



---

# **Erklärung von Mailand: Monitoringbericht zur Erhebung 2024**

Produktgruppen:  
Joghurt, Frühstückscerealien, Quark,  
Milchmischgetränke, Erfrischungsgetränke

---

## Inhaltsverzeichnis

	<b>Zusammenfassung der Resultate</b> .....	<b>4</b>
<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Vorgehensweise</b> .....	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Hinweis</b> .....	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>Daten nutzen</b> .....	<b>6</b>
<b>5</b>	<b>Ergebnisse</b> .....	<b>7</b>
5.1	Joghurt.....	7
5.2	Frühstückscerealien.....	9
5.3	Quark und ähnliche Produkte .....	12
5.4	Milchmischgetränke und ähnliche Produkte .....	14
5.5	Erfrischungsgetränke .....	16

## Abkürzungen

BLV	Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen
g	Gramm
n	Anzahl Produkte
NA	keine Daten erhoben; Auswertung nicht möglich; keine Reduktion festgestellt

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verteilung des Gehalts an zugesetztem Zucker (g/100 g) und Anzahl Produkte (n) in den verschiedenen Joghurt-Kategorien für das Erhebungsjahr 2024 .....	7
Abbildung 2: Verteilung des Gehalts an zugesetztem Zucker (g/100 g) und Anzahl Produkte (n) in den verschiedenen Frühstückscerealien-Kategorien für das Erhebungsjahr 2024 .....	10
Abbildung 3: Verteilung des Gehalts an zugesetztem Zucker (g/100 g) und Anzahl Produkte (n) in den verschiedenen Quark-Kategorien für das Erhebungsjahr 2024 .....	12
Abbildung 4: Verteilung des Gehalts an zugesetztem Zucker (g/100 ml) und Anzahl Produkte (n) in den verschiedenen Milchmischgetränke-Kategorien für das Erhebungsjahr 2024 .....	14
Abbildung 5: Verteilung des Gehalts an Gesamtzucker (g/100 ml) und Anzahl Produkte (n) in den verschiedenen Erfrischungsgetränke-Kategorien für das Erhebungsjahr 2024 .....	17

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den verschiedenen Joghurt-Kategorien pro Erhebungsjahr und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2016 und 2024.....	7
Tabelle 2: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den Joghurts der verschiedenen Unternehmen (A-I) und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2016 und 2024 .....	8
Tabelle 3: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in Joghurts in Abhängigkeit von der Zielgruppe (Kinder vs. nicht an Kinder gerichtete Produkte) – Vergleich der Jahre 2021 und 2024.....	8
Tabelle 4: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den verschiedenen Frühstückscerealien-Kategorien pro Erhebungsjahr und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2016 und 2024 .....	9
Tabelle 5: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den Frühstückscerealien der verschiedenen Unternehmen (A-K) und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2016 und 2024 .....	10
Tabelle 6: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in Frühstückscerealien in Abhängigkeit von der Zielgruppe (Kinder vs. nicht an Kinder gerichtete Produkte) – Vergleich der Jahre 2021 und 2024 .....	10
Tabelle 7: Anzahl ungezuckerter Produkte pro Erhebungsjahr im Zeitraum 2016 bis 2024.....	11
Tabelle 8: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den verschiedenen Quark-Kategorien pro Erhebungsjahr und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2020 und 2024.....	12
Tabelle 9: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den Quarks der verschiedenen Unternehmen (A-F) und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2020 und 2024 .....	13
Tabelle 10: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in Quarks in Abhängigkeit von der Zielgruppe (Kinder vs. nicht an Kinder gerichtete Produkte) – Vergleich der Jahre 2021 und 2024.....	13
Tabelle 11: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 ml) in den verschiedenen Milchmischgetränke-Kategorien pro Erhebungsjahr und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2020 und 2024 .....	14
Tabelle 12: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 ml) in den Milchmischgetränken der verschiedenen Unternehmen (A-I) und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2020 und 2024 .....	15
Tabelle 13: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 ml) in Milchmischgetränken in Abhängigkeit von der Zielgruppe (Kinder vs. nicht an Kinder gerichtete Produkte) – Vergleich der Jahre 2020 und 2024 .....	15
Tabelle 14: Gehalt an Gesamtzucker (g/100 ml) in den verschiedenen Erfrischungsgetränke-Kategorien pro Erhebungsjahr und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2021 und 2024 .....	16
Tabelle 15: Gehalt an Gesamtzucker (g/100 ml) in den Erfrischungsgetränken der verschiedenen Unternehmen (A-Q) im Erhebungsjahr 2024 .....	17
Tabelle 16: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 ml) in Erfrischungsgetränken in Abhängigkeit von der Zielgruppe (Kinder vs. nicht an Kinder gerichtete Produkte) im Erhebungsjahr 2024 .....	18

## Zusammenfassung der Resultate

Die Reduktion an zugesetztem Zucker ist eine Folge von der Reformulierung bestehender Produkte, Sortimentsanpassungen und Neueinführung von weniger stark gezuckerten Produkten. Sämtliche Reduktionen erfolgten ohne den Einsatz von künstlichen Süsstoffen oder Zuckeraustauschstoffen.

