

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Band: 102 (2022)
Heft: 1097

Artikel: "Der Konsument lässt sich seine Freiheit nicht so einfach einschränken"
Autor: Stäger, Guido / Beer, Michael / Belser, Jannik
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1035510>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 19.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«Der Konsument lässt sich seine **Freiheit nicht so einfach einschränken**»

Zucker gerät zunehmend in Verruf. Ein Streitgespräch zwischen dem Geschäftsführer des einzigen Schweizer Zuckerproduzenten und einem staatlichen Ernährungsbeauftragten.

Interview von Jannik Belser und Daniel Jung

Zum Treffen in Bern haben wir aus Zürich kleine Köstlichkeiten mitgebracht. Doch weder Guido Stäger, CEO der Schweizer Zucker AG, noch Michael Beer, Leiter der Abteilung Lebensmittel und Ernährung des Bundesamts für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV), greifen bei den Luxemburgerli zu. Vielleicht lässt sich die Zurückhaltung damit erklären, dass die beiden auf ihre Linie achten – die bunten Macarons mit einem Zuckeranteil von 64 Prozent wären da natürlich sündhaft süss.

Osterhasen, Hochzeitstorten oder Pralinen sind Ausdruck von Lebensfreude. Warum gilt Zucker dennoch als Problem?

Guido Stäger: Zucker ist für mich ausschliesslich positiv konnotiert. Ein Drang nach Süsssem ist angeboren, süsse Lebensmittel im Genussbereich gehören einfach zu einem frohen Leben.

Michael Beer: Ich sehe Zucker vor allem als Energie. Unser Hirn funktioniert nicht ohne Glukose, ohne Zucker könnten wir also nicht leben. Aber: Es ist alles eine Frage der Menge.

Schweizerinnen und Schweizer konsumieren fast doppelt so viel Zucker wie von der WHO empfohlen.

Geht es uns deshalb schlecht?

Beer: Nicht allen, nein. Aber die Folgen, zu denen ein zu hoher Zuckerkonsum und eine zu hohe Kalorienzufuhr führen können, sind unübersehbar: Übergewicht und Krankheiten wie Diabetes lassen sich nicht ausschliesslich, aber zu einem grossen Teil mit dem Überkonsum von Zucker erklären.

Fühlen Sie sich damit angegriffen, Herr Stäger?

