelle 31) vor.

Tabelle 31: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Frühstückscerealien (GfK)

Frühstückscerealien	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Müsli + Cerealien insgesamt</b>	<b>242,300</b>	<b>10,4</b>	<b>23,402</b>	<b>59,4</b>
<i>Müsli</i>	<i>122,756</i>	<i>7,4</i>	<i>16,610</i>	<i>42,2</i>
Müsli Schoko	46,206	5,6	8,317	21,1
Müsli Frucht/Nüsse/Samen	53,132	4,9	10,848	27,6
<i>Cerealien</i>	<i>117,833</i>	<i>7,1</i>	<i>16,567</i>	<i>42,1</i>
Kinderprodukte	72,863	6,2	11,797	30,0
Schokolade Gesamt	41,412	5,1	8,134	20,7
Nichtkinderprodukte	44,970	4,1	10,865	27,6

Im Jahr 2015 kauften knapp 60 % der deutschen Haushalte Frühstückscerealien. Die Anzahl der Haushalte, die Müsli oder Cerealien erwarben, unterschied sich nicht wesentlich (16,610 bzw. 16,567 Mio.). Insgesamt wurden etwas mehr Packs Müsli als Cerealien gekauft (122 Mio. Packs im Vergleich zu 117 Mio. Packs). Am häufigsten wurden Cerealien für Kinder mit knapp 73 Mio. Packs von 11,8 Mio. Käuferhaushalten gekauft.

Als Müsli-Produkte werden Getreideflocken mit Schokolade (Müsli Schoko) oder Früchten, Nüssen sowie Samen (Müsli Frucht/Nüsse/Samen) bezeichnet. Die Zusammensetzungen können auch unter den Getreideflocken (Pseudogetreide) variieren. Zu beiden Gruppen (Müsli und Cerealien) zählen geröstete Produkte, welche im Namen häufig die Bezeichnung „Knusper“ oder „Crunchy“ tragen.

Bei den Kinderprodukten konnten die in der Datenbank erfassten Produkte einer Untergruppe „Schokolade Gesamt“ nicht separat zugeordnet werden.

Tabelle 32: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Frühstückscerealien pro 100 g Packungsinhalt

Frühstückscerealien	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g Packungsinhalt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min
<i>Müsli</i>																				
Müsli Schoko	51	1587	2003	378	478	13,4	4,3	22,0	1,9	10,5	45,0	80,0	20,1	5,1	45,0	5,4	36,0	0,3	0,0	1,0
Müsli	150	1265	2061	300	493	10,2	2,1	23,0	0,4	9,1	26,0	68,8	16,0	0,8	33,7	7,7	36,0	0,2	0,0	0,9
<i>Cerealien</i>																				
Kinderprodukte	44	1508	1959	356	466	5,9	0,6	18,0	0,1	7,5	62,4	88,0	29,2	14,9	43,0	4,5	11,0	0,6	0,0	1,4
Nichtkinderprodukte	77	1458	2110	325	502	6,6	0,6	26,0	0,0	15,0	55,5	86,0	16,4	1,5	35,0	4,5	16,0	0,7	0,0	2,5

Zu beachten ist, dass sich die Energie- und Nährwertangaben in Tabelle 32 nicht auf das verzehrfertige Produkt, sondern auf 100 g Packungsinhalt beziehen. Das heißt, dass sich die Energie- und Nährwertgehalte auf Produkte beziehen, die zwar so verzehrt werden können, in der Regel aber noch mit weiteren Lebensmitteln wie Milch, Joghurt o. Ä. vor dem Verzehr vermischt werden, die Energie- und Nährwertgehalte der „vollständigen“ Speise sind noch höher einzuschätzen.

Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt/Packungsinhalt

Müsli hat allgemein einen höheren durchschnittlichen Fettgehalt als Cerealien (Tabelle 32). Die durchschnittlichen Fettgehalte der Schokomüsli-Produkte und der Müsli-Produkte mit Frucht/Nüssen/Samen liegen bei 13 g bzw. 10 g. Über die Hälfte (51 %) der Schokomüsli-Produkte haben Fettgehalte, die über dem Durchschnitt liegen. In allen Untergruppen zeigen Knusper-/Crunchy-Produkte durch die Röstung bei der Herstellung jeweils die höchsten Fettgehalte. Bei den Cerealien liegen die durchschnittlichen Fettgehalte bei 5,9 g (Kinderprodukte) und 6,6 g (Nichtkinderprodukte). Einen Ausreißer stellt bei den Nichtkinderprodukten ein Schoko Flakes-Produkt dar (26 g Fett).

Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt/Packungsinhalt

Cerealien für Kinder weisen mit 29,2 g den höchsten durchschnittlichen Zuckergehalt auf. Der Zuckergehalt von 39 % dieser Produkte liegt oberhalb dieses Mittelwertes. Ein „Smacks“-Produkt hat mit 43 g den höchsten Zuckergehalt. Bei einer Portion von 30 g liegt die Zuckeraufnahme bei 12,9 g.

Vereinzelt enthalten auch Produkte aus anderen Gruppen hohe Zuckergehalte. Bei einem Vergleich der Müsli-Produkte (Schoko vs. Frucht/Nüsse/Samen), enthalten die Schokomüsli-Produkte insgesamt mehr Zucker (Tabelle 32). Das zuckerreichste Produkt ist dabei „Schokoladige Getreideflocken“ (Müsli Schoko; 45 g Zucker). Bei den Fruchtmüsli-Produkten resultiert der Zuckergehalt oft aus den enthaltenen getrockneten Früchten. So wird dem Fruchtmüsli mit dem höchsten Zuckeranteil (34 g) kein zusätzlicher Zucker zugegeben.

Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Salzgehalt von Frühstückscerealien ist bei allen Produkten mit durchschnittlichen Gehalten von 0,2 g - 0,7 g Salz gering.

#### 4.2.13 Backwaren einschließlich Brot und Brötchen

Bei der Gruppe der Backwaren wurden bei der GfK nur Angaben über eingekaufte vorgefertigte und vorverpackte Backwaren einschließlich Aufbackwaren, **ohne vorverpacktes Brot und vorverpackte Brötchen**<sup>8</sup> angekauft. Angaben über Energie- und Nährwertgehalte verzehrfertiger vorverpackter im LEH erhältlicher Broten und Brötchen sind deshalb separat dargestellt. Im Folgenden wird zuerst ein Überblick über eingekaufte Backwaren süß + salzig, einschließlich Aufbackwaren gegeben. Dann erfolgt jeweils der Überblick sowie die ermittelten Energie- und Nährwertgehalte von Backwaren süß und Backwaren salzig getrennt. Anschließend erfolgt der Überblick über Brot und Brötchen und die dazu ermittelten Energie- und Nährwertangaben.

#### Backwaren süß + salzig, einschließlich Aufbackwaren

Tabelle 33: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Backwaren süß + salzig, einschl. Aufbackwaren nach Zustandsform (GfK)

Backwaren	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Backwaren</b>	<b>1.833,729</b>	<b>48,4</b>	<b>37,886</b>	<b>96,2</b>
<i>Backwaren gekühlt und ungekühlt (kurzfristig haltbar)</i>	<i>662,775</i>	<i>21,1</i>	<i>31,337</i>	<i>79,6</i>
Backwaren gekühlt süß	15,498	3,3	4,656	11,8
Aufbackwaren (ungekühlt)	416,393	17,6	23,717	60,2
Backwaren gekühlt salzig	230,885	9,1	25,494	64,8
<i>Backwaren tiefgefroren</i>	<i>732,832</i>	<i>22,1</i>	<i>33,188</i>	<i>84,3</i>
Backwaren süß	128,179	6,6	19,376	49,2
Backwaren salzig	604,653	19,6	30,845	78,3
<i>Backwaren länger haltbar (konserviert)</i>	<i>281,945</i>	<i>9,6</i>	<i>29,259</i>	<i>74,3</i>
Backwaren süß	281,945	9,6	29,259	74,3
<i>Backwaren Trockenprodukte</i>	<i>156,177</i>	<i>7,0</i>	<i>22,348</i>	<i>56,8</i>
Backwaren Trockenprodukte süß	72,435	4,7	15,370	39,0
Backwaren Trockenprodukte salzig	83,742	5,8	14,401	36,6

Vorgefertigte Produkte aus der Gruppe der Backwaren wurden von 96 % der deutschen Haushalte im Jahr 2015 mindestens einmal gekauft. Dabei entfielen 73 % der gekauften Packs auf „salzige“ und 27 % auf „süße“ Produkte. Tiefgefrorene Produkte hatten den

<sup>8</sup> Brötchen waren schwierig abzugrenzen: in den Aufbackwaren sind vorverpackte Brötchen erfasst, die im Backofen zubereitet werden müssen, andere Brötchen sind in den Daten der GfK nicht ausgewiesen.

höchsten Anteil, gefolgt von den kurzfristig haltbaren (gekühlten und ungekühlten) Produkten (Tabelle 33).

### Backwaren süß

Tabelle 34: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Backwaren süß nach Zustandsform (GfK)

Backwaren süß	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<i>Backwaren gekühlt süß</i>	15,498	3,3	4,656	11,8
<i>Backwaren tiefgefroren süß</i>	128,178	6,6	19,376	49,2
Kuchen	48,540	4,0	12,067	30,6
Teilchen (Berliner, Plunder, Windbeutel etc.)	47,974	4,1	11,754	29,9
Torten	31,630	3,1	10,278	26,1
<i>Backwaren süß (ungekühlt, länger haltbar)</i>	281,945	9,6	29,259	74,3
Fertige Kuchen	250,836	9,1	27,623	70,2
<i>Backwaren Trockenprodukte süß</i>	72,435	4,7	15,370	39,0
Backmischungen	60,308	4,5	13,539	34,4
Tortencremes, Füllungen	11,557	2,9	4,026	10,2

Fertige, länger haltbare Kuchen machten den größten Anteil der gekauften süßen Backwaren aus, die von beinahe 75 % der deutschen Haushalte gekauft wurden. Es folgten die tiefgefrorenen Produkte, bei denen vorwiegend Kuchen, süße Teilchen und Torten gekauft wurden. Trockenprodukte wie Backmischungen wurden von über einem Drittel der Haushalte erworben (Tabelle 34).

Tabelle 35: Spannweiten der Energie- und Nährwertgehalte von Backwaren süß in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Backwaren süß	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
	n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max
<i>Backwaren tiefgefroren, süß</i>																				
Kuchen	44	775	1960	184	469	13,0	5,6	27,0	2,1	15,0	24,0	51,0	19,8	10,0	38,0	2,3	8,4	0,3	0,0	1,0
Torten	47	890	1875	212	448	16,8	6,9	27,0	3,1	13,0	23,5	51,5	23,6	14,9	36,1	2,8	12,0	0,2	0,1	0,4
Teilchen	49	693	1910	165	458	16,3	4,1	28,6	0,4	17,2	15,0	50,0	16,3	5,0	27,0	2,3	7,6	0,5	0,1	2,0
<i>Backwaren (ungekühlt, länger haltbar) süß</i>																				
Kuchen	67	1368	2103	323	504	21,8	2,8	30,0	1,2	20,0	40,0	70,0	33,0	20,0	43,0	0,6	7,2	0,5	0,1	1,2
Torten	5	1657	1760	395	420	18,4	18,0	19,0	5,0	12,0	52,0	56,0	37,4	33,0	44,0	5,0	6,2	0,5	0,3	0,8
Teilchen	60	1038	2148	248	605	20,2	2,0	33,0	1,1	18,0	44,7	61,0	27,7	8,0	44,2	4,6	10,9	0,7	0,1	1,7
<i>Backwaren Trockenprodukte süß</i>																				
Backmischungen (Kuchen)	123	641	2102	152	505	17,9	2,1	33,0	1,2	18,0	19,0	76,2	24,5	6,5	52,1	1,5	8,9	0,6	0,2	1,3
Tortencremes	5	768	1561	184	377	21,0	12,0	33,0	6,7	23,0	13,0	16,0	12,6	12,0	15,0	2,5	6,6	0,2	0,1	0,6

### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die durch die Recherche erfassten tiefgefrorenen Produkte weisen im Mittel die geringsten Fettgehalte auf, über alle Zustandsformen gesehen liegen die Minimalwerte zwischen 2,0 g und 6,9 g, die Maximalwerte zwischen 27,0 g und 33 g (Tabelle 35). Eine Ausnahme bilden die länger haltbaren ungekühlten Torten (n=5), wie Sacher- und Linzer-Torten, deren Fettgehalte nur zwischen 18,0 g und 19 g schwanken. Die höchsten Fettgehalte von 33 g finden sich bei ungekühlten Teilchen sowie den Produkten aus Backmischungen und den Tortencremes. Über die Hälfte der Produkte bei ungekühlten Teilchen (z. B. mit Nuss, Schokolade oder Marzipan) und den Produkten aus Backmischungen (häufig Kuchen mit Schokolade) liegen über dem Mittelwert von 20,2 g bzw. 21 g.

### Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Tortencremes weisen die geringsten Zuckergehalte auf, eines der Produkte aus Backmischungen mit 52,1 g den höchsten (Schokokuchen). Bei ungekühlten Kuchen, Torten und Teilchen liegen die Maximalwerte zwischen 43 g und 44,2 g, wobei auch hier wieder über 50 % der erfassten Teilchen (z. B. mit Schoko, Karamell oder Mandelhörnchen) den Mittelwert überschreiten.

### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Torten, tiefgefrorene wie auch ungekühlte, länger haltbare sowie Tortencremes weisen bei den süßen Backwaren die geringsten, süße Teilchen, seien es tiefgefrorene oder ungekühlte, die höchsten Salzgehalte auf. Ein tiefgefrorenes Produkt eines Heimdienstes hat den höchsten ausgewiesenen Salzgehalt von 2 g, gefolgt von ungekühlten Mini-Butter-Hörnchen (Hefeteig) mit 1,7 g. Croissants, Schokobrotchen, Milchbrötchen und Hefegebäck gehören bei den süßen Teilchen zu den 47 % der Produkte mit einem Salzgehalt über dem Mittelwert von 0,7 g.

## Backwaren salzig

Tabelle 36: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Backwaren salzig (GfK)

Backwaren salzig	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<i>Aufbackwaren (ungekühlt) salzig</i>	416,393	17,6	23,717	60,2
<i>Backwaren gekühlt salzig</i>	230,884	9,1	25,494	64,8
Frischteige salzig	109,595	6,4	17,237	43,8
Baguette/Brötchen, Sandwiches, Wraps, belegt, gefüllt	110,538	6,6	16,850	42,8
<i>Backwaren tiefgefroren salzig</i>	604,652	19,6	30,845	78,3
Pizza/Pizzabaguette/Pizzaburger/Ofenbrot	413,257	15,1	27,316	69,4
Aufbackbrötchen/-brezeln	116,032	10,0	11,551	29,3
<i>Backwaren Trockenprodukte salzig</i>	83,742	5,8	14,401	36,6
Backmischung salzig	39,423	6,8	5,840	14,8
Backerbsen, Croutons	23,367	4,1	5,631	14,3
Taco Shells/Tortilla/Wraps	20,952	3,3	6,380	16,2

Mit über 416 Millionen gekauften Packs und einer Käuferreichweite von 60 % hatten ungekühlte Aufbackwaren den höchsten Anteil an den gekauften salzige Backwaren, gefolgt von über 413 Mio. Packs tiefgefrorener Pizzen, Pizzabaguettes u. ä. (Käuferreichweite über 69 %) und 116 Mio. Packs verschiedener tiefgefrorener Aufbackbrötchen und -brezeln (Tabelle 36). Zu den häufig gekauften Produkten zählen ebenso gekühlte Frischteige und gekühlte belegte/gefüllte Brote, Brötchen, Baguettes und Sandwiches. Trockenprodukte wie Backmischungen oder länger haltbare ungefüllte Taco Shells und Wraps wiesen geringere Einkaufsmengen auf.

Frischteige wurden von 17,24 Mio. Käuferhaushalten mit einer Käuferreichweite von 44 % gekauft. Energie- und Nährwertangaben für das verzehrfertige Produkt konnten nur von wenigen Produkten (z. B. Hörnchen, Mehrkornbrötchen als Frischteig aus der Dose) ermittelt werden. Die Angaben für den Packungsinhalt beziehen sich auf das noch nicht gebackene Produkt, dem teilweise noch weitere Zutaten bis zum verzehrfertigen Gericht zugegeben werden müssen, z. B. bei Teig für einen Flammkuchenboden oder einem Blätterteig oder einem Mürbteig. Eine Einschätzung der Nährwertgehalte dieser Produkte ist im Hinblick auf das verzehrfertige Endprodukt nur beschränkt aussagekräftig.

Tabelle 37: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Backwaren salzig in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Backwaren salzig	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																			
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min
<i>Backwaren gekühlt/ungekühlt (kurzfristig haltbar) salzig</i>																				
Aufbackwaren (ungekühlt)	45	943	1442	223	342	3,0	0,8	12,0	0,1	4,0	11,4	66,4	3,6	1,1	11,0	1,7	25,0	1,3	0,8	2,0
Frischteige 'salzig' (gekühlt) - Angaben für zubereitetes Prod.	5	1036	1327	245	316	6,5	1,4	13,2	0,7	4,5	40,2	46,5	5,1	4,2	8,0	7,8	10,6	1,5	0,7	2,1
Frischteige 'salzig' (gekühlt) - Angaben für Packungsinhalt	15	794	1689	188	405	13,1	3,2	25,0	0,4	13,5	30,1	52,0	1,8	0,4	3,3	4,9	9,3	1,1	0,6	2,2
Baguette/Brötchen, Sandwiches, Wraps belegt, gefüllt (gekühlt)	29	756	1447	179	344	13,0	2,1	21,9	1,3	9,6	17,3	42,1	2,9	1,1	7,2	5,9	13,3	1,4	0,7	2,3
Baguette/Brötchen, Sandwiches, Wraps belegt, gefüllt (ungekühlt)	5	1914	2056	459	495	24,9	23,0	27,0	6,2	12,0	43,8	56,0	3,0	1,3	5,0	8,8	12,0	1,5	1,3	1,8
<i>Backwaren tiefgefroren salzig</i>																				
Pizza/Ofenbrot	270	606	1310	144	314	8,8	2,4	20,4	0,3	10,3	17,2	39,0	3,0	0,8	7,7	1,4	22,8	1,3	0,3	2,0
Baguette, Pizzabaguette usw.	38	734	1284	174	306	9,2	2,5	21,1	1,5	9,7	15,1	38,6	3,6	1,5	6,4	6,5	11,0	1,3	0,9	1,7
Aufbackbrötchen/Brezeln	24	905	1291	196	306	2,8	0,7	11,0	0,1	1,3	38,0	56,6	2,9	0,8	5,8	3,4	11,0	1,6	0,8	2,8
<i>Backwaren Trockenprodukte salzig</i>																				
Backmischungen	6	775	1342	185	319	8,9	6,2	13,4	0,7	7,2	23,0	48,0	3,8	1,0	8,5	2,3	8,8	1,3	0,9	1,9
Taco Shells/Tortilla/Wraps, ungekühlt, länger haltbar	12	1161	2126	275	509	10,3	3,6	27,0	1,0	11,5	49,0	59,2	3,0	1,0	5,8	5,3	9,2	1,2	0,0	2,0

Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die hier ausgewiesenen Informationen zu Aufbackwaren beziehen sich auf ungefüllte Brötchen unterschiedlichster Art (Weizen-, Roggen-, Vollkorn-, Körner-, Baguettebrötchen), Brezeln und Mini-Fladenbrote. Die Mittelwerte des Fettgehalts liegen bei 3 g (ungekühlt) bzw. 2,8 g (tiefgefroren). Auch bei den Minimal- (0,8 g bzw. 0,7 g) und Maximalwerten (12 g bzw. 11 g) bestehen nur geringe Unterschiede zwischen ungekühlten und tiefgefrorenen Produkten. Unabhängig von der Zustandsform finden sich hohe Maximalwerte bei den „belegten/gefüllten“ Produkten, wie Pizzen und belegten/gefüllten Baguettes, Sandwiches und Wraps. Maximalwerte von bis zu 27 g weisen ungekühlte gefüllte pikante Knäckebröte (z. B. Sandwich Mild Cheese/Wasa) auf. Bei gekühlten, gefüllten Baguettes, Sandwiches usw. liegt die Spannbreite der Fettgehalte zwischen 2,1 g und 21,9 g; 69 % der erfassten Produkte liegen hierbei jedoch über dem Mittelwert von 13 g. Bei den entsprechenden tiefgefrorenen Produkten ist die Spannbreite ähnlich, der Mittelwert mit 9,2 g etwas geringer und nur 42 % der Produkte liegen über diesem Mittelwert. Ähnlich sehen auch die Werte für tiefgefrorene Pizzen aus. Den mit Abstand höchsten Fettgehalt haben Mini-Blätterteigpizzen (20,4 g) und Käse-Pizzettis zweier Tiefkühlheimdienste (16,8 g); mit Gehalten von unter 15,6 g folgen in erster Linie Pizzen mit viel Käse. Bei den in Tabelle 37 als Trockenprodukte aufgeführten Tacco Shells usw. handelt es sich um fertig gebackenen ungefüllte Produkte, die länger ungekühlt haltbar sind. Von diesen Produkten weisen zwei Tacco Shells – frittierte schalenförmige Maisfladen – 27 g und 26,3 g Fett auf, alle anderen Produkte haben weitaus geringere Fettgehalte und liegen unter dem Mittelwert von 10,3 g.

### Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Zuckergehalte der salzigen Backwaren sind erheblich geringer als bei den süßen Backwaren. Die Mittelwerte liegen abgesehen von den Frischteigen zwischen 2,9 g und 3,8 g. Der höchste Zuckergehalt von 11 g wurde bei einem glutenfreien Pizzaboden festgestellt. Bei allen unter den salzigen Backwaren ausgewiesenen Gruppen, außer bei Pizzen und tiefgefrorenen gefüllten Baguettes, hat nur etwa ein Drittel der jeweiligen Produkte einen über dem Mittelwert liegenden Zuckergehalt. Bei tiefgefrorenen Pizzen und tiefgefrorenen gefüllten Baguettes liegt jeweils ein Anteil von 46 % über dem Mittelwert von 3 g bzw. 3,6 g. Diese Produkte sind häufig mit Salami, Schinken oder auch Ananas („Hawaii“) belegt.

### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Salzgehalte dieser Produkte sind mit Mittelwerten zwischen 1,1 g und 1,7 g und Maximalgehalten zwischen 1,7 g und 2,3 g relativ hoch, den höchsten Salzgehalt erreichen bei den tiefgefrorenen Aufbackwaren Laugenstangen und Laugenbrezeln, da sie üblicherweise noch mit Salz bestreut werden. Bei tiefgefrorenen Pizzen, ungekühlten, ungefüllten Wraps und ungekühlter Aufbackware beträgt der Anteil der jeweils über dem Mittelwert liegenden Produkte über 55 %. Bei Berücksichtigung einer durchschnittlichen Portionsgröße von 360 g (220 g - 500 g, n=181) bei tiefgefrorenen Pizzen und einem durchschnittlichen Salzgehalt von 1,3 g pro 100 g entspricht dies einer Salzaufnahme beim Verzehr des Produkts von 4,7 g, das entspricht einem Anteil von 78% der als ausreichend erachteten Salzaufnahme pro Person und Tag.

## **Brot und Brötchen**

Für die Lebensmittelgruppe „Brot und Brötchen“ liegen keine aktuellen Daten zur Anzahl der Käuferhaushalte und eingekaufter Packs vor. Der Geschäftsbericht des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks e. V. (BMJV, 2003; ZDB, 2015) führt für das Jahr 2014 eine Käuferreichweite von 98,8 % auf, d.h. beinahe alle deutschen Haushalte haben 2014 mindestens einmal Brot erworben. Pro Käuferhaushalt wurden durchschnittlich 46,3 kg Brot gekauft. Aus diesen Angaben geht jedoch nicht hervor, ob die Produkte im Lebensmitteleinzelhandel oder in den Verkaufsstellen des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien) erworben wurden und wie hoch der Anteil an vorgefertigten vorverpackten Produkten ist.

Vorverpackte frische Brötchen konnten nur vereinzelt erfasst werden, sie sind mit den Energie- und Nährwertdaten bei den Broten enthalten – auf Brötchen wird im Folgenden nicht weiter eingegangen. Vermutlich werden Brötchen vor allem frisch und lose gekauft. Als Aufbackware sind Brötchen jedoch in den oben ausgewiesenen Backwaren salzig enthalten.

Die Energie- und Nährwertgehalte der erfassten Brote sind in der Tabelle 38 ausgewiesen. Die Produktgruppe „sonstige Brote“ umfasst überwiegend glutenfreie Brote sowie Brote, die nicht eindeutig den anderen Produktgruppen zugeordnet werden konnten.

Tabelle 38: Spannweiten der Energie- und Nährwertgehalte von Brot in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Brot	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																				
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]			
	n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max	
<i>Brote ungekühlt</i>																					
Toastbrot, Sandwichbrot	41	938	1355	221	322	4,2	1,0	11,3	0,1	2,5	12,9	52,0	3,8	1,1	11,1	6,8	24,5	1,2	0,5	1,5	
Roggen-, Weizenbrote	118	759	1495	180	356	3,7	0,5	13,1	0,0	1,7	7,5	57,3	3,6	0,9	15,0	4,2	22,0	1,2	0,5	2,0	
Sonstige Brote	25	855	1236	202	293	5,0	1,1	13,5	0,1	3,9	7,5	54,0	3,6	0,9	14,0	2,8	22,0	0,9	0,1	1,3	
<i>Knäckebrot Trockenprodukte</i>																					
Knäckebrot	77	1219	2054	288	493	5,9	0,6	28,7	0,0	9,5	21,0	89,0	3,4	0,0	16,1	5,5	31,5	1,3	0,0	3,3	

Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Knäckebrot weist im Durchschnitt den höchsten Fettgehalt auf. Von 77 erfassten Knäckebrotten haben 9 Produkte einen Fettgehalt über 13 g. Diese Produkte sind durch einen Zusatz von Käse und/oder Ölsaaten (z. B. Leinsaat, Sonnenblumen-/Kürbiskerne) gekennzeichnet. Auch in den anderen Produktgruppen sind die höchsten Fettgehalte in Produkten zu finden, die einen hohen Anteil an Ölsaaten haben und als sogenannte Eiweißbrote deklariert sind.

Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die verschiedenen Brotgruppen zeigen im Durchschnitt ähnliche Zuckergehalte auf. Der höchste Zuckergehalt ist bei einer Mais-Waffel (Produktgruppe: Knäckebrot) zu finden. Dieses Produkt stellt eine Ausnahme dar. Die erfassten Mais-Waffeln haben überwiegend einen Zuckergehalt von < 2 g, während der Zuckergehalt von Pumpernickel und Hot Dog/ Hamburgerbrötchen meist über 7 g liegt. Zuckerfrei ist hingegen ein glutenfreies Knäckebrot.

Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der durchschnittliche Salzgehalt der erfassten Brote beträgt 1 g. Von 266 Brotprodukten weisen 29 Produkte, die meist den Knäckebrotten zugeordnet sind, einen Salzgehalt von > 1,5 g auf. Der höchste Salzgehalt (3,3 g) ist bei einem Brezelsalz-Laugen-Knäckebrot zu finden.

#### 4.2.14 Knabberartikel aus verschiedenen LM-Gruppen

Für die Produktgruppe Knabberartikel liegen Daten der GfK (Tabelle 39) vor:

Tabelle 39: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Knabberartikeln (GfK)

Knabberartikel	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Knabberartikel insgesamt</b>	<b>1.222,947</b>	<b>34,4</b>	<b>35,531</b>	<b>90,2</b>
<i>Knabberartikel Trockenprodukte</i>	<i>1.221,297</i>	<i>34,4</i>	<i>35,519</i>	<i>90,2</i>
Kartoffelchips, -sticks	388,682	15,3	25,353	64,4
Knabbergebäck (z. B. Cracker, Gebäckstangen, Salzstangen)	269,457	10,1	26,794	68,1
Nüsse/Kerne gewürzt/gesalzen	263,951	10,7	24,610	62,5
Flips, Figuren, Tortillachips	203,424	9,1	22,263	56,5
Salami Snacks	52,256	8,1	6,429	16,3
Popcorn 'süß'	18,160	3,0	5,965	15,1

Im Jahr 2015 haben 9 von 10 Haushalten in Deutschland mindestens einmal Knabberartikel und insgesamt mehr als 1.222 Millionen Einheiten gekauft. Jeder Käuferhaushalt hat im Durchschnitt ca. 34 Einheiten erworben. Dabei entfiel der größte Anteil auf Knabbergebäck wie z. B. Salzgebäck oder Cracker (gekauft von 68,1 % aller Haushalte), gefolgt von Kartoffelchips und -sticks (gekauft von 64,4 % aller Haushalte) und gewürzten bzw. gesalzenen Nüssen und Kernen (gekauft von 62,5 % aller Haushalte). Auch Flips und Tortillachips wurden von mehr als der Hälfte aller Haushalte mindestens einmal gekauft. Salami Snacks und süßes Popcorn haben einen geringeren Anteil.

Tabelle 40: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Knabberartikeln in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Knabberartikel	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																					
	Anzahl	Energie [kJ]			Energie [kcal]			Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max	
<i>Knabberartikel Trockenprodukte</i>																						
Kartoffelchips, -sticks	92	1719	2325	408	668	31,0	9,0	38,0	1,1	33,5	38,0	75,0	2,2	0,1	11,0	3,0	8,8	1,7	0,1	3,4		
Tortillachips	17	1979	2086	472	499	21,7	20,0	25,0	2,2	11,0	60,0	65,0	2,2	1,5	4,7	5,4	6,7	1,5	0,8	2,1		
Gemüsechips	12	1585	2291	380	547	32,9	24,6	43,0	2,7	33,5	31,0	65,0	25,7	10,7	39,0	2,8	6,0	1,2	0,3	3,0		
Knabbergebäck (Cracker, Gebäckstangen, Salzstangen, usw.)	127	1154	2368	274	588	14,1	0,8	38,2	0,2	25,5	42,2	83,5	3,6	0,0	11,0	0,0	19,0	2,9	0,3	7,6		
Nüsse/Kerne	68	1938	3085	294	748	44,7	25,0	73,0	2,8	12,0	4,0	49,0	12,4	0,5	44,0	8,5	30,0	1,1	0,0	2,7		
Erdnussflips	12	1603	2233	378	535	22,5	2,2	31,0	0,3	17,0	50,0	80,0	3,1	0,7	7,0	7,5	14,0	1,9	0,7	2,9		
Salami Snacks	12	1454	2184	348	527	38,0	20,0	45,8	8,0	18,3	0,5	4,0	1,3	0,2	3,3	20,0	38,0	4,7	3,3	6,1		

Die Knabberartikel setzen sich wie folgt zusammen:

- Kartoffelchips und -sticks verschiedenster Geschmacksrichtungen, z. B. Barbecue, Zwiebel, Balsamico sowie Natur (nur gesalzen) und Herstellungsverfahren, z. B. Kesselchips.
- Tortillachips (hergestellt aus Maismehl) verschiedenster Geschmacksrichtungen, z. B. Natur, Käse, Paprika oder Chili.
- Gemüsechips
- Knabbergebäck, z. B. Salzgebäck und pikante Kekse in verschiedenen Ausformungen (z. B. Cracker, Salzstangen, Salzbrezeln, Bierstengel) und Geschmacksrichtungen (z. B. Käse, Kräuter, Gewürze).
- Nüsse und Kerne, beinhalten verschiedene Nussarten wie z. B. Erdnüsse, Mandeln, Cashewkerne, Pistazien, Walnüsse und Nussmischungen in verschiedenen Geschmacksrichtungen, z. B. gesalzen, würzig-pikant, mit Wasabi oder mit Zucker bzw. Honig.
- Erdnussflips in verschiedenen Ausformungen und Geschmacksrichtungen
- Salami Snacks

#### Fettgehalt pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Nüsse und Kerne haben den höchsten Fettgehalt bei den Knabberartikeln mit 44,7 g im Durchschnitt, gefolgt von Salami-Snacks (38 g) und Gemüse- und Kartoffelchips (32,9 g/31 g). Einen geringeren Fettanteil haben Erdnussflips (22,5 g) und Tortilla-Chips (21,7 g). Knabbergebäck hat mit durchschnittlich 14,1 g den geringsten Fettgehalt.

Von den Nüssen und Kernen hat ein Drittel einen Fettgehalt von mehr als 50 g, dabei handelt es sich um Macadamia-Nüsse mit einem maximalen Fettgehalt von 73 g, Nussmischungen, einige Sorten Pistazien und Mandeln.

Die Gemüsechips haben mit 32,9 g im Durchschnitt einen etwas höheren Fettgehalt als die Kartoffelchips. Von den 12 Sorten Gemüsechips liegt bei 9 Sorten der Fettgehalt über 30 g.

Bei den Kartoffelchips, -sticks haben die Produkte eines Herstellers, unabhängig von der Geschmackszutat, z. B. Barbecue, Sweet Chili oder Käse & Zwiebel, den maximalen Fettgehalt von 38,0 g. Insgesamt haben zwei Drittel der Kartoffelchips, -sticks einen Fettgehalt von mehr als 30 g. Jedoch gibt es auch zwei Sorten mit nur 9 g Fett.

Von den Erdnussflips (Extrudate) haben 10 der 12 Produkte einen Fettgehalt zwischen 2,2 g und 31 g. Den niedrigsten Fettgehalt hat ein Produkt mit 2,2 g. Tortillachips haben durchschnittlich mit 21,7 g im Mittel einen deutlich geringeren Fettgehalt als Kartoffel- und Gemüsechips, die Spannweite des Fettgehalts ist von 20 g bis 25 g relativ gering. Die Spannweite des Fettgehalts beim Knabbergebäck reicht von 0,8 g bis 38,2 g, da Knabbergebäck viele verschiedene Produkte beinhaltet (s.o.). Den höchsten Fettgehalt haben einige Sorten Käsegebäck (25 g bis 38 g), die einen hohen Butteranteil haben. Es gibt jedoch auch ein Käsegebäck ohne Butter mit nur 6,4 g Fett. Mehr als ein Drittel der erfassten Produkte bei Knabbergebäck hat einen Fettgehalt von 10 g und weniger, dazu gehören z. B. Salzstangen, Salzbrezeln, Dinkelbrezeln und Bierstengel.

### Zuckergehalt pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Den höchsten Zuckergehalt bei den Knabberartikeln haben Gemüsechips mit durchschnittlich 25,7 g und Nüsse und Kerne mit 12,4 g (Tabelle 40). Von den 12 Gemüsechips-Sorten haben 4 einen Zuckeranteil von mehr als 33 g. Den maximalen Zuckeranteil hat eine Sorte Rote Bete-Chips mit 39 g, dem Produkt ist kein Zucker zugefügt. Den geringsten Zuckeranteil von 10,7 g haben Süßkartoffelchips.

Die Spannweite des Zuckergehalts der Nüsse und Kerne ist sehr groß und reicht von 0,5 g bis 44,0 g. Den maximalen Wert haben gebrannte Cashewkerne. Einen Zuckergehalt von mehr als 30 g haben 11 der 68 Produkte, es handelt sich dabei um Nüsse mit Honig, gebrannte Mandeln bzw. Nüsse sowie verschiedene Sorten Studentenfutter (Nüsse mit Rosinen und z.T. Trockenobst). Einen geringen Zuckergehalt von weniger als 5 g haben 30 der 68 Produkte, es sind vor allem geröstete und gesalzene Nüsse, gewürzte Nüsse und Rauchmandeln.

### Salzgehalt pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Von den Knabberartikeln haben Salami Snacks mit 4,7 g im Durchschnitt den höchsten Salzgehalt. Knabbergebäck liegt im Salzgehalt mit 2,9 g im Durchschnitt über den anderen Knabberartikeln, die einen durchschnittlichen Salzgehalt von 1 g bis 2 g aufweisen. Mehr als die Hälfte des Knabbergebäcks (69 von 127 Produkten) hat einen Salzgehalt von über 2,5 g. Dabei handelt es sich vor allem um Käse- und Salzgebäck. Bei einem „Knuspergebäck“ mit dem höchsten Salzgehalt von knapp 8 g, der errechnet wurde, ist auf der Packung nur der Natriumgehalt (3 g) angegeben.

Nur ein geringer Anteil der Kartoffel-, Gemüse- und Tortillachips (10 der 92 Kartoffelchips, 1 der 12 Gemüsechips, 3 der 17 Tortillachips) hat einen Salzgehalt von mehr als 2 g, bei den Erdnussflips sind es 3 der 12 Produkte.

## 4.2.15 Desserts

Die Mehrheit der deutschen Haushalte (87 %, 34,3 Mio.) hat im Jahr 2015 Desserts eingekauft (Tabelle 41). Im Durchschnitt wurden 42 Packs pro Käuferhaushalt erworben. Bei den gekauften Desserts handelte es sich vorwiegend um gekühlte Produkte in Form von Pudding/Creme/Mousse, Milchreis/Grießdessert und Wackelpudding/Götterspeise. Knapp ein Viertel aller deutschen Haushalte erwarb gekühlte Desserts, die als Kinderprodukte ausgewiesen sind. Trockenprodukte für die Zubereitung von Desserts wie beispielsweise Milchpuddings oder Milchreis wurden von 61 % aller Haushalte eingekauft. Die Anzahl der eingekauften Packs pro Käuferhaushalt ist allerdings im Vergleich zu den gekühlten Desserts deutlich geringer. Tiefgefrorene und pasteurisierte/sterilisierte Desserts spielen hinsichtlich der eingekauften Packs eine untergeordnete Rolle.

Tabelle 41: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Desserts nach Zustandsform (GfK)

Desserts	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Desserts insgesamt</b>	<b>1.428,065</b>	<b>41,7</b>	<b>34,253</b>	<b>87,0</b>
<i>Desserts gekühlt</i>	<i>1.228,732</i>	<i>40,6</i>	<i>30,234</i>	<i>76,8</i>
Kinderprodukte	62,804	6,6	9,545	24,2
Keine Kinderprodukte	1.165,928	39,2	29,777	75,6
Pudding/Creme/Mousse	611,755	24,4	25,026	63,6
Milchreis/Grießdessert	312,884	18,3	17,091	43,4
Wackelpudding/Götterspeise	40,275	8,9	4,524	11,5
<i>Desserts tiefgefroren</i>	<i>6,935</i>	<i>3,0</i>	<i>2,337</i>	<i>5,9</i>
<i>Desserts konserviert</i>	<i>7,892</i>	<i>4,0</i>	<i>1,997</i>	<i>5,1</i>
<i>Desserts Trockenprodukte</i>	<i>184,506</i>	<i>7,7</i>	<i>23,981</i>	<i>60,9</i>
Cremespeise/Milchpudding/Mousse	121,868	5,8	21,122	53,6
Milchreis/Grießbrei	30,810	5,2	5,960	15,1
Götterspeise	12,191	3,3	3,670	9,3

Die Nährwertdaten für gekühlte Desserts und Desserts aus Trockenprodukten sind der Tabelle 42 zu entnehmen. Aufgrund der geringen Kaufmengen von tiefgefrorenen und pasteurisierten/sterilisierten Desserts werden für diese Untergruppen keine Nährwertdaten ausgewiesen.