- Es wurden Daten von 509 Joghurts, 260 Frühstückscerealien, 264 Erfrischungsgetränken, 112 Milchmischgetränken und 51 Quarks erhoben.
- Den Joghurts aller Unternehmen wurden im Median 7.9 g Zucker pro 100 g zugesetzt, was seit 2016 einer Reduktion von 1.2 g oder 13.2 % entspricht.
- Bei Frühstückscerealien wurde 2024 ein Median von 10.2 g berechnet, was seit 2016 einer Reduktion von 38.6 % entspricht.
- In Quarks wurde seit 2020 eine Reduktion von 9.0 g auf 8.1 g beobachtet, was 10 % bedeutet.
- Milchmischgetränke weisen heute 5.4 g pro 100 ml auf statt 6.3 g im Jahr 2020. Es wurde eine 14.3 %ige Reduktion erreicht.
- Erfrischungsgetränke enthalten 2024 im Schnitt 6.5 g Zucker pro 100 ml, was seit 2021 einer Reduktion von 1 g pro Deziliter respektive 13.3 % ausmacht.
- Generell kann festgestellt werden, dass neu eingeführte Produkte im Schnitt weniger stark gezuckert sind, und das Angebot an ungezuckerten Produkten am Steigen ist.
- Auf dem Markt sind immer noch an Kinder gerichtete Produkte zu finden, bei denen der Gehalt an zugesetztem Zucker höher liegt als bei den anderen Produkten, die nicht explizit an Kinder gerichtet werden. Dies ist in den in den Kategorien Frühstückscerealien, Milchmischgetränken und Erfrischungsgetränken der Fall.

## Résumé des résultats

La réduction de la teneur en sucres ajoutés résulte de la reformulation de produits existants, de l'adaptation de gammes et du lancement de nouveaux produits moins sucrés. Toutes les réductions ont été réalisées sans recours à des édulcorants artificiels ou à des polyols.

- Les données ont été collectées pour 509 yogourts, 260 céréales pour le petit-déjeuner, 264 boissons rafraîchissantes, 112 boissons lactées et 51 sérés.
- Les yogourts de toutes les entreprises contenaient en médiane 7,9 g de sucre pour 100 g, ce qui correspond à une réduction de 1,2 g ou 13,2 % depuis 2016.
- Pour les céréales pour le petit-déjeuner, une médiane de 10,2 g a été calculée en 2024, ce qui correspond à une réduction de 38,6 % depuis 2016.
- Dans les sérés, une réduction de 9,0 g à 8,1 g a été observée depuis 2020, soit une baisse de 10 %.
- Les boissons lactées contiennent aujourd'hui 5,4 g pour 100 ml, contre 6,3 g en 2020. Une réduction de 14,3 % a été atteinte.
- En 2024, les boissons rafraîchissantes contiendront en moyenne 6,5 g de sucre pour 100 ml, soit une réduction de 1 g par décilitre, soit 13,3 % depuis 2021.
- De manière générale, on constate que les nouveaux produits lancés contiennent en moyenne moins de sucre et que l'offre de produits non sucrés est en augmentation.
- On trouve encore sur le marché des produits destinés aux enfants dont la teneur en sucres ajoutés est plus élevée que celle des autres produits qui ne sont pas explicitement destinés aux enfants. C'est le cas dans les catégories des céréales pour le petit-déjeuner, des boissons lactées et des boissons rafraîchissantes.

## 1 Einleitung

Die Mitwirkung der Lebensmittelindustrie ist ein zentraler Bestandteil zur Verbesserung der Produktzusammensetzung. Die Notwendigkeit wird auch in der Schweizer Ernährungsstrategie des Eidgenössischen Departement des Innern EDI hervorgehoben. Ziel ist es, die Bevölkerung durch verbesserte Lebensmittelangebote in einer gesundheitsförderlichen Ernährung zu unterstützen.

Ein bedeutender Schritt in diesem Zusammenhang war die Unterzeichnung der sogenannten Erklärung von Mailand durch zehn Schweizer Unternehmen am 4. August 2015. Mit dieser freiwilligen Selbstverpflichtung erklärten sie sich bereit, den Zuckergehalt in Joghurts und Frühstückscerealien schrittweise zu reduzieren. Im Jahr 2017 schlossen sich im Rahmen eines Runden Tisches vier weitere Unternehmen an. Erstmals wurden dabei konkrete Reduktionsziele vereinbart.

Am dritten Runden Tisch im August 2019 bekräftigten alle 14 beteiligte Unternehmen ihre Absicht, die Erklärung von Mailand bis 2024 fortzusetzen und auf zusätzliche Lebensmittelgruppen auszuweiten. Am 14. Februar 2023 traten zehn weitere Unternehmen der Initiative bei. Die Vereinbarung wurde um zusätzliche Produktkategorien – darunter Erfrischungsgetränke, Milchmischgetränke und Quark – ergänzt, und es wurden weitere Reduktionsziele bis 2024 definiert.

Der vorliegende Bericht beschreibt die Zusammensetzung der betroffenen Produkte, wie sie per Ende 2024 auf dem Schweizer Markt erhältlich sind. Dabei werden ausschliesslich die Produkte der teilnehmenden Unternehmen berücksichtigt. Der Bericht dient als Entscheidungsgrundlage für die Festlegung der nächsten Reduktionsschritte, welche im Rahmen des fünften Runden Tisches im August 2025 unterzeichnet werden sollen.

## 2 Vorgehensweise

Die insgesamt 24 Unternehmen, welche die Erklärung von Mailand bis Ende 2024 unterzeichnet haben, wurden vom BLV aufgefordert, eine Liste ihres Produktsortiments (Stand Ende 2024) einzureichen. Diese sollte folgende Angaben enthalten:

- vollständige Zutatenliste,
- Nährwertdeklaration gemäss Verpackung,
- Gehalt an zugesetztem Zucker, basierend auf den firmeneigenen Rezepturen und in Übereinstimmung mit dem Berechnungsleitfaden des BLV<sup>1</sup>.

Für die Erfrischungsgetränke wurde der Gesamtzuckergehalt gemäss Verpackungsangaben als ausreichend erachtet, da hier die Unterscheidung zwischen zugesetztem und natürlichem Zucker weniger relevant ist.