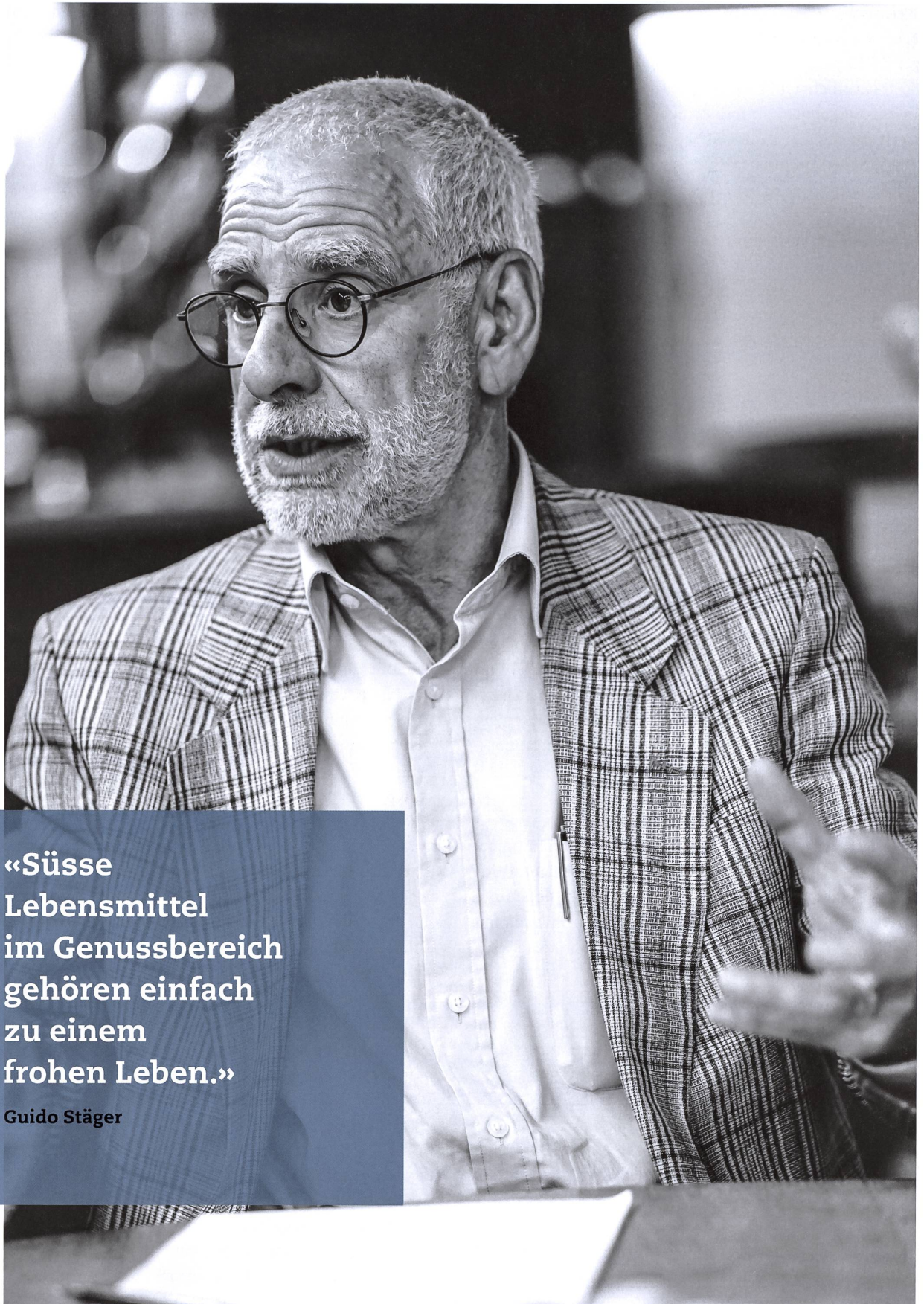
Stäger: Überhaupt nicht! Im Prinzip ist das richtig. Wir essen im Schnitt wahrscheinlich zu viel Kalorien, auch wenn man schon diskutieren kann, ob nun genau die WHO-Empfehlung das Mass aller Dinge sei. Tendenziell bewegen wir uns auch weniger, als es angebracht wäre. Es braucht ein Gleichgewicht zwischen der Aufnahme und dem Verbrauch von Kalorien.

Gemäss Ärzten bedient Zucker im Gehirn gleiche Rezeptoren wie Kokain oder Heroin. Sind Sie im Drogengeschäft tätig, Herr Stäger?

Stäger: Unser Körper stellt in der Verstoffwechslung selber Zucker her. Was daran eine Droge sein soll, verstehe ich nicht. Der Körper ist wie eine Maschine, die statt Öl oder Diesel auf Zucker als Treibstoff zählt. Dieser kann aus verschiedenen Bausteinen wie Stärke oder Saccharose geholt werden, die Energie im Körper wird jedoch aus dem Zucker hergestellt.

Der Zuckerkonsum pro Kopf ist in den vergangenen Jahrzehnten rasant angestiegen. Wer trägt die Schuld daran?

Beer: Wir alle. Man kann nicht allein auf Zuckerhersteller, Lebensmittelproduzenten oder Konsumenten verweisen, es ist ein Zusammenspiel aller Akteure. Schuldzuweisungen empfinde ich ohnehin nicht als zielführend, ich möchte vielmehr zur Problembewältigung anregen: Es muss Lebensmittel mit weniger Zucker geben. Und der Konsument muss gewillt sein, diese Lebensmittel dann auch zu kaufen. Es ist leider nicht so einfach, dass man Herrn Stäger den Vorwurf machen könnte, er sei für Übergewichtige in der Schweiz verantwortlich.



**«Süsse
Lebensmittel
im Genussbereich
gehören einfach
zu einem
frohen Leben.»**

Guido Stäger

Guido Stäger, fotografiert von Daniel Jung.

Welcher Akteur muss nun aktiv werden und den Anstoss liefern?