Tabelle 42: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Desserts in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Desserts	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																				
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]			
	n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max	
<i>Desserts gekühlt</i>																					
Kinderprodukte	18	436	813	103	195	5,6	2,8	13,5	1,8	9,2	13,2	21,5	13,9	11,3	18,5	2,6	3,5	0,2	0,1	0,2	
Keine Kinderprodukte																					
Pudding/Creme/Mousse	90	274	1050	65	251	5,8	0,9	13,0	0,6	8,2	7,1	31,4	14,0	4,3	30,2	1,9	5,0	0,2	0,1	0,3	
Milchreis/Grießdessert	88	320	604	76	144	3,7	1,9	7,8	0,4	5,2	10,7	24,0	12,9	3,7	18,1	0,8	4,0	0,2	0,0	0,3	
Wackelpudding/Götterspeise	25	272	444	64	105	0,8	0,0	1,6	0,0	1,0	10,9	21,1	16,5	8,4	18,7	0,2	2,0	0,1	0,0	0,2	
Vegetarische Desserts (Sojabasis)	36	177	488	42	117	2,5	1,7	5,9	0,3	1,7	0,2	15,0	7,3	0,0	10,3	3,1	6,4	0,2	0,1	0,4	
<i>Desserts Trockenprodukte</i>																					
Cremespeise/Milchpudding/Mousse	93	357	1259	84	303	3,8	0,8	22,0	0,3	14,0	14,1	26,0	14,3	10,0	21,0	1,0	8,8	0,2	0,0	0,4	
Milchreis/Grießbrei	19	372	489	88	116	1,4	1,3	1,6	0,7	1,0	15,0	22,0	9,0	5,5	10,9	3,3	3,9	0,1	0,1	0,2	
Götterspeise	16	232	440	55	104	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,7	25,9	13,4	10,5	16,4	0,0	1,5	0,0	0,0	0,1	

### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Puddings/Cremes/Mousses, sowohl gekühlt als auch aus Trockenprodukten, haben bezüglich des Fettgehalts die größte Spannbreite und den höchsten Mittel- und Maximalwert. Den höchsten Fettgehalt hat ein Milchdessert mit Kakao und Haselnüssen. Den geringsten Fettgehalt dieser Dessertgruppe weist ein kalorienreduzierter Schokoladenpudding (auf Basis von entrahmter/fettarmer Milch) auf. Bei den anderen Produktuntergruppen liegen geringere Spannbreiten, Mittel- und Maximalwerte vor. Diese Unterschiede sind durch die jeweilig verwendeten Zutaten erklärbar. Während für die Herstellung von Puddings/Cremes/Mousses überwiegend (Voll-)Milch oder Sahne verwendet wird, sind Wackelpuddings/Götterspeisen auf Wasserbasis hergestellt. Die niedrigeren Fettgehalte von Milchreis/Grießbreien aus Trockenprodukten sind meistens auf die Verwendung von fettarmer Milch, die von Herstellerseite empfohlen wird, zurückzuführen. Vegetarische Desserts basieren auf Sojamilch, deren Fettgehalt mit fettarmer Milch vergleichbar ist. Bei Puddings/Cremes/Mousses werden darüber hinaus häufiger Schokolade oder Nüsse als Zutaten verwendet. Als Kinderprodukte ausgewiesene gekühlte Desserts sind überwiegend Puddings/Cremes/Mousses und unterscheiden sich hinsichtlich des Fettgehalts nicht von herkömmlichen Produkten.

### Zuckergehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Bei den gekühlten Puddings/Cremes/Mousses zeigt sich die größte Spannbreite im Zuckergehalt. Im Durchschnitt liegt der Zuckergehalt dieser Produktgruppe bei 14 g. Gekühlte Milchreis/Grießbreie und Wackelpuddings/Götterspeisen sowie getrocknete Puddings/Cremes/Mousses und Götterspeisen weisen im Mittel ähnlich hohe Zuckergehalte auf. Im Gegensatz dazu sind im Durchschnitt bei den Milchreis/Grießbreien aus Trockenprodukten und vegetarischen Desserts die niedrigsten Zuckergehalte zu finden (9 g bzw. 7,3 g). Den mit Abstand höchsten Zuckergehalt hat ein Schokoladen-/Karamellpudding (30,2 g). Produkte, denen Süßungsmittel zugesetzt wurden, haben über alle Dessertgruppen hinweg den geringsten Zuckergehalt. Eine Ausnahme bilden ungesüßte Soja-Joghurts, die keinen Zucker enthalten. Kinderprodukte weisen den höchsten Minimalwert im Zuckergehalt auf (11,3 g), jedoch unterscheiden sie sich im Mittelwert nicht von den anderen Dessertgruppen. Daher kann nicht davon ausgegangen werden, dass Kinderprodukte generell mehr Zucker enthalten.

Bei einer üblichen Portionsgröße von 150 g - 200 g und einem durchschnittlichen Zuckergehalt von 14 g/100 g beträgt die Zuckerzufuhr 21 g - 28 g (ca. 5-6 Kaffeelöffel).

Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Bei den verschiedenen Dessertgruppen sind ähnliche Salzgehalte feststellbar. Nur Wackelpuddings/Götterspeisen weisen mit 0,09 g (gekühlt) und 0,03 g (aus Trockenprodukt) deutlich geringere Salzgehalte im Durchschnitt auf. Den höchsten Salzgehalt hat ein Mango-Soja-Quark.

**4.2.16 Brotaufstriche**

Brotaufstriche wurden im Jahr 2015 von ca. 87 % aller deutschen Haushalte erworben (Tabelle 43). Im Durchschnitt kaufte ein Käuferhaushalt 15 Packs. Der größte Absatz und die größte Käuferreichweite sind bei den Konfitüren zu verzeichnen, gefolgt von Nuss-/Nougat-/Schoko- und Milchcremes. Ein geringer Anteil an Haushalten (10 % - 15 %) erwarb pflanzliche Brotaufstriche (gekühlt und konserviert).

Tabelle 43: Angaben über die Anzahl eingekaufter Packs insgesamt, die durchschnittliche Anzahl Packs/Käuferhaushalt, die Anzahl der Käuferhaushalte und die Käuferreichweite bei Brotaufstrichen nach Zustandsform (GfK)

Brotaufstriche	2015			
	Eingekaufte Packs [Mio.]	Ø Zahl der Packs/Käuferhaushalt	Käuferhaushalte [Mio.]	Käuferreichweite [%]
<b>Brotaufstriche insgesamt</b>	<b>510,356</b>	<b>14,9</b>	<b>34,144</b>	<b>86,7</b>
<i>Brotaufstriche gekühlt</i>	<i>15,928</i>	<i>3,5</i>	<i>4,613</i>	<i>11,7</i>
Pflanzliche Brotaufstriche	12,139	3,1	3,882	9,9
<i>Brotaufstriche konserviert</i>	<i>494,428</i>	<i>14,6</i>	<i>33,783</i>	<i>85,8</i>
Konfitüre	295,287	10,8	27,415	69,6
Konfitüre/Marmelade	188,128	8,2	22,856	58,1
Nuss/Nougat/Schoko/Milchcreme	138,051	6,6	20,775	52,8
Pflanzliche Brotaufstriche	24,693	4,2	5,891	15,0

Die Energie- und Nährwertgehalte der erfassten Brotaufstriche sind in der Tabelle 44 dargestellt. Aufgrund der sehr geringen Absatzmengen wurden die Daten zu Kräuter-/Erdnussbutter sowie Mandel-/Macadamia-/Sesam- und Cashewcremes in dieser Auswertung nicht berücksichtigt.

Tabelle 44: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Brotaufstrichen in Abhängigkeit von der Zustandsform pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Brotaufstriche	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																				
	Anzahl	Energie [kJ]		Energie [kcal]		Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]			
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max
<i>Brotaufstriche gekühlt</i>																					
Pikante vegetarische Brotaufstriche	22	668	1585	161	383	23,4	12,0	34,8	1,6	25,0	2,5	18,0	4,2	1,0	7,6	0,8	10,0	1,5	1,1	2,5	
<i>Brotaufstriche konserviert</i>																					
Konfitüre, Marmelade	156	460	1142	108	269	0,2	0,0	1,5	0,0	0,2	25,0	66,0	48,3	24,0	64,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,2	
Fruchtaufstriche, Mus	46	422	1019	100	240	0,3	0,1	3,9	0,0	0,3	21,9	57,9	23,3	21,3	46,0	0,9	2,7	0,1	0,0	0,1	
Nuss-Nougat-/Schoko-/Milchcreme	18	2245	2617	540	625	39,9	31,8	50,8	6,2	14,5	35,2	59,0	42,6	31,2	58,7	2,6	10,3	0,1	0,0	0,5	
Pikante vegetarische Brotaufstriche	188	341	3419	82	831	21,1	0,0	89,0	0,0	40,0	0,6	63,0	4,5	0,1	63,0	0,0	9,2	1,8	0,0	4,5	

#### Fettgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Nuss-Nougat-/Schoko-/Milchcremes weisen im Durchschnitt den höchsten Fettgehalt auf, gefolgt von den vegetarischen, pikanten Brotaufstrichen. Der hohe Fettgehalt der Nuss-Nougat-/Schoko-/Milchcremes wird durch den hohen Zutatanteil an Haselnüssen (z. T. 50 %), Palm- und Sonnenblumenöl erklärt. Von 188 erfassten vegetarischen, pikanten Brotaufstrichen (konserviert) haben 62 Produkte einen Fettgehalt über 21,1 g. Drei dieser Brotaufstriche weisen sogar einen Fettgehalt über 70 g auf. Bei ihrer Hauptzutat handelt es sich um ungehärtetes Palmfett. Die Ausnahme unter den pikanten Brotaufstrichen bildet ein Süßkartoffelaufstrich, der kein Fett enthält.

#### Zuckergehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Im Mittel ist der höchste Zuckergehalt bei den Konfitüren/Marmeladen und bei den Nuss-Nougat-/Schoko-/Milchcremes zu finden. Der hohe Zuckergehalt bei Konfitüren/Marmeladen ist dadurch bedingt, dass diese Produkte der Konfitüren-Verordnung unterliegen (BMJV, 2003). In dieser Verordnung ist festgelegt, dass Konfitüren/Marmeladen/Gelees mehr als 55 % lösliche Trockenmasse (Zucker, Säuren, Pektin, Salze, etc.) enthalten müssen. Ausgenommen sind Produkte, bei denen der Zucker ganz oder teilweise durch Süßungsmittel ersetzt wurde. Bei den Nuss-Nougat-Cremes ist auffällig, dass vor allem Produkte mit einem geringen Anteil an Haselnüssen (< 20 %) hohe Zuckergehalte aufweisen (> 40 g = 8 Kaffeelöffel). In der Gruppe der pikanten Brotaufstriche ist der höchste Zuckergehalt bei einem Süßkartoffelaufstrich zu finden. Aufgrund der verwendeten Zutaten ist dieser Aufstrich mit einer Konfitüre vergleichbar.

#### Salzgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Salzgehalte der pikanten Brotaufstriche sind erwartungsgemäß höher als die der süßen Brotaufstriche. Von 210 erfassten vegetarischen, pikanten Brotaufstrichen (gekühlt und konserviert) haben 23 Produkte einen Salzgehalt über 2 g. Die mit Abstand höchsten Salzgehalte sind bei zwei Bruschetta-Aufstrichen zu finden (Paprikazubereitung: 3,4 g; Tomatenzubereitung: 4,5 g).

## 4.2.17 Milchprodukte

Verzehrfertige Joghurt- und Quarkzubereitungen werden gegliedert in:

- Fruchtojoghurt
- Fruchtquark
- Würzquark (Quark mit Kräuter-, Gewürz-, Gemüsezubereitungen).

Für diese Produktgruppe wurden aus finanziellen Gründen keine Daten der GfK gekauft, zudem liegen Umsatz- und Absatzdaten sowie Daten über den Pro-Kopf-Konsum von Fruchtojoghurt vor, anhand derer die Bedeutung der Produktgruppe für die privaten Haushalte deutlich wird. In 2015 war Fruchtojoghurt das umsatz- und absatzstärkste Produkt der Joghurt- und Quarkzubereitungen im Lebensmitteleinzelhandel, Fruchtquark und insbesondere Würzquark nehmen demgegenüber nur einen geringen Stellenwert ein (Tabelle 45).

Tabelle 45: Umsatz und Absatz von Fruchtojoghurt, Fruchtquark und Würzquark im Jahr 2015

Joghurt-, Quarkzubereitung	Umsatz [Mio. Euro]	Absatz [in 1000 Packungen]
	2015	Nov. 2014 - Okt. 2015
<i>Fruchtojoghurt</i>	<i>1.429,10</i>	<i>1.429.320</i>
<i>Fruchtquark</i>	<i>320</i>	<i>319302</i>
<i>Würzquark</i>	<i>129,2</i>	<i>keine Angabe</i>

(LZ, 2016), (Markant Magazin, 2016)

Der jährliche Pro-Kopf-Konsum von Fruchtojoghurt in Deutschland ist von 2011 bis 2014 um 3 kg gesunken und betrug in 2014 11,3 kg (Tabelle 46). Ausgehend von einem Joghurtbecher mit 150 g Inhalt hat in 2014 jeder Bundesbürger 75 Becher Fruchtojoghurt konsumiert.

