



# DER KRIEG UM DEN ZUCKER



*Mehr Zucker, besserer Geschmack, höhere Erträge: So haben Nahrungs- und Getränkehersteller seit jeher ihr Geld verdient. Doch die alte Geschäftslogik bricht weg.*

Der Zuckerzusatz in Lebensmitteln schadet der Gesundheit. Schuld am weltweit steigenden Übergewicht sind nicht mehr nur Kalorien und Fette. Forscher haben gezeigt: Zuckerkonsum erhöht das Risiko für Übergewicht, Herzleiden, Typ-2-Diabetes und andere chronische Krankheiten. Besonders Süssgetränke gelten als gesundheitsgefährdend. Die steigenden Gesundheitskosten gehen mitunter auf den Zuckerkonsum zurück.

## NACH DER TABAKSTEUER KOMMT DIE ZUCKERSTEUER

Die Schattenseite des Zuckers rückt ins Bewusstsein. Dies kann mittelfristig einen Rückgang des Zuckerkonsums bewirken. Beschleunigt wird dies durch regulatorische Massnahmen. In den USA etwa wurden trotz Widerstand der Nahrungsmittellobby die Angaben zu den Nährwerten verbessert. Neu muss der Produzent den Zuckerzusatz auf der Verpackung angeben.

Andere Länder gehen weiter. In Mexiko hat die Regierung 2013 eine Steuer auf Süssgetränke eingeführt, worauf die Verkäufe um 6 Prozent zurückgingen. Ungarn und Frankreich erheben nun ähnliche Abgaben. Und die britische Regierung will mit einer Steuer in 25 Jahren 77'300 Leben retten und 14.4 Milliarden Pfund Gesundheitskosten sparen. Entwicklungsländer wie die Philippinen oder Südafrika streben ebenfalls eine Zuckersteuer auf Süssgetränke an.

## WIE REAGIEREN DIE UNTERNEHMEN IN DER BRANCHE?

Oft ist Zucker massgebend für den Geschmack eines Produkts. Für die Nahrungsmittelproduzenten ist es schwierig, den Zuckergehalt zu reduzieren, ohne dabei an Geschmack einzubüssen. Und Geschmack bedeutet in dieser Branche Erträge.

Dennoch beginnen die Food-Produzenten zu handeln. Nestlé zum Beispiel hat den Zuckergehalt um 4,1 Prozent verringert, Unilever hat sich zu einer Zuckerreduktion in den Teeprodukten um 25 Prozent bis 2020 verpflichtet. Verglichen mit Getränkeproduzenten sind die Nahrungsmittelhersteller besser aufgestellt. Sie

haben eine grössere Auswahl an Produkten, ihre Konsumenten nehmen neue Geschmäcker einfacher auf.

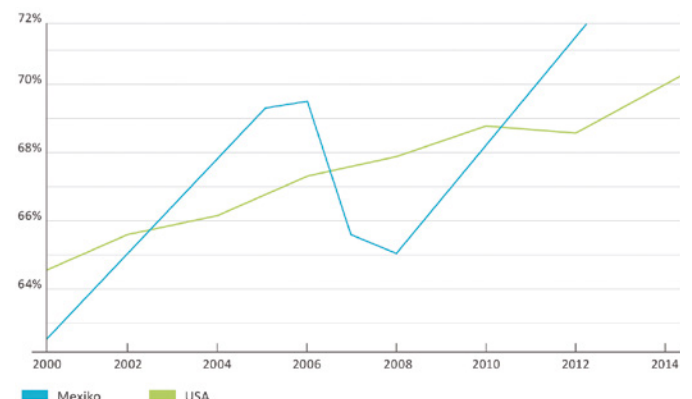
Coca-Cola beispielsweise erwirtschaftet 98 Prozent seiner Erträge aus Süssgetränken. Demgegenüber hat Konkurrent PepsiCo in Nahrungsmittel diversifiziert. Damit will das Unternehmen von der steigenden Nachfrage nach Produkten mit höherem Nährwert profitieren. Unternehmen, die diese Entwicklung ernst nehmen, investieren in Forschung und Entwicklung von gesunden Alternativen, verpflichten sich zur Zuckerreduktion und senken den Umsatzanteil an zuckerintensiven Produkten.

Nicht nur der Food-Sektor ist gefordert. Weltweit ächzt das Gesundheitswesen unter der Last der Diabetes-Epidemie. Auch für die Pharmaindustrie geht es um mehr als kurzfristige Preismaximierung: Der grösste Insulinhersteller Novo Nordisk etwa investiert viel in Aufklärung und Prophylaxe. Auch dort, wo Patienten arm sind, sollen Insulinpens erschwinglich sein.

**DIE BEISPIELE ZEIGEN:** In verschiedenen Märkten wird die Gesundheit zum Wettbewerbsfaktor. Anleger sollten prüfen, welche Unternehmen darauf vorbereitet sind.

## ENTWICKLUNG DER FETTLAIBIGKEIT IN DER BEVÖLKERUNG

Gemessen in Prozent der Bevölkerung im Alter von 15 Jahren



Quelle: Non-medical determinants of health