Beer: Die Lebensmittelindustrie muss Produkte mit weniger Zucker bereitstellen. Der Handel muss die Produkte ins Sortiment nehmen. Und der Konsument muss sie kaufen. In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass kein Konsument ein Joghurt kauft, dessen Zuckergehalt vom einen Tag auf den anderen rasant reduziert wird. Damit der Schritt gelingt, müssen alle drei Akteure verantwortlich handeln.

Stäger: Sicher muss man Ernährungsaufklärung betreiben, vom Schulkind bis zum Rentner. Diese soll aber nicht nur auf den Zucker fokussieren, sondern auch andere Aspekte berücksichtigen. Den Konsumenten soll eine breite Produktpalette bereitgestellt werden, ohne dass man einzelne Produkte verbietet.

Was muss die Lebensmittelindustrie tun?

Stäger: Es ist immer einfach gesagt, dass die Industrie den Zuckergehalt in Produkten reduzieren oder die Portionen verkleinern soll. Das ist aber schwierig in der Praxis: Als Coca-Cola kürzlich seine Flaschen von 0,5 auf 0,45 Liter reduzierte, stiess das Unternehmen auf massiven Widerstand vom Detailhandel. Nun hat Coca-Cola angekündigt, dass die Halbliterflasche zurückkomme. Konsumenten wehren sich oftmals gegen Mengenreduktionen. Und müssen Lebensmittelhersteller aus der Schweiz per Gesetz ihren Zuckergehalt reduzieren, so könnten Handel und Konsument auf Importprodukte aus dem Ausland ausweichen. Diese dann ebenfalls zu unterbinden, wäre ein gewichtiger Eingriff in unsere liberale Wirtschaftsordnung.

Welche Rolle hat der Staat in der Ernährungspolitik?

Stäger: Er soll die Rahmenbedingungen vorgeben und kann beispielsweise mit dem Erarbeiten einer Ernährungspyramide wichtige Aufklärungsarbeit leisten. Bei interventionistischen Massnahmen scheiden sich dann allerdings die Geister. Ich persönlich finde, der Staat solle sich mit zusätzlichen Steuern oder Rezeptvorgaben zurückhalten.

Erfüllen Sie diesen Auftrag, Herr Beer?

Beer: Ich denke schon. Der Bund schreibt niemandem ein Einheitsmenü vor. Im Kern tun wir drei Dinge: Information verständlich übermitteln, Rezeptverbesserungen in Zusammenarbeit mit der Industrie fördern und internationalen Austausch mit anderen Gesundheitsbehörden pflegen. Die Verfassung gibt dem Bund gewisse Aufträge. Wir stehen in der Verantwortung, dass die Bevölkerung so gesund wie möglich leben kann. Manchmal bedingt das gewisse Vorschriften.

Stichwort Information: Ist die Schweizer Bevölkerung beim Zucker denn nicht grundsätzlich gut informiert?

Beer: Es gibt nach wie vor ein grosses Defizit. Es ist nur ein kleiner Teil der Bevölkerung, der sich ausgiebig mit der Ernährung auseinandersetzt. Kaum jemand weiss, wie viel Zucker es wirklich in einem Joghurt oder den Frühstücksflocken hat.

Es steht doch auf jeder Verpackung.

Beer: Ja, das schon. Es fällt jedoch oftmals schwer, die Produktdeklarationen in Relation zu setzen. Zudem gibt es auch versteckten Zucker, den man ohne ein gewisses Fachwissen gar nicht findet. Die meisten Konsumenten wissen nicht, dass in einer Fertigsauce Zucker enthalten ist.

Herr Stäger, wird Ihr Produkt den Leuten gegen ihren Willen untergejubelt?

Stäger: Nein, überhaupt nicht. Mehr Information ist akzeptabel, doch vielleicht wollen viele Konsumenten es auch gar nicht so genau wissen. So etwas wie «versteckten» Zucker gibt es für mich nicht: Wer sich dafür interessiert, findet heute schon alles und hat somit volle Transparenz. Die Frage ist doch eher, wie man Konsumenten dafür interessieren kann.

Hat die Gesundheitsförderung also ein Marketingproblem?