Tabelle 46: Pro-Kopf-Konsum von Fruchtojoghurt in kg von 2011 bis 2014

Joghurt-, Quarkzubereitungen	Pro-Kopf-Konsum [kg]				
	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Fruchtojoghurt</i>	<i>14,3</i>	<i>13,4</i>	<i>12,1</i>	<i>11,6</i>	<i>11,3</i>

(ZMB, 2016)

Tabelle 47: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von gekühltem Fruchtojoghurt, Fruchtquark und Würzquark pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Joghurt- und Quarkzubereitungen	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																					
	Anzahl	Energie [kJ]			Energie [kcal]			Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
	n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max
<i>Fruchtojoghurt, gekühlt</i>																						
Fruchtojoghurt	482	188	782	3	187	4,2	0,1	12,4	0,0	7,0	4,9	24,6	13,7	4,0	22,0	2,0	9,0	0,1	0,0	1,0		
<i>Fruchtquark, gekühlt</i>																						
Fruchtquark	100	286	692	68	165	3,4	0,1	8,1	0,1	5,4	6,3	19,4	13,8	2,8	18,0	3,7	8,5	0,1	0,0	0,2		
<i>Würzquark, gekühlt</i>																						
Würzquark	23	329	1748	78	424	10,7	2,0	42,0	1,3	9,0	3,5	8,2	4,2	3,1	6,0	3,2	10,0	1,0	0,8	1,5		

## Fruchtojoghurt

Die Kategorie „Fruchtojoghurt“ beinhaltet Joghurtzubereitungen verschiedener Fettstufen, mit verschiedenen Geschmackszutaten, z. B. Frucht-, Schokolade-, Vanille-, Nusszubereitungen, gesüßten Naturjoghurt sowie laktosefreie Produkte.

### Fettgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Fettgehalt der Fruchtojoghurtzubereitungen hat eine Spannbreite von 0,1 g bis 12,4 g Fett und ist abhängig vom Fettanteil in der Milch und von den Geschmackszutaten. Ca. ein Fünftel der Produkte hat einen Fettgehalt von 7,5 % im Milchanteil und darüber. Das Produkt mit dem höchsten Fettgehalt von 12,4 g ist ein Rahmjoghurt mit Stracciatella, einer Schokoladenzubereitung. Rahmjoghurt hat naturgemäß einen hohen Fettgehalt, aber auch Joghurtzubereitungen mit Geschmackszutaten wie z. B. Schokolade, Nüssen und Krokant.

### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Zuckergehalt erstreckt sich von 4 g bis 22 g und ist abhängig von der Art der Geschmackszutaten. Bei knapp der Hälfte der Produkte (207 von 482) liegt der Zuckergehalt über dem Mittel von 13,7 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt. Die höchsten Zuckeranteile haben ein Joghurt mit einem Schokoladenzusatz (22 g Zuckeranteil) und ein Joghurt mit Haselnusskrokant (19 g Zuckerzusatz), jedoch auch Joghurtzubereitungen mit Fruchtzusätzen haben zum Teil hohe Zuckerzusätze von mehr als 15 g. Ein Joghurtbecher mit 150 g Inhalt enthält bei einem Zuckergehalt von 13,7 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt ca. 20 g Zucker, was 4 Kaffeelöffeln Zucker entspricht.

## Fruchtquark

Fruchtquark beinhaltet Produkte verschiedener Fettstufen, mit Fruchtzubereitungen, Vanille-, Honig- oder Schokoladenzusätzen und gesüßten Naturquark.

### Fettgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Fettgehalt der betrachteten Produkte hat eine Spannbreite von 0,1 g bis 8,1 g und liegt im Mittel bei 3,4 g, der Fettgehalt von ca. der Hälfte der Produkte (51 von 100) liegt darüber. Der Fettgehalt ist abhängig vom Fettgehalt des Quarks und von den Geschmackszutaten. Den höchsten Fettgehalt von 8,1 g hat eine Quarkzubereitung mit Schokoladenzusatz.

### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Zuckeranteil der Produkte liegt zwischen 2,8 g und 18 g (Tabelle 47). Der durchschnittliche Zuckeranteil beträgt 13,8 g, bei zwei Dritteln (66 von 100) der Produkte liegt der Fettgehalt darüber. Einen Fettgehalt von mehr als 15 g hat ca. ein Drittel der süßen Quarkzubereitungen mit Schokolade-, Vanille-, Knusper- und Fruchtzusätzen. Das Produkt mit dem höchsten Zuckergehalt von 18 g, das entspricht knapp 4 Kaffeelöffeln Zucker, ist ein Vanille-Quark.

### **Würzquark**

Würzquark beinhaltet Quarkzubereitungen mit Kräutern, Gewürzen (z. B. Kresse, Knoblauch, Chili) oder Gemüsezubereitungen (z. B. Gurke, Zwiebel, Paprika).

### Fettgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Fettgehalt der Produkte liegt zwischen 2,0 g und 42,0 g, wobei diejenigen mit dem höchsten Fettgehalt von 42 g bzw. 36 g, eine Knoblauch- und eine Paprikaquarkcreme, Ausreißer darstellen. Die Mehrzahl der Produkte (16 von 23) hat einen Fettgehalt von 5 g bis 10 g.

### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Würzquark hat im Mittel einen Zuckergehalt von 4,2 g, jedoch ist nur bei 13 Produkten ein Zuckergehalt ausgewiesen. Bei der Hälfte dieser Produkte liegt der Zuckergehalt über 4,2 g, es handelt sich dabei v.a. um Kräuter- und Knoblauchquarkzubereitungen. Ein 150 g-Becher Knoblauchquark mit 4,5 g Zucker pro 100 g verzehrfertigem Produkt enthält knapp 7 g Zucker, was ca. 1,5 Kaffeelöffeln entspricht.

### Salzgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Würzquark hat einen durchschnittlichen Salzgehalt von 1,0 g. Bei 4 der 13 Produkte, für die ein Salzgehalt ausgewiesen ist, liegt er darüber. Ein 150 g-Becher Knoblauchquark mit dem höchsten Salzgehalt von 1,5 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt enthält 2,3 g, was ca. einem halben Kaffeelöffel entspricht.

### **Käse**

Der Konsum von Käse pro Kopf der Bevölkerung stieg von 1990 bis zum Jahr 2000 von 17 kg auf 22 kg an. In den darauffolgenden zehn Jahren bis 2010 erhöhte sich der Pro-Kopf-Konsum nur noch geringfügig auf knapp 23 kg, dieser Trend setzte sich auch in den folgenden Jahren fort. Im Jahr 2014 wurden in Deutschland rund 24 kg Käse pro Kopf der Bevölkerung verzehrt (BLE, 2016).

Schnitt- und Frischkäse sind die von der deutschen Bevölkerung am meisten konsumierten Käsesorten. Mit größerem Abstand folgen Pasta filata-Käse und Hartkäse, die von 2010 bis 2014 einen leichten Zuwachs zu verzeichnen haben. Pasta filata-Käse sind Käsesorten, die nach einem besonderen Verfahren hergestellt werden, wie z. B. die italienischen Sorten Mozzarella und Provolone. Der Konsum von Weichkäse bleibt, ebenso wie der Konsum von Schmelzkäse, weitgehend konstant. Sauermilch-, Koch- und Molkenkäse, z. B. Harzer Käse, Mainzer Käse und Handkäse, spielen beim Pro-Kopf-Konsum nur eine untergeordnete Rolle.

Tabelle 48: Pro-Kopf-Konsum von Käse in kg in den Jahren 2010, 2012 und 2014

Käse	Pro-Kopf-Konsum [kg]		
	2010	2012	2014
Käse insgesamt	22,9	23,7	24,2
Schnittkäse	6,8	6,8	7,0
Frischkäse	6,7	6,8	6,3
Pasta filata Käse	3,4	4,2	4,5
Hartkäse	2,3	2,5	2,8
Weichkäse	2,1	2,1	2,1
Schmelzkäse	1,6	1,5	1,5
Sauermilch-, Koch- und Molkenkäse	0,5	0,4	0,5

(Statista GmbH, 2016)

Bezogen auf den Umsatz mit Käse in Selbstbedienung im Lebensmitteleinzelhandel waren in den Jahren 2012 bis 2014 Hart- und Schnittkäse mit mehr als 2.000 Millionen Euro die weitaus umsatzstärksten Käsesorten, gefolgt Weichkäse mit ca. 900 Millionen und Frischkäse mit ca. 800 Millionen Euro (LZ, 2015).

Zur Darstellung der Energie- und Nährwertdaten werden die Produkte in Anlehnung an die Kategorisierung des Pro-Kopf-Konsum nach Käsesorten gegliedert (Tabelle 48). Sie beziehen sich auf die im LEH in Selbstbedienung angebotenen verpackten Produkte mit EAN-Nummer.

Zu Schnittkäse (einschließlich halbfestem Schnittkäse) gehören Käsesorten wie z. B. Butterkäse, Gouda, Grünländer, Leerdammer, Edamer und Esrom in der Zustandsform „gekühlt“. In die Auswertung werden alle Angebotsformen von Käse wie „am Stück“, „in Scheiben“, „in Würfeln“ sowie „gerieben bzw. geraspelt“ einbezogen. Zu „Frischkäse“ gehören Frischkäse zum Streichen und in Scheiben, körniger Frischkäse, Mozzarella und Mascarpone in den Zustandsformen „gekühlt“ und „konserviert/pasteurisiert“. Zum Hartkäse gehören z. B. die Käsesorten Emmentaler, Cheddar, Bergkäse, und Grana Padano in der Zustandsform „gekühlt“. Zu Weichkäse gehören Weichkäse mit weißem Schimmel (z. B. Brie und Camembert), Weichkäse mit blauem Schimmel (z. B. Gorgonzola), Rotschmierkäse (z. B. Limburger, Weinkäse oder St. Albray), Salzlakenkäse (aus Kuh-, Schafs- und Ziegenmilch) sowie Weichkäsezubereitungen wie Obatzda oder Weichkäse eingelegt in Öl. Es sind Käse aller Fettstufen, Geschmacksrichtungen und Angebotsformen (am Stück, in Scheiben, in Würfeln) einbezogen. Zum Backkäse (natur) gehören Schmelzkäse der Zustandsformen „gekühlt“ und „konserviert/pasteurisiert“ sowie Schmelzkäse ohne Zusätze (Natur) als auch mit Zusätzen, wie z. B. Kräuter, Gewürze, Schinken, Salami, Champignons und Nüsse. Panierter Backkäse wird gesondert betrachtet.

Tabelle 49: Spannbreiten der Energie- und Nährwertgehalte von Käse in Abhängigkeit der Käsesorte pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Käse	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertiges Produkt																					
	Anzahl	Energie [kJ]			Energie [kcal]			Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
	n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max
Schnittkäse	131	870	1690	208	408	26,8	2,0	34,0	8,0	23,0	0,0	3,2	0,2	0,0	3,0	2,7	34,0	1,5	0,5	3,3		
Frischkäse	241	269	1889	64	458	21,5	0,2	46,0	0,1	30,0	0,8	36,0	3,9	0,5	36,0	0,5	28,5	1,1	0,1	2,5		
Hartkäse	26	1509	1801	363	434	30,5	28,0	35,0	18,0	25,6	0,0	3,0	0,1	0,0	0,5	24,0	33,0	1,7	0,5	4,6		
Weichkäse	97	784	2610	187	634	27,8	9,0	66,0	5,5	28,0	0,1	14,0	0,7	0,0	8,5	5,8	26,0	2,1	0,5	4,1		
Backkäse, natur	37	507	1629	121	395	23,8	0,3	38,8	0,2	21,0	0,4	7,0	1,0	0,1	3,0	9,0	30,0	2,2	1,0	3,7		
Backkäse, paniert	12	1052	1350	252	324	17,0	12,0	22,0	5,8	12,0	14,0	32,4	6,8	0,5	13,0	4,5	16,0	1,5	0,7	1,9		

Ausgehend von Pro-Kopf-Konsum- und Umsatzdaten wird davon ausgegangen, dass Schnittkäse (einschließlich halbfestem Schnittkäse), Weichkäse, Hartkäse und Frischkäse die am häufigsten verzehrten Käsesorten in den privaten Haushalten sind. Pasta filata Käse wird nicht gesondert betrachtet, Mozzarella wird dem Frischkäse und Provolone dem Schnittkäse zugeordnet. Panierter Back-Käse wird gesondert ausgewiesen.

#### Fettgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Spannbreite der Fettgehalte schwankt innerhalb der meisten Käsesorten stark (Tabelle 49). Der Fettgehalt von Hartkäse stellt dabei mit einem Minimum von 2 g und einem Maximum von 35 g eine Ausnahme dar (durchschnittlicher Gehalt: 31 g).

Weichkäse ist mit einem durchschnittlichen Fettgehalt von 28 g eine der fettreichsten Käsesorten. Die höchsten Gehalte haben in Öl eingelegte Weichkäsewürfel und ein mit Öl angemachter Salatkäse (Fettgehalt: 58 g- 66 g). Verschiedene Schimmelkäse-Sorten sind mit 42 g Fett ebenfalls fettreich. Besonders fettarm sind zwei Frischkäse-Sorten mit jeweils 0,2 g Fett.

#### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Nahezu allen Käsesorten ist Zucker in unterschiedlichen Mengen zugesetzt. Bei Hartkäse, Schnittkäse sowie bei Backkäseprodukten (natur) liegt der durchschnittliche Gehalt bei  $\leq 1$  g. Frischkäse enthält bereits im Mittel 3,9 g Zucker. Einen absoluten Ausreißer stellt mit 36 g der Frischkäse mit Milka von Philadelphia dar. Auch fruchtige Frischkäsesorten (Ananas, Mango, Erdbeere) enthalten Zuckergehalte von 12,4 g - 15,9 g. Unter den Weichkäsen stellt ein fruchtiger Salatkäse (mit Ananas und Apfel) mit einem Zuckergehalt von 8,5 g ebenso eine zuckerreiche Ausnahme dar (MW: 0,7 g). Bei diesen Produkten ist der hohe Zuckergehalt darauf zurückzuführen, dass es sich um süße Aufstriche handelt. Des Weiteren liegt der Zuckergehalt von knapp 54 % der panierten Backkäseprodukte oberhalb des durchschnittlichen Gehaltes von 6,9 g. Ins Gewicht fallen bei jenen Produkten die beigelegten Dips.

#### Salzgehalte in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Salzgehalt von Käse ist vom Herstellungsverfahren abhängig. Die durchschnittlichen Salzgehalte liegen zwischen 1,1 g (Frischkäse) und 2,7 g (Backkäseprodukte, natur). Die salzreichsten Käseprodukte sind mit Maximalwerten  $> 4$  g Produkte der Sorten Weich- und Hartkäse. Darunter ein türkischer Zopfkäse (Weichkäse) und zwei italienische Hartkäse unterschiedlicher Marken.

## 4.2.18 Süßwaren

Für die Produktgruppe „Süßwaren“ wurden ebenfalls aus finanziellen Gründen keine Daten über Einkaufshäufigkeiten von der GfK angekauft. Zudem ist bekannt, dass diese Gruppe hohe Zuckergehalte aufweist und häufig eingekauft wird (BDSI, 2015).

Tabelle 50 zeigt den Pro-Kopf-Konsum von Süßwaren insgesamt und nach Produktgruppen (nach Angaben des Statistischen Bundesamtes) für die Jahre 2013 und 2014.

Tabelle 50: Pro-Kopf-Konsum von Süßwaren in kg in Deutschland in 2013 und 2014

Süßwaren	Pro-Kopf-Konsum [kg]	
	2013	2014
<b>Süßwaren insgesamt</b>	<b>27,02</b>	<b>26,60</b>
<i>Schokoladenwaren</i>	<i>10,11</i>	<i>9,56</i>
<i>Feine Backwaren</i>	<i>7,17</i>	<i>7,22</i>
<i>Zuckerwaren</i>	<i>5,68</i>	<i>5,71</i>
<i>Speiseeis [in Liter]</i>	<i>4,06</i>	<i>4,11</i>

(BDSI, 2015)

In 2013 und 2014 wurden von allen Süßwaren Schokoladenwaren mit ca. 10 kg pro Kopf der Bevölkerung am meisten konsumiert, gefolgt von feinen Backwaren mit ca. 7 kg, Zuckerwaren mit ca. 6 kg und Speiseeis mit ca. 4 kg.

Zusätzlich zu den Kategorien Schokoladenwaren, Feine Backwaren, Zuckerwaren und Speiseeis werden „Gekühlte Milch-Snacks“ sowie „Müsli-, Frucht- und Nussriegel“ ebenfalls den Süßwaren zugeordnet (Tabelle 51). Kakaohaltige Brotaufstriche gehören zur Produktgruppe „Brotaufstriche“, kakaohaltige Getränkepulver sowie Weihnachtsgebäck werden nicht in Betracht gezogen.

Tabelle 51: Spannweiten der Energie- und Nährwertgehalte von Süßwaren pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Süßwaren	Energie- und Nährwertgehalte pro 100 g verzehrfertigem Produkt																					
	Anzahl	Energie [kJ]			Energie [kcal]			Fett [g]			dav. ges. Fettsäuren [g]		Kohlenhydrate [g]		davon Zucker [g]			Protein [g]		Salz [g]		
		n	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	min	max	MW	min	max	min	max	MW	min	max	
<i>Schokoladewaren</i>																						
Schokoladen	362	1315	2688	312	651	33,5	4,6	58,2	1,0	39,0	8,0	74,1	46	2,0	72,0	1,7	16,6	0,2	0,0	1,3		
Pralinen	142	1439	2691	343	695	35,7	9,0	53,0	4,5	39,0	33,0	76,0	47,1	31,0	73,3	2,0	10,1	0,2	0,0	0,4		
<i>Feine Backwaren</i>																						
Kekse und Waffeln	471	1286	2561	19	617	22,7	0,5	48,0	0,0	28,3	33,4	89,0	31,8	0,6	76,2	0,3	16,0	0,5	0,0	6,0		
Zwieback	24	1576	1981	373	472	10,5	4,0	22,0	0,4	13,0	51,0	81,0	20,0	0,6	51,0	2,0	15,4	0,8	0,0	2,3		
<i>Zuckerwaren</i>																						
Bonbons	21	958	1813	230	429	2,4	0,0	10,0	0,0	8,6	84,9	99,5	68,9	0,1	99,5	0,0	2,3	0,3	0,0	1,2		
Karamellen	25	1621	2543	399	612	17,8	5,5	44,8	3,0	29,8	46,6	89,6	53,1	41,2	67,2	0,7	7,1	0,3	0,1	0,8		
Gummibonbons, Gelee-Erzeugnisse	53	1347	1659	317	391	1,2	0,0	5,6	0,0	3,1	72,0	92,8	53,5	44,0	68,7	0,1	7,8	0,2	0,0	1,2		
Speiseeis	409	32	1741	67	419	11,0	0,0	30,6	0,0	25,5	4,5	50,0	23,2	0,2	91,0	0,0	30,0	0,2	0,0	0,7		
Gekühlte "Milch-Snacks"	13	1565	2453	375	589	29,4	18,9	43,7	10,5	21,7	34,0	54,9	34,6	28,7	45,1	4,6	7,9	0,3	0,2	0,6		
Müsli-, Frucht- und Nussriegel	183	1225	2525	290	608	15,9	1,5	45,2	0,0	31,0	21,0	80,0	36,8	0,0	61,1	1,8	34,0	0,5	0,0	0,9		

## **Schokoladewaren und Pralinen**

Zu den Schokoladewaren gehören Schokoladentafeln, -täfelchen, -riegel und -bonbons mit unterschiedlichen Kakaoanteilen, mit und ohne weitere Zutaten wie z. B. Nüsse, Gewürze, Früchte, mit und ohne Füllung sowie weiße Schokoladen. Da es zwischen den Spannbreiten der Nährwertgehalte von Schokoladen und Pralinen keine großen Unterschiede gibt, werden diese zusammen betrachtet.

### Fett- und Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Fett- und Zuckergehalt bei den Schokoladewaren und Pralinen ist abhängig von den verwendeten Schokoladen, z. B. Bitter-, Vollmilch- oder weiße Schokolade, sowie den weiteren Zutaten bzw. Füllungen, wie z. B. Mandeln, Nüsse, Marzipan oder Krokant.

Einige Bitterschokoladen haben einen Fettgehalt von über 50 g, diese haben jedoch einen relativ niedrigen Zuckergehalt. Einen Zuckergehalt von über 60 g haben Pfefferminztäfelchen, einige weiße Schokoladen, Schokoladen mit Milch- oder Joghurtcremefüllung, einige Sorten mit Zuckerglasur ummantelte Schokoladenbonbons und Schokoladen mit Karamell- und Nougatfüllung. Den höchsten Zuckergehalt (72,0 g) bei den Schokoladen haben Bitterschokoladestäbchen, die mit einer aromatisierten Zuckerlösung gefüllt sind.

## **Feine Backwaren**

Feine Backwaren werden, in Anlehnung an den Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI, 2015), gegliedert in:

- Kekse und Waffeln (auch gefüllt und kakaohaltig)
- Zwieback.

Honig- und Lebkuchen entfallen, Knäckebrot wird den Backwaren zugeordnet.

## **Kekse und Waffeln**

### Fettgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Fettgehalt der Kekse und Waffeln (n=471) hat eine Spannweite von 0,5 g bis 48,0 g. Einen Fettgehalt von über 40 g haben einige Kekse mit Haselnüssen und Mandeln sowie ein Keks mit Baiser und Schokoladencreme.

### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Zuckergehalt von Keksen und Waffeln liegt zwischen 0,6 g und 76,2 g. Einen Zuckergehalt von mehr als 60 g haben einige Russisch Brot-Sorten sowie Amarettini, von denen eine Sorte den höchsten Zuckergehalt von 76,2 g aufweist.

## **Zwieback**

Zu Zwieback gehören die „Natursorten“, auch aus verschiedenen Getreidesorten, z. B. Dinkelzwieback, und Sorten mit verschiedenen Geschmacksrichtungen, z. B. mit Schokolade oder Kokos.

### Fettgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Fettgehalt liegt bei den Zwiebäcken zwischen 4,0 g bei einem „klassischen“ Zwieback ohne Zusätze und 22,0 g bei zwei Zwiebäcken mit Schokoladenzusatz. Zwiebacksorten

mit Schokolade- und Kokoszusätzen haben mehr als 15 g Fett, während Zwiebäcke ohne Zusätze einen maximalen Fettgehalt von 15 g haben.

#### Zuckergehalt pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Zuckergehalt der Zwiebäcke hat eine Spannweite von 0,6 g bis 51,0 g. Den höchsten Zuckeranteil von 51,0 g hat ein „Gourmet“-Zwieback mit Anis. Hohe Zuckeranteile von mehr als 27 g haben außerdem Zwiebäcke mit Schokolade- und Kokoszusätzen.

#### **Zuckerwaren**

Zuckerwaren werden in Anlehnung an den Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI, 2015):

- Bonbons (z. B. Früchtebonbons, Pfefferminzbonbons, Sahne- und Kaffeebonbons),
- Karamellen,
- Gummibonbons/Gelee-Erzeugnisse.

#### Fettgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Den höchsten Fettgehalt bei den Zuckerwaren haben Karamellen von bis zu 44,8 g, der durchschnittliche Fettgehalt der Karamellen liegt bei 18 g, bei ca. einem Drittel der Produkte liegt der Fettgehalt darüber.

#### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Bei den Zuckerwaren haben einige Pfefferminzdragees mit verschiedenen Geschmacksrichtungen den höchsten Zuckergehalt von > 90 g bis maximal 99,5 g Zucker. Sowohl Karamellen als auch Gummibonbons und Gelee-Erzeugnissen haben einen Zuckeranteil von bis zu ca. 70 g.

#### **Speiseeis**

Beim Speiseeis sind Eissorten auf Milch- bzw. Sahne- und Wasserbasis, mit verschiedenen Geschmacksrichtungen, Einzelportionen und Familienpackungen einbezogen.

#### Fettgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Fettgehalt von Speiseeis beträgt zwischen 0 g und 30,6 g. Nur 10 der 409 Speiseeisprodukte haben einen Fettgehalt von mehr als 25 g Fett, es handelt sich dabei vor allem um Speiseeissorten mit Karamell, Schokolade und/oder Schokoladenüberzug. Mehr als die Hälfte der Speiseeissorten (214 von 409) enthält weniger als 10 g Fett. Kein oder nur sehr wenig Fett (0 g bis 0,49 g) enthalten Fruchtsorbets.

#### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Die Spannweite des Zuckergehalts von Speiseeis liegt von 0,2 g bis 91 g. Sowohl das Produkt mit dem minimalen als auch das mit dem maximalen Fettgehalt stellen „Ausreißer“ dar, der Zuckergehalt aller anderen Produkte liegt zwischen 4,4 g und 34 g. Mehr als drei Viertel der Produkte (314 von 409) haben einen Zuckergehalt von 20 g bis 30 g.

#### **Gekühlte „Milch-Snacks“**

Bei gekühlten „Milch-Snacks“ (z. B. mit Milchcreme gefüllte Scheiben) handelt es sich um Süßwaren, die insbesondere Kinder zur Zielgruppe haben.

#### Fettgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Fettgehalt der gekühlten „Milch-Snacks“ liegt zwischen 18,9 g und 43,7 g. Bei 7 der 13 Produkte liegt der Fettgehalt über dem durchschnittlichen Fettgehalt von 29 g.

#### Zuckergehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Der Zuckergehalt weist eine Spannbreite von 28,7 g bis 45,1 g auf. Der durchschnittliche Zuckergehalt liegt bei 35 g, bei fünf der 13 Produkte liegt der Zuckergehalt darüber. Bei einer Portionsgröße eines gekühlten „Milch-Snacks“ von ca. 30 g beträgt der Zuckeranteil ca. 10 g, was 2 Teelöffeln entspricht.

### **Müsli-, Frucht-, Nussriegel**

#### Fettgehalt in g pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Müsli-, Frucht- und Nussriegel haben einen Fettgehalt von 1,5 g bis 45,2 g. Reine Fruchtschnitten haben mit ca. 1,5 g den niedrigsten Fettgehalt, während ein Sesam-Mandel-Krokant-Riegel mit 45,2 g den höchsten Fettgehalt hat. Riegel, die aus Nüssen, Krokant bzw. Schokolade bestehen, haben insgesamt einen deutlich höheren Fettgehalt als Riegel aus Früchten.

#### Zuckergehalt pro 100 g verzehrfertigem Produkt

Müsli-, Frucht- und Nussriegel weisen einen Zuckergehalt von 0 g bis 61,1 g auf. Kein Zuckergehalt wird für einen Riegel aus Sesam, Krokant und Mandeln ausgewiesen, der jedoch laut Zutatenliste des Herstellers einen Honiganteil von 40 % hat. Den zweitniedrigsten Zuckergehalt mit 1,5 g hat ein Müsliriegel ohne Zuckerzusatz. Den höchsten Zuckergehalt hat mit 61,1 g eine Sanddorn-Fruchtschnitte (Tabelle 51).