Die eingereichten Daten wurden stichprobenmässig auf Plausibilität überprüft. Produkte mit identischer Zusammensetzung, die jedoch in unterschiedlichen Verpackungsgrössen angeboten werden, wurden nur einmal berücksichtigt. In Fällen unvollständiger oder unklarer Angaben erfolgte eine direkte Rückfrage bei den Unternehmen.

Die vorliegenden Auswertungen erfolgten in anonymisierter Form. Berücksichtigt wurden sowohl gezuckerte als auch ungezuckerte Varianten, wobei Produkte mit künstlichen Süssungsmitteln oder in der Geschmacksrichtung «nature» aus der Analyse ausgeschlossen wurden. Sämtliche Ergebnisse sind ungewichtet dargestellt, da dem BLV keine Verkaufszahlen oder -volumina zur Verfügung stehen, welche eine gewichtete Analyse ermöglichen würden.

## 3 Hinweis

Genauere Informationen zu den Zielvereinbarungen können in den entsprechenden Anhängen auf der Webseite des BLV eingesehen werden: [Zuckerreduktion](#).

---

<sup>1</sup> <https://www.blv.admin.ch/dam/blv/de/dokumente/lebensmittel-und-ernaehrung/ernaehrung/leitfaden-zur-definition-und-berechnung-des-zugesetzten-zuckers.pdf.download.pdf/Leitfaden%20zur%20Definition%20und%20Berechnung%20des%20zuge-setzten%20Zuckers.pdf>

## 4 Daten nutzen

Das BLV fördert die Transparenz mit offenen Daten. Auf [opendata.swiss](https://opendata.swiss) finden Sie die anonymisierten Datensätze pro Produktgruppe für Analysen und Einblicke.

## 5 Ergebnisse

### 5.1 Joghurt

In dieser Produktgruppe sind Joghurt und ähnliche Produkte, welche auf Basis von Sauermilch oder pflanzlichen Milchalternativen hergestellt wurden, eingeschlossen. Die Produkte wurden in folgende Kategorien eingeteilt: Aroma, Frucht, Müesli, Nuss.<sup>2</sup>

In allen Kategorien konnte über den Erhebungszeitraum hinweg ein Rückgang des zugesetzten Zuckers festgestellt werden (vgl. Tabelle 1). Dennoch zeigt sich weiterhin eine erhebliche Spannweite der Zuckergehalte, insbesondere in der Kategorie Aroma, in der sowohl Produkte mit sehr niedrigem als auch mit hohem Zuckergehalt vertreten sind (siehe Abbildung 1).

Produkte, die explizit an Kinder adressiert sind, weisen einen geringeren Median des Gehalts an zugesetztem Zucker auf als solche, die nicht speziell für Kinder konzipiert wurden (vgl. Tabelle 3).

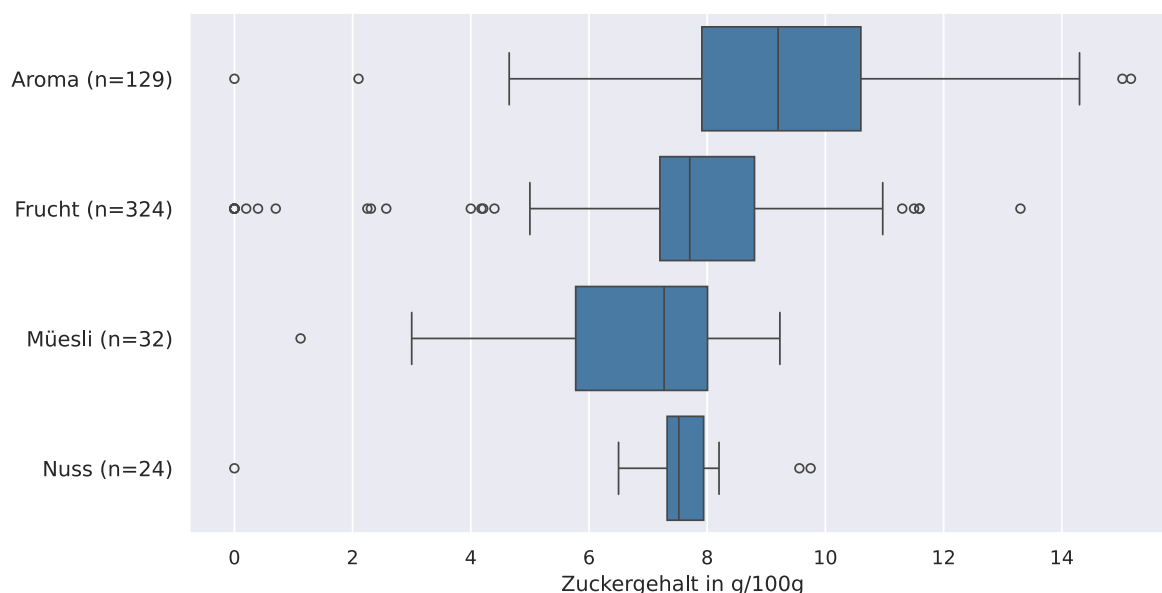
Im Jahr 2024 waren insgesamt 12 Produkte ohne Zuckerzusatz auf dem Schweizer Markt erhältlich. Zum Vergleich: In den Jahren 2016 und 2017 waren keine entsprechenden Produkte verfügbar, während im Jahr 2018 erstmals drei zuckerfreie Produkte eingeführt wurden.

Generell zeigt sich, dass neu eingeführte Produkte tendenziell einen niedrigeren Zuckergehalt aufweisen als bereits länger im Sortiment befindliche Produkte.