Beer: Gesamtgesellschaftlich verursacht Übergewicht über acht Milliarden Franken Gesundheitskosten pro Jahr. Aber es geht nicht nur ums Geld: Wenn 14jährige Kinder an Diabetes Typ 2 erkranken, prägt sie das ein ganzes Leben lang. Das ist nicht ein Marketingproblem für mich, sondern ein Problem für unsere Gesellschaft.

Wie kann es sein, dass solch dramatische Zahlen bei Volk und Politik nicht ankommen?

Beer: Andere Interessen, allen voran wirtschaftliche, werden im Moment einfach noch gesundheitlichen vorgezogen. Gesundheitsprävention kommt in der Schweizer Politik nicht überall gut an, obwohl man dadurch Probleme verhindern und Kosten sparen könnte. Nichtübertragbare Krankheiten können wir in der Schweiz dank einem guten Gesundheitswesen abfedern. Wir zahlen einfach dafür. Das Problem liesse sich anpacken: Es ist viel einfacher, auf dem Weg zum Bahnhof einen Schokoriegel zu kaufen als einen frischen Apfel. Eine gesunde Ernährung braucht Wissen und Zeit, wohingegen ungesunde Produkte sehr bequem zugänglich sind.

Herr Stäger, profitieren Sie von der bequemen Zugänglichkeit?

Stäger: Früchte kann man zu sämtlichen Jahreszeiten kaufen. Jeder, der den Apfel will, findet ihn auch. Ich weiss nicht, ob die Leute wirklich gesünder essen würden, wenn man das Angebot an Äpfeln verdoppeln würde. Ein gesunder Lebensstil ist zentral, um eine kalorienhaltige Nah-

rungsaufnahme abzufedern. Die Erfindung von Handy und Computer haben sicher auch nicht dazu beigetragen, dass die Menschen ein gesundes Leben führen. Der Gesundheit wäre durch ein Netflix-Verbot wohl mehr gedient als durch ein Zuckerverbot.

In welcher Form konsumieren wir eigentlich den Schweizer Zucker?

Stäger: Grundsätzlich stammen in der Schweiz rund 70 Prozent des konsumierten Zuckers aus dem Inland. Zu berücksichtigen gilt aber, dass der Zuckeranteil von Lebensmitteln, die bereits verarbeitet importiert werden, hierbei nicht miteinberechnet ist. Vom Schweizer Zucker werden überraschenderweise nur noch rund 15 Prozent als Kristall-, Beutel- oder Würfelzucker verkauft. 85 Prozent gehen in die Industrie, also in verarbeitete Produkte. Schokoladen- und Backwaren sind da sicher wichtig, aber auch Süssgetränke. In Fertigsauces hat es auch ein wenig Zucker, für mich ist das aber beinahe vernachlässigbar.

2020 subventionierte der Staat Zuckerrüben in der Schweiz im Umfang von knapp 37 Millionen Franken. Der gleiche Staat finanziert Informationskampagnen, die vor einem zu hohen Zuckerkonsum warnen. Ist das nicht schizophren?

Beer: Zucker wird so oder so nachgefragt. Die Frage ist nun, ob er aus dem Ausland stammen soll oder nicht. Wenn der politische Entscheid ist, dass man einen gewissen Selbstversorgungsgrad haben will, dann muss man auch etwas dafür tun. Dass wir zu viel Zucker essen, hat nichts damit zu tun, dass der Zucker in der Schweiz hergestellt wird.

Für einen normalen Bürger ist es doch unglaublich, wenn die gleiche Institution ein Produkt sowohl fördert als auch davon abrät.

Beer: Wie gesagt, es sind zwei unterschiedliche Dinge. Ich fände es aber problematisch, wenn der Staat direkt Werbung für den Konsum von gefördertem Schweizer Zucker machen würde.

Wie er es beispielsweise beim Fleisch aber genau tut.

Beer: Das ist ein Entscheid aus dem Parlament, aus ernährungspolitischer Sicht ist eine solche Fleischwerbung allerdings tatsächlich nicht sinnvoll. Der Gesundheit und Umwelt zuliebe müssten wir weniger Fleisch essen.

Wie finden Sie die staatliche Doppelrolle, Herr Stäger?