## 5 Literatur

- BDSI (Ed.) Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie. (2015). *Süßwarentaschenbuch 2014/2015. Struktur und Entwicklungstendenzen der Süßwarenindustrie der Bundesrepublik Deutschland. Eine wissenschaftliche Analyse*. Bonn.
- BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung). (2016). Pro-Kopf-Konsum von Käse in Deutschland in den Jahren 1950 bis 2014 (in Kilogramm) In *Statista - Das Statistik-Portal*. Zugriff am 11. August 2016, von <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/12620/umfrage/pro-kopf-verbrauch-von-kaese-seit-1999/>
- BMJV (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz). (2003). Verordnung über Konfitüren und einige ähnliche Erzeugnisse (Konfitürenverordnung - KonfV). Konfitürenverordnung vom 23. Oktober 2003 (BGBl. I S. 2151), die zuletzt durch Artikel 5 der Verordnung vom 30. September 2008 (BGBl. I S. 1911) geändert worden ist. Zugriff am 27. Oktober 2016, von [https://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/konfv\\_2003/gesamt.pdf](https://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/konfv_2003/gesamt.pdf)
- BOGK (Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie e.V.). (2011). Sich stark machen für sichere und gesunde Lebensmittel. Imagebroschüre. Zugriff am 10. März 2016, von <http://www.bogk.org/uber-den-bogk/downloads>
- BOGK (Bundesverband der obst- gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie). (2016). Mitglieder. Zugriff am 05. Oktober 2016, von <http://www.bogk.org/uber-den-bogk/mitglieder>
- BVDF (Bundesverband der Deutschen Fleischwarenindustrie e. V.). (2016). Fleischwaren ABC. Warenkunde. Zugriff am 03. November 2016, von [http://www.bvdf.de/wurst\\_fleischwaren\\_abc/warenkunde/](http://www.bvdf.de/wurst_fleischwaren_abc/warenkunde/)
- D-A-CH (Ed.) Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Österreichische Gesellschaft für Ernährung, Schweizerische Gesellschaft für Ernährung & Schweizerische Vereinigung für Ernährung (2015). *Referenzwerte für Nährstoffzufuhr* (2. Auflage, 1. Ausgabe ed.). Bonn: DGE.
- DFV (Deutscher Fleischer-Verband). (2015). Verzehr von Fleischerzeugnissen. Zugriff am 07. Juni 2016, von [http://www.fleischerhandwerk.de/cms/upload/pdf/GB2015\\_Verzehr\\_von\\_Fleisch\\_erzeugnissen.pdf](http://www.fleischerhandwerk.de/cms/upload/pdf/GB2015_Verzehr_von_Fleisch_erzeugnissen.pdf)
- DGE Strohm, D., Boeing, H., Leschik-Bonnet, E., Heseker, H., Arens-Azevêdo, U., Bechthold, A., Knorpp, L., Kroke, A., für die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (2016). Speisesalzzufuhr in Deutschland, gesundheitliche Folgen und Handlungsempfehlung. Wissenschaftliche Stellungnahme der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V. Ernährungsumschau 3/2016
- DGH (Ed.) Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft e. V. Bad Godesberg (1992). *Lebensmittelverarbeitung im Haushalt* (5. überarbeitete Auflage ed.). Stuttgart: Eugen Ulmer.
- LZ (Lebensmittelzeitung). (2015). Umsatz im Sortiment Gelbe Linie (SB) im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland nach Sorten im ersten Halbjahr 2014 und 2015 (in Millionen Euro), In *Statista - Das Statistik-Portal*. Zugriff am 16. März 2016, von <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/458107/umfrage/umsatz-mit-sb-kaese-im-lebensmitteleinzelhandel-in-deutschland-nach-sorten/>
- LZ (Lebensmittelzeitung). (2016). Umsatz im Sortiment Weiße Linie im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland nach Produktgruppen im Jahr 2015 (in Millionen Euro), In *Statista - Das Statistik-Portal*. Zugriff am 16. August 2016,

- von <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/467329/umfrage/umsatz-mit-weisser-linie-im-leh-in-deutschland-nach-produktgruppen/>
- Markant Magazin. (2016). Absatz ausgewählter Produkte der Weißen Linie im Lebensmittelhandel in Deutschland von November 2014 bis Oktober 2015 (in 1.000 Packungen) In *Statista - Das Statistik-Portal*. Zugriff am 16. August 2016, von <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/508296/umfrage/absatz-ausgew-produkte-der-weissen-linie-im-lebensmittelhandel-in-deutschland/>
- Statista GmbH. (2016). Herstellung und Konsum von Käse in Deutschland - Statista-Dossier. Zugriff am 16. März 2016, von <https://de.statista.com/statistik/studie/id/25755/dokument/herstellung-und-konsum-von-kaese-in-deutschland-statista-dossier/>
- VuMA (Verbrauchs- und Medienanalyse). (2016). Markenverzeichnis VuMA 2016. Zugriff am 28. April 2016, von [http://www.vuma.de/fileadmin/user\\_upload/Markenverzeichnis\\_Berichtsband\\_VuMA\\_2016.pdf](http://www.vuma.de/fileadmin/user_upload/Markenverzeichnis_Berichtsband_VuMA_2016.pdf)
- ZDB (Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V.). (2015). Besser, wir backen das Brot! Die deutschen Innungsbäcker. Geschäftsbericht 2014-2015, Berlin. Zugriff am 20. Oktober 2016, von <https://issuu.com/susannefauck/docs/geschaeftsbericht2014-2015>
- ZMB (Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH). (2016). Deutschland: Pro-Kopf-Verbrauch von Milchprodukten, In *Milchindustrie-Verband e. V.* Zugriff am 04. November 2016, von [http://www.milchindustrie.de/uploads/tx\\_news/ProkopfDeutschland\\_Mopro\\_2009-2015x\\_Homepage\\_01.pdf](http://www.milchindustrie.de/uploads/tx_news/ProkopfDeutschland_Mopro_2009-2015x_Homepage_01.pdf)

## 6 Anhang

### Anhang 1

Anh. Tab. 1: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Zuckergehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max
Soßen	Dessertsoßen 'süß', gekühlt	18	36,6	13,1	60,0
Obst	Obstgrütze, gekühlt	5	22,3	20,6	27,0
	Obst, Konserven mit Zuckerzusatz	73	17,1	7,3	65,5
	Konfitüre, Marmelade, konserviert	156	48,3	24,0	64,0
	Fruchtaufstriche, konserviert	46	23,3	21,3	46,0
	Fruchtmus/Obstsalat/Grütze, konserviert	34	16,1	7,7	25,3
	Trockenfrüchte	34	56,7	14,0	79,0
Frühstücks-cerealien	Müsli mit Frucht/Nüssen/Samen	150	16,0	0,8	33,7
	Cerealien, Kinderprodukte	44	29,2	14,9	43,0
	Cerealien, Nichtkinderprodukte	77	16,4	1,5	35,0
Desserts	Kinderprodukte, gekühlt	18	13,9	11,3	18,5
	Pudding/Creme/Mousse, gekühlt	90	14,0	4,3	30,2
	Milchreis/Grießdessert, gekühlt	89	12,9	3,7	18,1
	Wackelpudding/Götterspeise, gekühlt	25	16,5	8,4	18,7
	Vegetarische Desserts (Sojabasis), gekühlt	36	7,3	0,0	10,3
	Cremespeise/Milchpudding/Mousse aus Trockenprodukten	93	14,3	10,0	21,0
	Götterspeise aus Trockenprodukten	16	13,4	10,5	16,4
	Milchreis/Grießbrei aus Trockenprodukten	19	9,0	5,5	10,9
Milchprodukte	Fruchtjoghurt, gekühlt	482	13,7	4,0	22,0
	Fruchtquark, gekühlt	100	13,8	2,8	18,0
Süßwaren	Gummibonbons, Gelee-Erzeugnisse	53	53,5	44,0	68,7
	Bonbons	21	68,9	0,1	99,5

## Anhang 2

Anh. Tab. 2: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Salzgehalt über 0,8 g Salz pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max
Suppen	Suppen, konserviert	119	1,1	0,3	1,7
	Suppen aus Trockenprodukten	124	0,9	0,6	1,4
Brühen	Brühen aus Trockenprodukten	53	0,9	0,1	2,0
	Brühen konserviert	27	1,0	0,0	1,6
Soßen	Klassische Soßen aus Trockenprodukten	85	1,1	0,4	1,8
Fleisch,-erzeugnisse	Sonstige Fertig-/Teilfertiggerichte, gekühlt	17	1,5	0,8	2,2
	Fertig zubereitetes Fleisch (z. B in Scheiben), gekühlt	35	2,2	1,4	2,8
	Teilfertig-, Fertiggerichte Hähnchen, Nuggets/Sticks, tiefgefroren	12	1,0	1,3	1,6
	Teilfertiggerichte Schnitzel/Cordon Bleu, tiefgefroren	22	1,2	0,3	1,6
	Fertig-/Teilfertiggerichte, tiefgefroren	124	1,2	0,6	2,2
	Fertig-/Teilfertiggerichte, konserviert	25	1,2	0,6	2,1
	Teilfertiggerichte: Gulasch/Ragout/Geschnetzeltes/Frikassee, konserviert	31	1,1	0,3	3,1
	Hackfleischgerichte (inkl. Burger-/Frikadellen), konserviert	29	1,1	0,5	1,6
	Fleischgerichte aus Fix für Gulasch/ Geschnetzeltes, Trockenprodukte	15	0,9	0,7	1,2
	Fleischgerichte aus Fix für Hackfleischprodukte (inkl. Bolognese), Trockenprodukte	14	0,9	0,7	7,5
Wurstwaren	Roher Schinken	46	4,5	0,0	6,1
Fisch, Meeresfrüchte	Fisch/-erzeugnisse + MF paniert, tiefgefroren	113	1,0	0,3	2,8
	Schlemmerfilet, tiefgefroren	36	1,0	0,4	1,4
	Fisch/-erzeugnisse + MF ohne Öl/ Natur, konserviert	4	1,0	0,8	1,5
Eintöpfe	Eintöpfe, gekühlt	20	1,3	0,5	2,0
	Eintöpfe mit Hülsenfrüchten + Gemüse, konserviert	22	1,0	0,8	1,4
	Eintöpfe mit Fleisch, konserviert	124	1,0	0,3	2,1
	Eintöpfe aus Trockenprodukten	10	1,0	0,6	2,5
Gemüse	Spinat Teilfertiggericht, tiefgefroren	24	0,9	0,7	1,1
	Gemüsepfannen, tiefgefroren	11	0,9	0,1	1,3

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max
Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel	Bratlinge, Burger aus Trockenprodukten	6	1,6	0,8	2,0
Kartoffeln	Kartoffelsalat, gekühlt	36	1,3	0,4	2,2
	Sonstige Kartoffelgerichte, gekühlt	25	1,2	0,6	1,6
	Gnocchi verzehrfertig, gekühlt	6	1,2	1,1	1,3
	Kartoffelpuffer/Rösti, tiefgefroren	17	1,2	0,9	1,6
	Kartoffelbeilagen, konserviert	6	1,0	0,7	1,5
	Kartoffelgerichte, konserviert	4	1,2	0,8	1,3
	Kartoffelklöße/-knödel aus Trockenprodukten	7	0,9	0,8	1,0
Getreide	Kartoffel-Püreesnack im Becher aus Trockenprodukten	20	0,9	0,7	1,1
	Gefüllte Teigwaren, gekühlt	103	1,4	0,3	2,3
	Nudelgerichte, gekühlt	38	1,1	0,5	1,9
	Nudel - Fertig-/Teilfertiggerichte, tiefgefroren	96	0,9	0,4	2,0
	Reis - Fertig/Teilfertiggerichte, tiefgefroren	30	0,9	0,5	1,3
	Gefüllte Teigwaren, tiefgefroren	47	1,1	0,4	1,9
	Nudelgerichte, konserviert	32	1,0	0,4	2,0
	Ravioli, konserviert	13	1,0	0,5	1,3
Backwaren	Nudelgerichte aus Trockenprodukten	42	1,2	0,4	1,8
	Instantgerichte aus Trockenprodukten	105	1,2	0,7	5,9
	Pizza/Ofenbrot, tiefgefroren	270	1,3	0,3	2,0
	Baguette, Pizzabaguette, belegt, gefüllt, tiefgefroren	38	1,3	0,9	1,7
	Aufbackbrötchen/Brezeln, tiefgefroren	24	1,6	0,8	2,8
	Aufbackwaren (ungekühlt)	45	1,3	0,8	2,0
	Taco Shells/Tortilla/Wraps, ungekühlt, länger haltbar	12	1,2	0,0	2,0
Brot	Frischteige 'salzig' (Hörnchen, Mehrkornbrötchen), gekühlt	5	1,5	0,7	2,1
	Backmischungen (Hefeteig, Pizzateig), Trockenprodukten	6	1,3	0,9	1,9
	Toastbrot, Sandwichbrot ungekühlt	41	1,2	0,5	1,5
Milchprodukte	Roggen-, Weizenbrote ungekühlt	122	1,2	0,5	2,0
	Knäckebrötchen trocken/getrocknet	77	1,3	0,0	3,3
	Würzquark, gekühlt	23	1,0	0,8	1,5