Tabelle 1: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den verschiedenen Joghurt-Kategorien pro Erhebungsjahr und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2016 und 2024

Kategorie	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)					Reduktion 2016-2024	
	2016	2017	2018	2021	2024	in g/100 g	in %
Alle	9.1	9.1	8.8	8.2	7.9	1.2	13.2
Aroma	10.2	10.2	10.2	9.8	9.2	1.0	9.8
Frucht	8.8	8.8	8.4	8.0	7.7	1.1	12.5
Müesli	9.4	9.4	9.0	7.9	7.3	2.1	22.3
Nuss	9.0	9.1	8.7	8.2	7.5	1.5	16.7

Abbildung 1: Verteilung des Gehalts an zugesetztem Zucker (g/100 g) und Anzahl Produkte (n) in den verschiedenen Joghurt-Kategorien für das Erhebungsjahr 2024



<sup>2</sup> Siehe Anhang Erklärung von Mailand: [Zuckerreduktion](#)

Tabelle 2: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den Joghurts der verschiedenen Unternehmen (A-I) und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2016 und 2024

Unternehmen (anonymisiert)	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)					Reduktion 2016-2024 resp. 2017-2024	
	2016	2017	2018	2021	2024	in g/100 g	in %
Alle	9.1	9.1	8.8	8.2	7.9	1.2	13.2
A	10.1	10.0	9.7	9.7	9.5	0.6	5.9
B	9.1	9.1	9.1	8.4	7.8	1.3	14.3
C	10.6	9.9	9.8	9.2	8.9	1.7	16.0
D	9.4	9.2	9.1	8.0	8.0	1.4	14.9
E	9.6	8.8	8.3	8.1	7.4	2.2	22.9
F	8.1	8.1	7.0	6.6	7.7	0.4	4.9
G	8.8	8.8	8.5	8.3	7.9	0.9	10.2
H	NA	10.2	9.2	7.7	7.2	3.0	29.4
I	NA	10.7	9.4	8.3	7.6	3.1	29.0

Tabelle 3: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in Joghurts in Abhängigkeit von der Zielgruppe (Kinder vs. nicht an Kinder gerichtete Produkte) – Vergleich der Jahre 2021 und 2024

Erhebungsjahr	2021		2024	
	Anzahl Produkte	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)	Anzahl Produkte	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)
Alle	437	8.2	509	7.9
Nicht an Kinder gerichtet	434	8.2	503	7.9
An Kinder gerichtet	3	11.1	6	6.6

## 5.2 Frühstückscerealien

Die Produktgruppe der Frühstückscerealien wurden in folgende Kategorien unterteilt<sup>3</sup>:

Kategorien	Beschreibung/Einschlusskriterien
Bircher	Flockenmischungen mit Anteilen von beispielsweise Früchten, Nüssen und/oder extrudierten Zutaten
Crunchy	Gebäckene und als Knusper, Crunchy, Crisp, Croc oder Granola vermarktete Produkte
Extrudate	Extrudierte, gepuffte oder gepoppte (inkl. umhüllte und gefüllte) Produkte ohne nennenswerte Anteile anderer Zutaten wie z. B. Früchten oder Nüssen; inkl. Cornflakes, All-Bran, Hafernüssli, usw.
Porridge	Flocken mit/ohne weitere Zutaten zur Zubereitung eines verzehrfertigen Porridges

Seit Beginn der Erhebung im Jahr 2016 konnte insbesondere in den beiden bedeutenden Produktkategorien *Crunchy* und *Extrudate* eine erhebliche Reduktion des zugesetzten Zuckers festgestellt werden. Diese Entwicklung ist insbesondere relevant, da die beiden Kategorien ursprünglich die höchsten Medianwerte beim Zuckergehalt aufwiesen (vgl. Tabelle 4).

Frühstückscerealien, die gezielt an Kinder vermarktet werden, weisen nach wie vor einen deutlich höheren Gehalt an zugesetztem Zucker auf als Produkte ohne explizite Zielgruppenansprache für Kinder. Dennoch ist die Anzahl dieser Produkte als auch der Median ihres Zuckergehalts seit der letzten Erhebung deutlich zurückgegangen (vgl. Tabelle 6).

Es zeigt sich zudem, dass neu eingeführte Produkte tendenziell einen niedrigen Gehalt an zugesetztem Zucker aufweisen als bereits etablierte Produkte im Sortiment.

Tabelle 4: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den verschiedenen Frühstückscerealien-Kategorien pro Erhebungsjahr und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2016 und 2024

Kategorie	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)					Reduktion 2016-2024	
	2016	2017	2018	2021	2024	in g/100 g	in %
Alle	16.6	15.0	13.9	12.0	10.2	6.4	38.6
Bircher	2.5	5.0	5.0	3.8	4.6	NA	NA
Crunchy	17.5	16.9	16.0	13.0	11.8	5.7	32.6
Extrudate	21.8	21.0	17.0	17.0	14.1	7.7	35.3
Porridge	0.0	3.3	0.0	0.0	2.3	NA	NA

<sup>3</sup> Siehe Anhang Erklärung von Mailand: [Zuckerreduktion](#)

Abbildung 2: Verteilung des Gehalts an zugesetztem Zucker (g/100 g) und Anzahl Produkte (n) in den verschiedenen Frühstückscerealien-Kategorien für das Erhebungsjahr 2024