Stäger: Herr Beer hat das gut gesagt, das sind zwei unterschiedliche Dinge. Auch wir sagen übrigens niemandem, er solle unbedingt mehr Zucker essen. Ich bin für Wahlfreiheit und möglichst wenige Interventionen. Unsere ganze Landwirtschaft wird durch Direktzahlungen und Grenzabgaben unterstützt, der Zucker hat da einen ver-

gleichsweise tiefen Grenzschutz, aktuell gibt es Zölle von knapp 7 Rappen pro importiertem Kilogramm. Würde man gezielt die Unterstützung bei den Rüben kürzen, dann würde der Bauer einfach etwas anderes produzieren, das besser unterstützt wird.

Die Erklärung von Mailand, also die freiwillige Übereinkunft mehrerer Lebensmittelhersteller zur Zuckerreduktion, gilt als wirtschaftsfreundliche Problembewältigung.

Was meinen Sie dazu, Herr Beer?

Beer: Wir geben der Industrie damit die Chance, dass sie ihre Verantwortung wahrnimmt. Bei Cerealien und Joghurt hat das funktioniert, schrittweise konnte der Zuckergehalt in diesen Produktgruppen gesenkt werden. Nun muss der nächste Schritt folgen: Freiwillige Rezepturverbesserungen in weiteren Produktgruppen sind dringend nötig.

Wer drückt da aufs Bremspedal?

Beer: Die Industrie selber. Eine Rezepturanpassung ist aufwendig. Zudem gibt es die Problematik, dass einige Hersteller, allen voran jene von importierten Produkten, bei der Zuckerreduktion nicht mit an Bord sind.

Der Bund ist nicht zufrieden mit der Industrie, Herr Stäger.

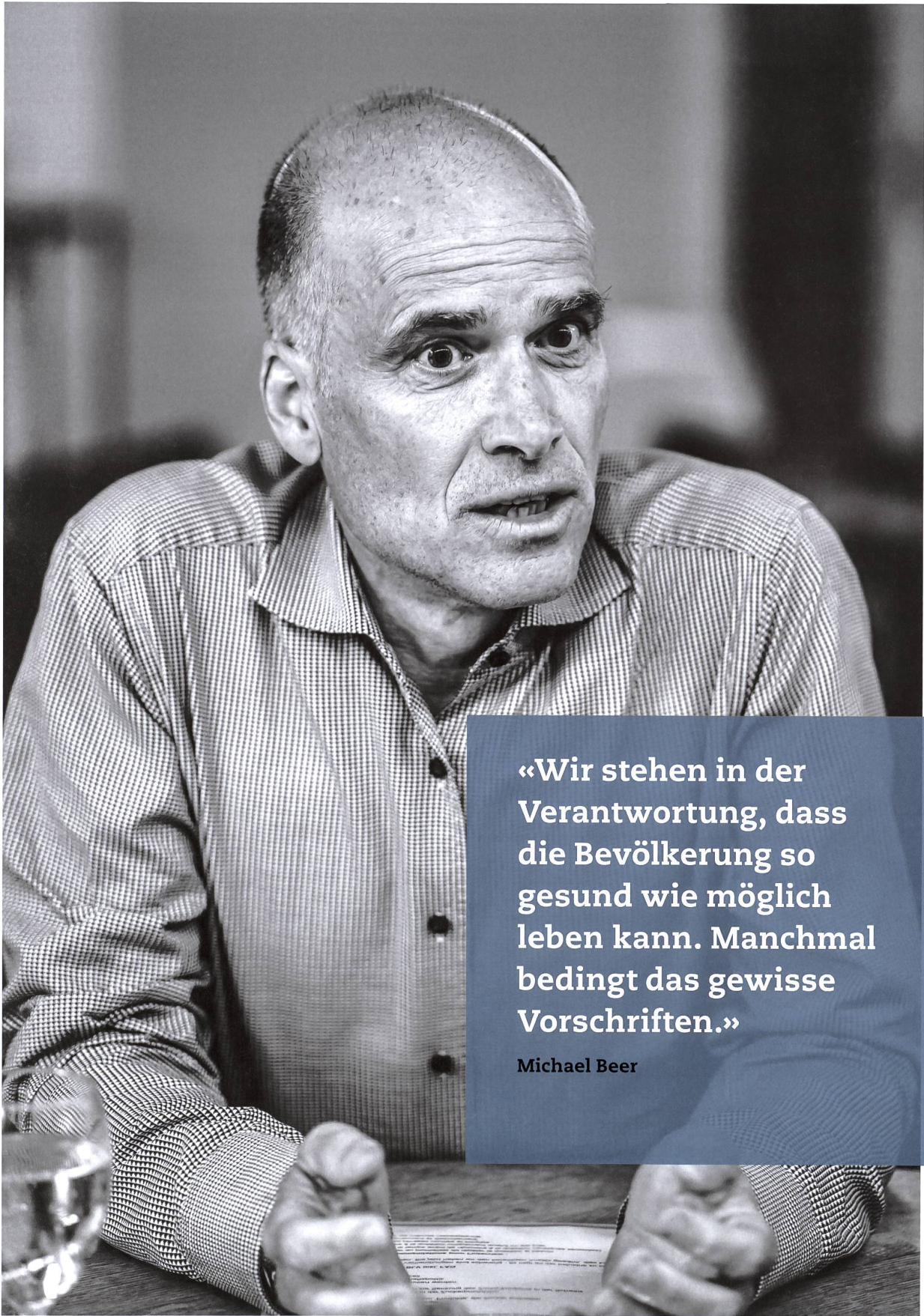
Stäger: In einem liberalen System ist es schwierig, gescheite Eingriffe zu tätigen. Wenn man inländische Produzenten zu irgendetwas zwingen will, muss man das entsprechend auch an der Grenze regeln. Es kann nicht sein, dass Importwaren nicht den gleichen Regeln unterworfen sind wie inländische Produkte. Will man das jedoch regeln, so müsste man gewissermassen gesamte Handelsbeziehungen umpolen oder die Einfuhr von ausgewählten Produkten verbieten. Das ist praktisch unmöglich. Und nimmt man Herrn und Frau Schweizer zu fest ans Gängelband, würden noch mehr von uns über der Grenze einkaufen gehen. Der Konsument lässt sich seine Freiheit nicht so einfach einschränken.