### Anhang 3

Anh. Tab. 3: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g und der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Fettgehalt [g] in 100 g			Zuckergehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max	MW	min	max
Frühstücks-cerealien	Müsli Schoko	51	13,4	4,3	22,0	20,1	5,1	45,0
Backwaren	Torten ungekühlt, konserviert	5	18,4	18,0	19,0	37,4	33,0	44,0
	Teilchen ungekühlt, konserviert	60	20,2	2,0	33,0	27,7	8,0	44,2
	Kuchen ungekühlt, konserviert	67	21,8	2,8	30,0	33,0	20,0	43,0
	Torten, tiefgefroren	47	16,8	6,9	27,0	23,6	14,9	36,1
	Kuchen, tiefgefroren	44	13,0	5,6	27,0	19,8	10,0	38,0
	Teilchen, tiefgefroren	49	16,3	4,1	28,6	16,3	5,0	27,0
	Backmischungen für Kuchen, Trockenprodukte	123	17,9	2,1	33,0	24,5	6,5	52,1
	Tortencremes aus Trockenprodukten	5	21,0	12,0	33,0	12,6	12,0	15,0
Brotaufstriche	Nuss-Nougat-/Schoko-/Milchcreme	18	39,9	31,8	50,8	42,6	31,2	58,7
Süßwaren	Schokoladen	362	33,5	4,6	58,2	46,0	2,0	72,0
	Müsli-, Frucht- und Nussriegel	183	15,9	1,5	45,2	36,8	0,0	61,1
	Karamellen	25	17,8	5,5	44,8	53,1	41,2	67,2
	Gekühlte "Milch-Snacks"	13	29,4	18,9	43,7	34,6	28,7	45,1
	Pralinen	142	35,7	9,0	53,0	47,1	31,0	73,3
	Kekse und Waffeln	471	22,7	0,5	48,0	31,8	0,6	76,2

## Anhang 4

Anh. Tab. 4: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g und der mittlere Salzgehalt > 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Fettgehalt [g] in 100 g			Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max	MW	min	max
Soßen	Klassische Soßen (Hollandaise, Grüne, Braten/Rahm), konserviert	35	14,1	0,1	50,0	1,2	0,3	3,0
	Pastasoßen/Fixsoßen konserviert	173	12,5	0,0	60,9	1,6	0,1	7,0
	Mayonnaise/Remoulade, konserviert	46	51,9	4,8	82,0	1,3	0,6	2,1
	Salatsoßen aus Trockenprodukt, TP	25	35,3	3,0	47,0	2,1	1,2	3,1
Fleisch, -erzeugnisse	Hacksteak, Frikadelle, Hamburger, gekühlt	16	16,5	4,2	23,0	1,8	0,8	2,2
	Fleisch-/Wurstsalate, gekühlt	53	22,1	2,2	40,5	1,5	0,4	3,8
	Fleisch gewürzt/paniert/mariniert, gekühlt	84	11,3	1,0	30,0	1,4	0,4	2,5
	Fleisch gewürzt/paniert/mariniert, tiefgefroren	72	11,5	1,4	30,0	1,1	0,2	2,4
	Fleisch in Konserven	26	14,0	0,8	66,4	1,5	0,5	2,3
Wurstwaren	Salami	74	32,5	16,5	50,0	4,1	2,5	9,7
	Salami Snacks	12	38,0	20,0	45,8	4,7	3,3	6,1
	Würstchen	69	21,6	7,0	42,0	2,0	1,2	5,8
	Sonstige Brühwurst	131	17,1	1,2	35,0	2,2	0,9	4,8
	Sonstige Rohwurst	51	26,4	3,0	45,0	2,4	0,0	4,5
	Sonstige Kochwurst	14	14,4	2,0	45,0	2,6	1,5	4,5
	Bratwurst	59	22,6	4,0	43,0	2,1	0,0	3,2
	Leberwurst	53	26,8	11,0	39,0	1,9	1,0	3,0
	Speck	6	25,3	7,0	40,2	2,4	0,9	3,0
	Wurst in Dosen/Konserven	59	19,5	2,4	38,0	1,9	1,0	2,5
Fisch, Meeresfrüchte	Fisch/-erzeugnisse + MF mariniert/gewürzt/ingelegt/Essig/Öl, gekühlt	21	15,1	4,9	34,1	4,0	0,9	9,4
	Fisch/-erzeugnisse + MF, geräuchert, gekühlt	22	14,4	3,1	37,0	2,5	1,0	3,9
	Fisch/-erzeugnisse + MF-Salate, gekühlt	31	23,3	12,2	41,1	1,7	1,0	2,6
	Fisch/-erzeugnisse + MF in Soße/Gemüse, konserviert	94	13,4	4,3	22,3	1,2	0,6	2,3
	Fisch/-erzeugnisse + MF in Essig/Öl, konserviert	44	17,8	3,8	41,0	1,8	0,5	7,3

Anh. Tab. 4 (fortlaufend): Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g und der mittlere Salzgehalt > 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Fettgehalt [g] in 100 g			Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max	MW	min	max
Gemüse	Antipasti inkl. Oliven, gekühlt	38	17,2	3,9	54,0	2,1	0,5	5,8
	Antipasti inkl. Oliven, konserviert	115	13,9	0,0	53,0	2,8	0,0	12,0
Ersatzprodukte für tierische Lebensmittel	Bratlinge, Burger, gekühlt	26	12,2	4,1	18,4	1,4	1,0	2,5
	Vegetarische Würstchen, Schnitzel usw., gekühlt	139	12,6	0,5	29,0	1,7	0,5	2,7
Getreide	Nudelsalat, gekühlt	22	12,9	1,7	25,3	1,3	0,1	4,0
Backwaren	Baguette/Brötchen, Sandwiches, Wraps belegt, gefüllt, ungekühlt	5	24,9	23,0	27,0	1,5	1,3	1,8
	Baguette/Brötchen, Sandwiches, Wraps belegt, gefüllt, gekühlt	29	13,0	2,1	21,9	1,4	0,7	2,3
Knabberartikel	Knabbergebäck (Cracker, Gebäckstangen, Salzstangen, usw.)	127	14,1	0,8	38,2	2,9	0,3	7,6
	Kartoffelchips,-sticks	92	31,0	9,0	38,0	1,7	0,1	3,4
	Erdnussflips	12	22,5	2,2	31,0	1,9	0,7	2,9
	Tortillachips	17	21,7	20,0	25,0	1,5	0,8	2,1
Brotaufstriche	Pikante vegetarische Brotaufstriche, gekühlt	22	23,4	12,0	34,8	1,5	1,1	2,5
	Pikante vegetarische Brotaufstriche, konserviert	188	21,1	0,0	89,0	1,8	0,0	4,5
Käse	Frischkäse	243	21,5	0,2	46,0	1,1	0,1	2,5
	Hartkäse	26	30,5	28,0	35,0	1,7	0,5	4,6
	Weichkäse	97	27,8	9,0	66,0	2,1	0,5	4,1
	Schnittkäse	131	26,8	2,0	34,0	1,5	0,5	3,3
	Backkäse, natur	37	23,8	0,3	38,8	2,2	1,0	3,1
	Backkäse, paniert	13	17,1	12,0	22,0	1,5	0,7	1,9

## Anhang 5

Anh. Tab. 5: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Zuckergehalt [g] in 100 g			Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max	MW	min	max
Soßen	Würzsoßen, konserviert	256	19,4	0,0	54,9	2,9	0,0	18,3
	Ketchup, konserviert	65	22,6	5,2	37,5	2,2	0,3	3,9
Gemüse	Gemüse-/Rohkost-salate, gekühlt	37	7,7	0,1	14,5	1,1	0,5	2,0
	Essigkonserven	172	6,3	0,0	17,0	1,4	0,1	7,0

## Anhang 6

Anh. Tab. 6: Produktuntergruppen, bei denen der mittlere Fettgehalt über 11 g pro 100 g, der mittlere Zuckergehalt über 6,2 g Zucker pro 100 g und der mittlere Salzgehalt über 0,8 g pro 100 g verzehrfertigem Produkt liegt

Produktgruppe	Produktuntergruppen	Anzahl erfasster Produkte [n]	Fettgehalt [g] in 100 g			Zuckergehalt [g] in 100 g			Salzgehalt [g] in 100 g		
			MW	min	max	MW	min	max	MW	min	max
Soßen	Salatsoßen, konserviert	46	17,1	0,1	32,1	8,7	0,5	17,0	1,9	0,9	3,2
Fleisch, -erzeugnisse	Wurst-, Würstchengerichte, gekühlt	13	11,8	6,5	15,0	7,1	1,0	13,0	1,8	1,5	2,3
Fisch/Meeresfrüchte	Salate, gekühlt	31	23,3	12,2	41,1	6,4	2,0	10,6	1,7	1,0	2,6
Knabberartikel	Gemüsechips	12	32,9	24,6	43,0	25,7	10,7	39,0	1,2	0,3	3,0
	Nüsse/Kerne	68	44,7	25,0	73,0	12,4	0,5	44,0	1,1	0,0	2,7

## Anhang 7

### Beispiele für Energie- und Nährwertangaben

#### Beispiel 1:



### NÄHRWERTHINWEISE & ZUTATEN

	100g enthalten	pro 100ml zubereitet	pro Portion**	%* pro Portion
Energie (kJ/kcal)	1883 kJ/454 kcal	184 kJ/45 kcal	460 kJ/113 kcal	6 %
Fett	26 g	2,6 g	6,5 g	9 %
davon gesättigte Fettsäuren	15 g	1,5 g	3,8 g	19 %
Kohlenhydrate	42 g	4,1 g	10 g	4 %
davon Zucker	9,1 g	0,9 g	2,3 g	3 %
Ballaststoffe	5,6 g	0,5 g	1,3 g	
Eiweiß	9,9 g	1 g	2,5 g	5 %
Salz	8,8 g	0,88 g	2,2 g	37 %
Natrium	3,5 g	-	-	

\* % der Referenzmenge für einen durchschnittlichen Erwachsenen (8400 kJ / 2000 kcal)

\*\* 1 Portion = 250 ml (Verbrauchereinheit enthält 2 Portionen)

Rechtlicher Hinweis: Unsere Produkte können Rezepturänderungen unterliegen. Verbindlich sind die Angaben auf der Produktverpackung.

#### Zutaten

Zutaten: Palmöl, WEIZENMEHL, Stärke, 10% weißer Spargel, Speisesalz, 5% MANDELN, 3% grüner Spargel, Zucker, Gemüsemaispulver, MILCHZUCKER, Hefeextrakt, MILCHEIWEISS, Würze, Zitronensaftpulver, Weißweineextrakt, Curcuma, Aromen (mit MILCH), Lorbeerblätter. Kann Spuren von Ei, Sellerie und Senf enthalten.

Anh. Abb. 1: Knorr, Cremesuppe von weißem & grünem Spargel, online verfügbar unter: <http://www.knorr.de/produkt/detail/260228/knorr-feinschmecker-premium-cremesuppe-von-weissem-gruenem-spargel>, Zugriff 08.11.2016

## Beispiel 2:

**Misosuppe mit Meeresgemüse**  
mit Meeresgemüse

Verpackungseinheit: 4 Portionsbeutel à 15 g  
Herkunftsland: Japan

So schmeckt Japan! Die Misosuppe mit besonders frischem Geschmack ist der ideale Begleiter für unterwegs und am Arbeitsplatz. Mit heißem Wasser schnell zubereitet schmeckt sie herrlich wärmend und würzig.

**Zutaten:**  
Reismiso\* (Würzpaste: **Sojabohnen\***, Vollkornreis\*, Wasser, Meersalz, Aspergillus oryzae), Wasser, Mikawa Mirin\* (alkoholhaltige Reisweinsauce: Reis\*, Wasser, Aspergillus oryzae), Shoyu\* (Sojasauce\*: Wasser, **Sojabohnen\***) **Weizen\***, Meersalz, Aspergillus oryzae), Meersalz, Kombu-Meeresgemüse, Wakame-Meeresgemüse  
\*aus ökologischem Landbau

**Zubereitung:**  
Ein Sachet mit 150 ml Wasser übergießen, umrühren und kurz ziehen lassen.

**Nährwerte:**

Energie: (kJ/100g und kcal/100g):	838 /198
Fett (g/100g):	1,8 g
gesättigte Fettsäuren (g/100g):	0,1 g
Kohlenhydrate (g/100g):	34,6 g (davon Zucker: 8,3 g)
Eiweiß (g/100g):	8,0 g
Salz (g/100g):	11,3 g

Anh. Abb. 2: Arche, Misosuppe mit Meeresgemüse, online verfügbar unter: <http://www.arche-naturkueche.de/de/produkte/asiatische-spezialitaeten/suppen/misosuppe-mit-meeresgem%c3%bcse>, Zugriff 8.11.2016

**Max Rubner-Institut**  
**Bundeforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel**

Adresse Haid-und-Neu-Straße 9, 76131 Karlsruhe  
Telefon +49 (0)721 6625 201  
Fax +49 (0)721 6625 111  
E-Mail [praesident@mri.bund.de](mailto:praesident@mri.bund.de)  
Internet [www.mri.bund.de](http://www.mri.bund.de)

DOI: 10.25826/20180829-075907