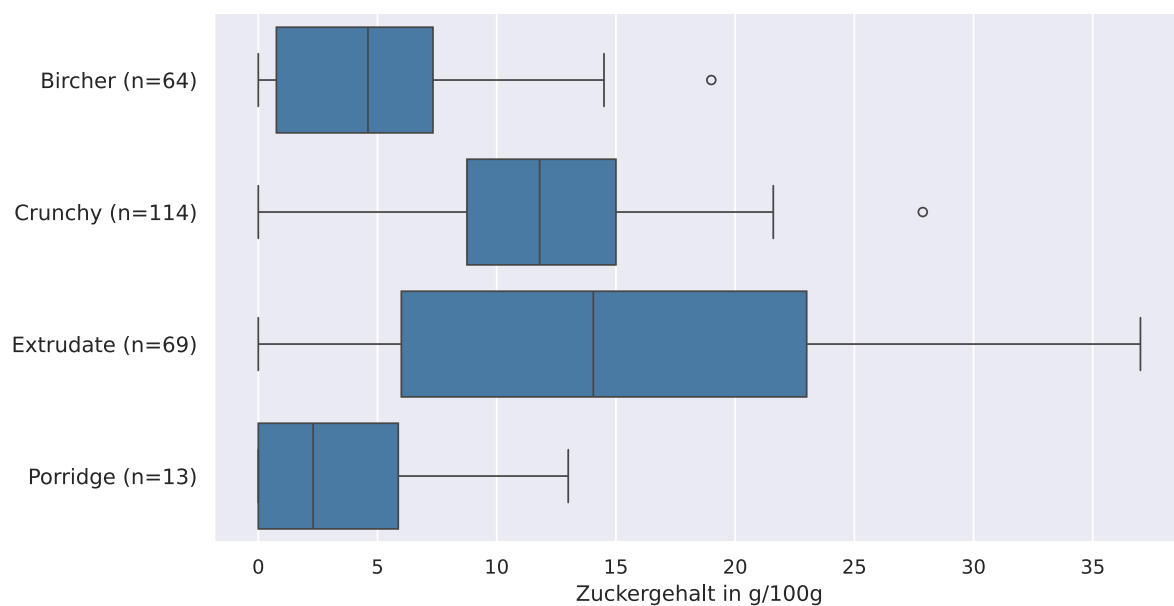


Tabelle 5: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den Frühstückscerealien der verschiedenen Unternehmen (A-K) und erfolgte Zuckerrückgang zwischen 2016 und 2024

Unternehmen (anonymisiert)	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)					Reduktion 2016-2024 resp. 2016-2021 resp. 2017-2024	
	2016	2017	2018	2021	2024	in g/100 g	in %
Alle	16.6	15.0	13.9	12.0	10.2	6.4	38.6
A	15.0	14.9	14.0	12.0	11.1	3.9	26.0
B	14.7	12.9	11.4	7.4	8.4	6.3	42.9
C	24.7	22.0	21.3	15.0	12.0	12.7	51.4
D	7.2	6.5	7.0	6.2	5.9	1.3	18.1
E	15.0	14.7	11.6	10.9	9.3	5.7	38.0
F	17.5	17.0	15.0	15.0	9.9	7.6	43.4
G	21.5	21.5	19.8	20.8	NA	0.7	3.3
H	14.0	NA	13.0	11.5	NA	2.5	17.9
I	20.0	20.5	17.3	17.0	17.0	3.0	15.0
K	NA	20.0	14.0	12.0	10.6	9.4	47.0

Tabelle 6: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in Frühstückscerealien in Abhängigkeit von der Zielgruppe (Kinder vs. nicht an Kinder gerichtete Produkte) – Vergleich der Jahre 2021 und 2024

Erhebungsjahr	2021		2024	
	Anzahl Produkte	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)	Anzahl Produkte	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)
Alle	262	12.0	260	10.2
Nicht an Kinder gerichtet	227	10.7	241	9.7
An Kinder gerichtet	35	22.9	19	17.0

Tabelle 7: Anzahl ungezuckerter Produkte pro Erhebungsjahr im Zeitraum 2016 bis 2024

<b>Erhebungsjahr</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2021</b>	<b>2024</b>
Anzahl ungezuckerte Produkte	22	24	28	44	28

### 5.3 Quark und ähnliche Produkte

Es wurden alle aromatisierten, süss schmeckenden Produkte mit und ohne zugesetzten Zucker (gemäss BLV-Leitfaden), inkl. Skyr, evaluiert. Produkte, die von den Unternehmen als «Quark» positioniert werden, z.B. aufgrund sensorischer Eigenschaften etc., sowie ähnliche Produkte, beispielsweise auf Basis von Milchersatzprodukten (Soja-, Hafer-, Reis-, Mandeldrink etc.) oder gemischte Produkte, z.B. Quark mit Joghurt, wurden ebenfalls in dieser Produktgruppe erfasst. Dessertprodukte und nicht-süsse Varianten wurden hingegen nicht eingeschlossen. Die Produkte wurden in folgende Unterkategorien aufgeteilt: Aroma und Frucht.<sup>4</sup>

Seit dem Jahr 2020 konnte der Median des zugesetzten Zuckers bei Quarkprodukten um rund 10 % reduziert werden – von ursprünglich 9.0 g auf 8.1 g pro 100 g (vgl. Tabelle 8). Besonders deutlich fiel die Reduktion in der Kategorie Aroma-Quarks aus, wo ein Rückgang um 21 % verzeichnet wurde.