Verstehen Sie diese Argumente, Herr Beer?

Beer: Ja, ich verstehe das. Die Sache mit dem Import ist tatsächlich kompliziert. Man muss allerdings klarstellen, dass der Konsument nur kaufen kann, was auch tatsächlich angeboten wird. Wenn Pepsi und Coca-Cola ihre Rezeptur nicht ändern, kann ich als Konsument kein Cola-Erfrischungsgetränk kaufen, das mit weniger Zucker genau gleich schmeckt.

Es gibt doch aber schon Zero- und Light-Varianten.

Beer: Ja, aber es gibt auch Leute, die keinen künstlichen Zuckerersatz konsumieren möchten. Es wäre nicht so schwer, mit weniger Zucker ein Süssgetränk herzustellen, das genau gleich gut schmeckt. Die Industrie kann das, sie muss es aber auch tun. Bei Joghurt und Cerealien haben sich die



«Wir stehen in der Verantwortung, dass die Bevölkerung so gesund wie möglich leben kann. Manchmal bedingt das gewisse Vorschriften.»

Michael Beer

Michael Beer, fotografiert von Daniel Jung.

Produzenten anfangs auch gewehrt, indem sie sagten, dass ein Produkt mit geringerem Zuckeranteil nicht machbar sei. Nun hat das Vanillejoghurt weniger Zucker, und keiner beschwert sich, dass es nicht mehr schmecke. Niemand verliert etwas durch eine leichte und schrittweise Zuckerreduktion in Produkten – ausser vielleicht Herr Stäger. Andere Länder haben das Problem mit einer Zuckersteuer angepackt.

Der Bundesrat will diese aber nicht.

Beer: Das ist so. Der Bundesrat will beim freiwilligen Ansatz bleiben. Wenn der aber nirgends hinführt, muss man sich schon fragen, ob nicht andere Massnahmen nötig sind. Es ist keine Frage, dass eine Zuckersteuer wirkt: Wo sie umgesetzt wurde, haben zahlreiche Produzenten den Zuckergehalt in ihren Lebensmitteln reduziert.

Sie schütteln den Kopf, Herr Stäger.

Stäger: Ich frage mich einfach, wie man eine Zuckersteuer umsetzen möchte, damit man alle Produkte tatsächlich erwischt. Wo setzt man die Grenze, ab welcher eine solche Steuer zu erbringen wäre? Und wieso legt man sie genau dort fest? Administrativ gäbe das einen unheimlichen Aufwand. Alle bevormundenden Massnahmen beinhalten in ihrer Anwendung sehr viele Probleme.

Beer: Einverstanden, das ist ein superkomplexes System. Eine Zuckersteuer ist schnell mal gefordert, diese sinnvoll umzusetzen ist aber eine andere Sache. Im Kern aber ist es klar: Wenn man ein Produkt verteuert, zeigt das durchaus Wirkung. Aufgrund der Umsetzungsschwierigkeiten ist es schon verständlich, dass die Schweiz bis anhin auf den freiwilligen Ansatz setzt. Funktionieren tut dies allerdings nur, wenn die Industrie auch mitmacht.

Das ist also Ihr Knüppel.

Beer: Wir wollen keine leeren Werbeversprechen, wir wollen konkrete Schritte. Und hier reden wir nicht von einer einprozentigen Reduktion, sondern von zehn, zwanzig.

Stäger: An sich ist die Reduktion in einem Süssgetränk kein Problem, vielleicht muss sich der Konsument allenfalls an eine leichte Geschmacksveränderung gewöhnen. Aber: In festen Lebensmitteln wie Kuchen führt eine Zuckerreduktion zu weniger Gewicht, es sei denn, man kompensiere das durch mehr von allen anderen Inhalten. In vielen Studien ist nachgewiesen, dass zuckerreduzierte Lebensmittel fürs gleiche Gewicht ähnlich viele Kalorien haben, im Extremfall sogar mehr, weil man den Zuckerverlust nicht einfach mit Wasser ausgleichen kann.

Wie stehen Sie zu Werbeverboten?

Stäger: Absoluter Blödsinn. Da würden wir uns auch schnell in den Details verfangen. Welche Produkte würden

unter so ein Werbeverbot fallen? Alles, was auch nur einen kleinen Anteil Zucker beinhaltet? Dann könnte man gleich sämtliche Werbung für Lebensmittel vergessen. Völlig unrealistisch!

Beer: Ich sehe das ganz anders als Herr Stäger. An Kinder gerichtete Werbung für zu süsse, zu salzige oder zu kalorienreiche Produkte muss man einschränken. Kinder werden von Werbung beeinflusst, das finde ich sehr problematisch. Vor der letzten Revision des Lebensmittelgesetzes gab es diesbezüglich einen Vorschlag. Er wurde vom Parlament verworfen, weil die Industrie ankündigte, etwas zu machen. Zehn Jahr später muss man konstatieren: Rein gar nichts ist passiert.

Herr Stäger, haben Sie Angst, dass Ihnen die Politik bald das Geschäft so richtig versalzt?

Stäger: In der Schweiz haben wir ein relativ freiheitliches, liberales System. Damit sind wir sehr gut gefahren. Ich habe überhaupt keine Angst, dass grosse staatliche Einschränkungen plötzlich durchsetzbar wären. Eine Zuckersteuer beispielsweise war schon zahlreiche Male auf dem Tisch, und immer wieder wurde sie abgelehnt. Ich bin recht zuversichtlich, dass wir ein relativ liberales Niveau halten werden. ◀

Guido Stäger

ist CEO der Schweizer Zucker AG, die in Fabriken in Aarberg und Frauenfeld Zuckerrüben aus dem Inland verarbeitet. Die Firma bezeichnet sich stolz als das «süsseste Unternehmen der Schweiz».

Michael Beer

ist Vizedirektor beim Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV) und leitet die Abteilung Lebensmittel und Ernährung. Er verantwortet die Ernährungsstrategie des Bundes.

Jannik Belser

ist Redaktor dieser Zeitschrift.

Daniel Jung

ist Redaktor dieser Zeitschrift.