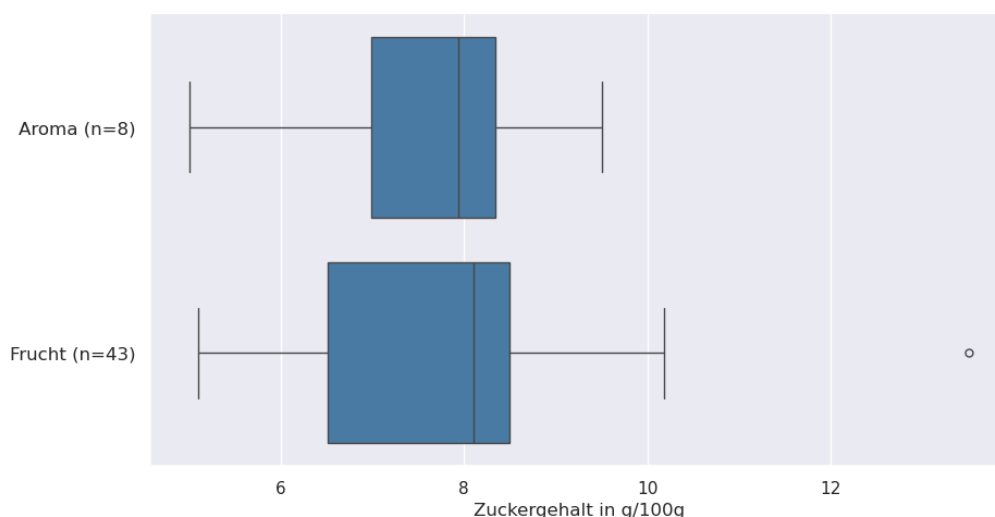
An Kinder gerichtete Quarkprodukte enthalten weniger zugesetzten Zucker als Produkte, die nicht speziell für Kinder vermarktet werden (vgl. Tabelle 10).

Es existieren jedoch nach wie vor keine aromatisierten Quarkprodukte auf dem Schweizer Markt, die gleichzeitig weder zugesetzten Zucker noch Süssungsmittel enthalten.

Tabelle 8: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den verschiedenen Quark-Kategorien pro Erhebungsjahr und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2020 und 2024

Kategorie	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)		Reduktion 2020-2024	
	2020	2024	in g/100 g	in %
Alle	9.0	8.1	0.9	10.0
Aroma	10.0	7.9	1.1	21.0
Frucht	9.0	8.1	0.9	10.0

Abbildung 3: Verteilung des Gehalts an zugesetztem Zucker (g/100 g) und Anzahl Produkte (n) in den verschiedenen Quark-Kategorien für das Erhebungsjahr 2024



<sup>4</sup> Siehe Anhang Erklärung von Mailand: [Zuckerreduktion](#)

Tabelle 9: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in den Quarks der verschiedenen Unternehmen (A-F) und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2020 und 2024

Unternehmen (anonymisiert)	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)		Reduktion 2020-2024	
	2020	2024	in g/100 g	in %
Alle	9.0	8.1	0.9	10
A	10.0	8.1	1.9	19
B	NA	8.5	NA	NA
C	9.5	8.7	0.8	8.5
D	7.0	6.5	0.5	7.1
E	9.1	7.3	1.8	19.8
F	8.7	6.3	2.4	27.6

Tabelle 10: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 g) in Quarks in Abhängigkeit von der Zielgruppe (Kinder vs. nicht an Kinder gerichtete Produkte) – Vergleich der Jahre 2021 und 2024

Erhebungsjahr	2020		2024	
	Anzahl Produkte	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)	Anzahl Produkte	Median zugesetzter Zucker (g/100 g)
Alle	67	9.0	51	8.1
Nicht an Kinder gerichtet	38	9.2	34	8.1
An Kinder gerichtet	29	7.1	17	6.5

## 5.4 Milchmischgetränke und ähnliche Produkte

Diese Produktgruppe umfasst alle aromatisierten, süss schmeckenden Milchmischgetränke mit und ohne zugesetzten Zucker (gemäss BLV-Leitfaden) auf Basis von Milch und Milchprodukte. Ähnliche Produkte, die auf Basis von pflanzlichen Milchalternativen (Soja-, Hafer-, Reis-, Mandeldrink etc.) hergestellt wurden, sind ebenfalls eingeschlossen.<sup>5</sup> Reine Milchersatzprodukte («nature») und salzige Varianten (z.B. Ayran) sind nicht Teil der Erklärung von Mailand und wurden entsprechend in dieser Auswertung nicht berücksichtigt.

Zwischen 2020 und 2024 konnte der Median des Gehalts an zugesetztem Zucker in dieser Produktgruppe von 6.3 g auf 5.4 g pro 100 ml reduziert werden (vgl. Tabelle 11). Die Reduktion war jedoch nicht in allen Kategorien gleichermassen ausgeprägt. Produkte auf «saurer» Basis<sup>6</sup> zeigten bei Geschmacksrichtung Aroma lediglich eine Reduktion um 4.4 %, während bei Frucht-Varianten keine wesentliche Veränderung festgestellt werden konnte (vgl. Tabelle 11). Diese Produktsegmente stellen aufgrund sensorischer Anforderungen und Konsumentenpräferenzen eine besondere Herausforderung dar.

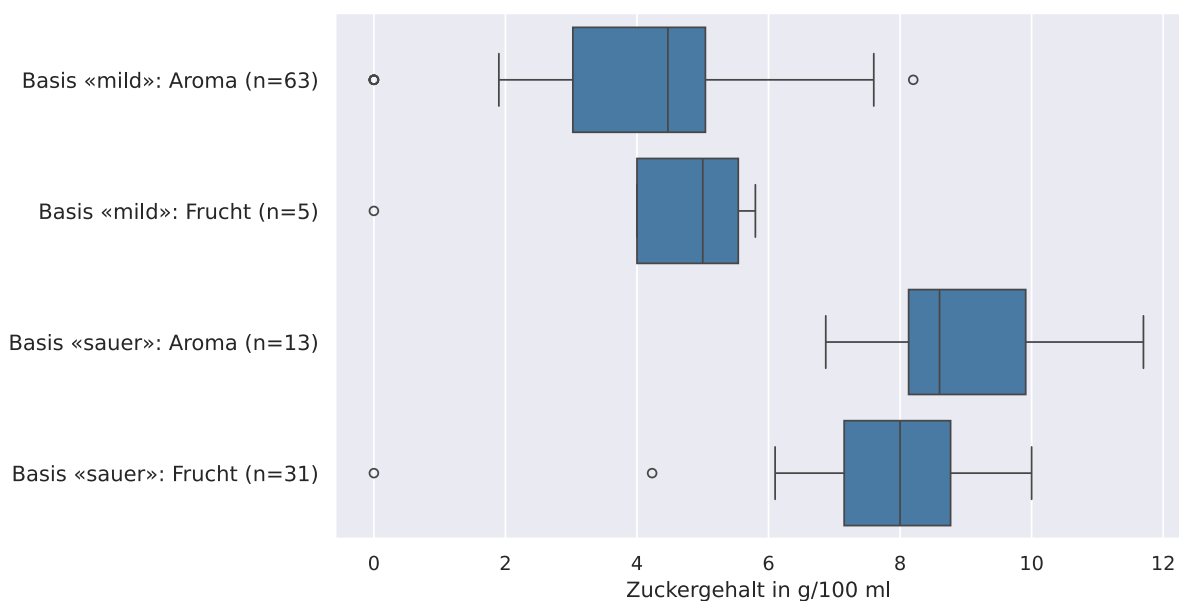
Gleichzeitig nahm die Zahl der Produkte ohne Zuckerzusatz und ohne alternative Süssung zu: Während 2020 nur drei solche Produkte auf dem Markt waren, stieg ihre Anzahl auf acht.

Neu lancierte Produkte enthalten im Durchschnitt weniger zugesetzten Zucker, wobei jedoch nach wie vor einzelne Produkte mit deutlich höheren Werten in Verkehr gebracht werden.

Tabelle 11: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 ml) in den verschiedenen Milchmischgetränke-Kategorien pro Erhebungsjahr und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2020 und 2024

Kategorie	Median zugesetzter Zucker (g/100 ml)		Reduktion 2020-2024	
	2020	2024	in g/100 g	in %
Alle	6.3	5.4	0.9	14.3
Basis «mild» <sup>7</sup> : Aroma	5.0	4.5	0.5	10.0
Basis «mild»: Frucht	5.7	5.0	0.7	12.3
Basis «sauer»: Aroma	9.0	8.6	0.4	4.4
Basis «sauer»: Frucht	8.0	8.0	0.0	0.0

Abbildung 4: Verteilung des Gehalts an zugesetztem Zucker (g/100 ml) und Anzahl Produkte (n) in den verschiedenen Milchmischgetränke-Kategorien für das Erhebungsjahr 2024



<sup>5</sup> Siehe Anhang Erklärung von Mailand: [Zuckerreduktion](#)

<sup>6</sup> Auf Basis von Joghurt, Sauermilch, Sauermolke/gesäuerte Molke, saure Buttermilch, angesäuerte Milchersatzprodukte

<sup>7</sup> Auf Basis von Milch, Buttermilch, Molke, pflanzliche Alternativen

Tabelle 12<sup>8</sup>: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 ml) in den Milchmischgetränken der verschiedenen Unternehmen (A-I) und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2020 und 2024

Unternehmen <sup>9</sup> (anonymisiert)	Median zugesetzter Zucker (g/100 ml)		Reduktion 2020-2024	
	2020	2024	in g/100 g	in %
Alle	6.3	5.4	0.9	14.3
A	6.0	3.5	2.5	41.7
B	6.4	9.1	NA	NA
C	7.1	7.0	0.1	1.4
D	3.7	3.3	0.4	10.8
E	7.0	4.7	2.3	32.9
F	6.5	4.4	2.1	32.3
G	NA	3.9	NA	NA
H	3.0	6.7	NA	NA
I	6.1	4.9	1.2	19.7

Tabelle 13: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 ml) in Milchmischgetränken in Abhängigkeit von der Zielgruppe (Kinder vs. nicht an Kinder gerichtete Produkte) – Vergleich der Jahre 2020 und 2024

Erhebungsjahr	2020		2024	
	Anzahl Produkte	Median zugesetzter Zucker (g/100 ml)	Anzahl Produkte	Median zugesetzter Zucker (g/100 ml)
Alle	123	6.3	112	5.4
Nicht an Kinder gerichtet	119	6.3	109	5.4
An Kinder gerichtet	4	5.5	3	6.1

<sup>8</sup> «Alle» 2020: alle 120 Milchmischgetränke und ähnliche Produkte von 17 Unternehmen; «Alle» 2024: nur die Produkte der Unternehmen der Erklärung von Mailand

<sup>9</sup> Es wurden zur Vereinfachung nur die Resultate der 9 Unternehmen aufgeführt, die 2023 der Erklärung von Mailand für diese Produktgruppe beigetreten sind.

## 5.5 Erfrischungsgetränke

Unter dieser Produktgruppe werden trinkfertige Erfrischungsgetränke, mit oder ohne Fruchtsaft, mit oder ohne Milchserum, mit oder ohne Aroma, mit oder ohne Kohlensäure, mit oder ohne Zuckerarten sowie süssende Zutaten wie beispielsweise Melasse, Ahornsirup und Fruchtsüsse, jedoch in jedem Fall ohne Süßungsmittel, verstanden.<sup>10</sup> Es wurden folgende Kategorien und Einschlusskriterien gewählt:

Kategorien	Eingeschlossene Produkte
Süßsgetränke mit/ohne Kohlensäure	Aromatisierte Getränke, inkl.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cola-Getränke</li> <li>• Kombucha-Getränke</li> <li>• alkoholfreie Apérogetränke</li> <li>• Near Water</li> </ul> Verdünnter Fruchtsaft, Schorle-Getränke
Eistee	Alle als Eistee positionierten Getränke, inkl. reiner Aufguss aus Tee, Mate, Kräuter oder Früchtetee
Energydrinks	Alle als Energydrinks positionierten Getränke und andere «coffeinhaltige Getränke» (ausser Cola-Getränke)

Über alle Kategorien hinweg konnte zwischen 2020 und 2024 eine Reduktion des zugesetzten Zuckers beobachtet werden. Der Medianwert über sämtliche untersuchte Produkte sank von 7.5 g auf 6.5 g Zucker pro 100 ml, was einer Reduktion von 13.3 % entspricht (vgl. Tabelle 14).

Produkte, die an Kinder vermarktet werden, enthalten tendenziell mehr zugesetzten Zucker als allgemeine Produkte. Einzelne Produkte wiesen sogar Zuckergehalte von bis zu 11 g/100 ml auf (Tabelle 16). Von insgesamt 264 ausgewerteten Produkten im Jahr 2024 enthielten 35 weder zugesetzten Zucker noch alternative süssende Zutaten.

Tabelle 14: Gehalt an Gesamtzucker (g/100 ml) in den verschiedenen Erfrischungsgetränke-Kategorien pro Erhebungsjahr und erfolgte Zuckerreduktion zwischen 2021 und 2024

Kategorie	Median Gesamtzucker (g/100 ml)		Reduktion 2021-2024	
	2021	2024	in g/100 ml	in %
Alle	7.5	6.5	1.0	13.3
Süßsgetränke, ohne Kohlensäure	5.9	4.2	1.7	28.8
Süßsgetränke, mit Kohlensäure	8.3	7.0	1.3	15.7
Eistee	5.8	5.4	0.4	6.9
Energydrinks	11	10.4	0.6	5.5

<sup>10</sup> Siehe Anhang Erklärung von Mailand: [Zuckerreduktion](#)

Abbildung 5: Verteilung des Gehalts an Gesamtzucker (g/100 ml) und Anzahl Produkte (n) in den verschiedenen Erfrischungsgetränke-Kategorien für das Erhebungsjahr 2024

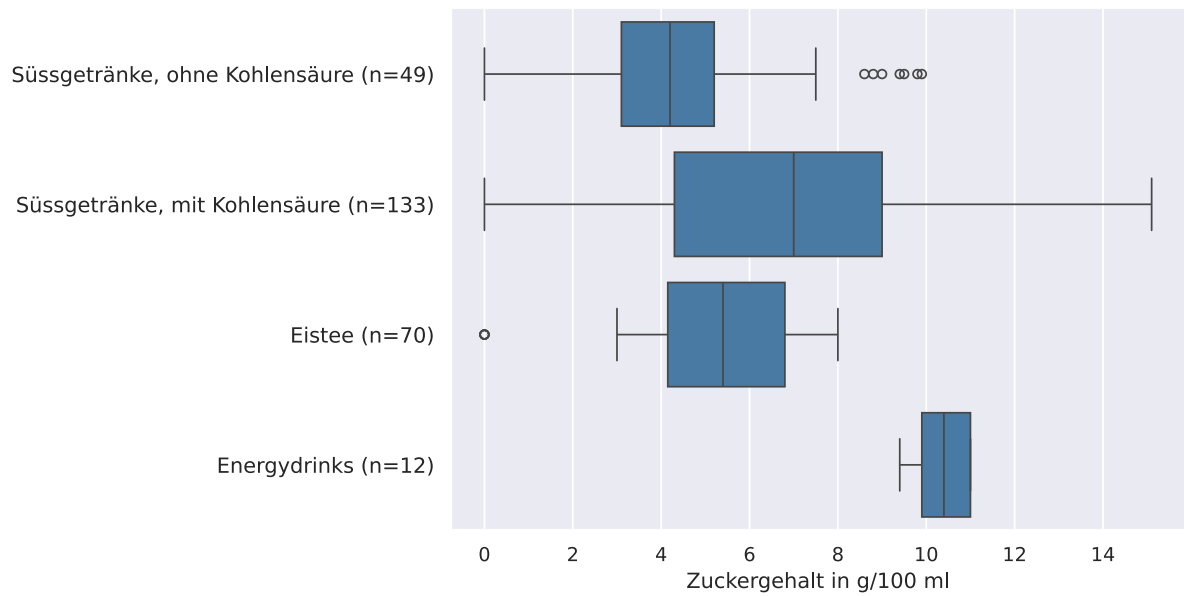


Tabelle 15: Gehalt an Gesamtzucker (g/100 ml) in den Erfrischungsgetränken der verschiedenen Unternehmen (A-Q) im Erhebungsjahr 2024<sup>11</sup>

Unternehmen (anonymisiert)	Median Gesamtzucker (g/100 ml)
Alle	6.5
A	3.1
B	4.2
C	5.8
D	7.7
E	7.8
F	7.4
G	6.7
H	5.8
I	6.8
K	6.5
L	7.4
M	9.9
N	3.0
O	4.0
P	5.0
Q	7.0

<sup>11</sup> In der ersten Bestandsaufnahme 2021 wurde keine Auswertung pro Unternehmen vorgenommen. Entsprechend kann keine Veränderung pro Unternehmen zwischen 2021 und 2024 dargestellt werden.

Tabelle 16: Gehalt an zugesetztem Zucker (g/100 ml) in Erfrischungsgetränken in Abhängigkeit von der Zielgruppe (Kinder vs. nicht an Kinder gerichtete Produkte) im Erhebungsjahr 2024<sup>12</sup>

<b>Erhebungsjahr</b>	<b>2024</b>	
	<b>Anzahl Produkte</b>	<b>Median Gesamtzucker (g/100 ml)</b>
Alle	264	6.5
Nicht an Kinder gerichtet	250	6.5
An Kinder gerichtet	14	6.9

<sup>12</sup> In der Ersterhebung 2021 wurden deutlich mehr Produkte und Unternehmen berücksichtigt. Deshalb kann diesbezüglich kein einwandfreier Vergleich zwischen 2021 und 2024 gezogen werden.