

NZZ

# T O O L B O X

DEZEMBER 2015

—  
TAKEAWAY

**Egal, ob man Veganer oder Fleischtiger ist, das Essen kommt manchmal von weit her. Wir sind den verschlungenen Wegen des globalisierten Nahrungsmittelmarkts nachgegangen.**

*Editorial* **3**

*Kolumne*  
*Kleiderschrank: Zeig mir, was du trägst...* **4**

*Globalisiertes Essen*

## QUARKS REISE

Wie isländischer Quark in die Schweiz kommt und warum das vielleicht sinnvoll ist. **5**

*Infografik*

## Der globale Falafel

Zutaten aus allen Herren Ländern. **10**

*Im Tresorraum mit...*

## Tobias Schlittler und Andrin Walter

Banker bekochen. **12**

*Whatsapp-Interview*

## Die Frau, die sich ums Essen kümmert

Chatten mit Detailhandelsfachfrau  
Cristina Costa. **13**

*Label-Dschungel*

## Wem nützt ein Label?

Eigentlich lohnen sich Labels im Nahrungsmittelbereich für alle. Eigentlich. **14**

*Kleiderschrank:*  
... und ich sage dir, wer du bist. **15**

*Wirtschaft aufgeschraubt* **16**

DANIEL AEGERTER

*Vizepräsident Zürcher Bankenverband*

# Von Genuss und Vielfalt

Essen ist weit mehr als Nahrungsaufnahme. Mit Essen verbinden wir Geselligkeit und Genuss. Für immer mehr Menschen wird Essen aber auch zur Gewissensfrage. Was sollen wir überhaupt noch essen? NZZ Toolbox geht der Frage am Beispiel eines isländischen Quarks nach und zeigt dabei, dass Essen nicht zuletzt auch ein bedeutender Wirtschaftszweig ist: Jede achte beschäftigte Person in der Schweiz hat beruflich mit Nahrungsmitteln zu tun.

Zu ihnen gehören auch Tobias Schlittler und Andrin Walter, die sich mit NZZ Toolbox «im Tresorraum» getroffen haben. Beide absolvieren ihre Kochlehre beim Caterer einer Schweizer Bank und sind damit auch typische Vertreter des Finanzplatzes. «Ich arbeite bei einer Bank» kann bedeuten, dass jemand als Hauswart, Sicherheitschefin, Wertpapieranalyst, Kundenberaterin, IT-Experte, Juristin, Broker, Raumpfleger, Fondsmanagerin, Kommunikationsexpertin, Fachmann Betriebsunterhalt, Geschäftsleiterin oder eben als Koch tätig ist.

Diese vielen Menschen in ihrer Unterschiedlichkeit und Vielfalt sind es, welche die Unternehmen hinter den berühmten Marken wirklich prägen. Das gilt für die Finanzwelt genauso wie für die Lebensmittelbranche. Einige der weltweit bekanntesten Marken beider Branchen stammen ja aus der Schweiz. NZZ Toolbox hat sich zwar nicht die Giganten der Nahrungsmittelbranche angeschaut, aber die Food-Labels unter die Lupe genommen – mit interessanten Ergebnissen.

Ich freue mich, dass wir NZZ Toolbox wiederum als Partner dabei unterstützen dürfen, ein wichtiges und bewegendes Thema zu durchleuchten, Hintergrundinformationen zu vermitteln und zur Diskussion einzuladen. Damit geben wir ein wichtiges Gegengewicht zu platten Ideologien und leisten einen Beitrag zu einem vernünftigen und gleichzeitig freud- und genussvollen Umgang mit Essen. Ich wünsche allen Leserinnen und Lesern unterhaltsame und bereichernde Lektüre.



SHOOTING-STAR



**BRIGHAM BAKER** ist 26 Jahre alt und kommt aus Nipomo in Kalifornien. Er lebt seit rund vier Jahren in Zürich, kocht ab und zu für sein Projekt «Nipomo Burrito» und sammelt kleine Hämmer. Für NZZ Toolbox hat er «Im Tresorraum» fotografiert sowie den Kleiderschrank.

MACH MIT!

Bist du noch keine 20 Jahre alt, schreibwütig und möchtest dich als Journalistin oder als Journalist versuchen? Schick uns einen Text von dir und einen kurzen Lebenslauf. Du möchtest dich zusammen mit deinem Kollegen, deiner Kollegin bewerben? Auch das geht. Wir freuen uns auf deinen Beitrag: [toolbox@nzz.ch](mailto:toolbox@nzz.ch).

BE SOCIAL

Erfahre über Whatsapp, was bei NZZ Toolbox läuft. **So geht's:** Speichere die Nummer **079 193 93 79** auf deinem Smartphone und schicke die Meldung «Start». Willst du keine Benachrichtigung mehr, schicke uns die Meldung «Stopp» an **079 193 93 79**. Oder folge uns auf Facebook: [facebook.com/nzztoolbox](https://facebook.com/nzztoolbox) Oder Instagram: [instagram.com/nzztoolbox](https://instagram.com/nzztoolbox)

WIR KAUFEN DIE WELT

Uns geht es bestens. Wir bekommen alle Waren der Welt. Und das zu jeder Zeit. Leider geht es der Welt nicht besonders gut. Dass das eine mit dem andern zusammenhängt, ist inzwischen keine blosse These fundamentaler Ökologen mehr. Nur, lässt sich in jedem Fall behaupten, weitgereiste Produkte seien klimaschädlicher als ein Apfel vom Baum des Bauern nebenan?

Auf den isländischen Quark Skyr dürfte in der Schweiz wohl niemand gewartet haben. Aber es gibt ihn, und er verkauft sich offenbar gut, obwohl in jedem halbwegs anständig sortierten Lebensmittelgeschäft mindestens ein Dutzend einheimischer Quarksorten angeboten werden. Ins Land der Milchschwemme einen Quark vom Rande des Polarkreises zu importieren scheint deshalb so absurd

wie Schweizer Schokolade nach Brasilien, in eines der Ursprungsländer der Kakaobohne. Doch erstens gibt es Schweizer Schokolade in Brasilien. Und zweitens ist gar nicht so eindeutig, ob, was absurd klingt, auch tatsächlich absurd ist. Die Globalisierung hat nicht nur Warenströme geschaffen, sie hat sie auch optimiert. Zudem stellt sich bei der Massenproduktion eines jeden Nahrungsmittels die Frage nach Anbau, Ernte oder Herstellung, um eine Ökobilanz zu ziehen. Wie schwierig eine solche Bilanzierung ist, zeigt just unser Artikel über Quarks Reise. Dennoch gilt: Je grösser die Auswahl in den Regalen, desto mehr kritische Auswahl ist gefordert. Unsinniges zu verbannen liegt in unseren Händen, in den Händen der Konsumenten.

Ronald Schenkel, Leiter NZZ Toolbox

AUTORINNEN UND AUTOREN DIESER AUSGABE



Fotos: Goran Basic

**1 ANNA LUNA FRAUCHIGER** ist 1998 in Bern geboren, besucht die Kantonsschule Wiedikon. Sie ging ein halbes Jahr in Kentucky zur Schule und träumt von einer Weltreise. (Seite 10) — **2 JONATHAN DAVIDSON** ist 1997 in Kilchberg geboren und geht an die Kantonsschule Wettingen. Später möchte er Skandinavistik studieren. Er schätzt ein Board unter den Füßen (Seite 14) — **3 LARS THALMANN** ist 1995 in Zürich geboren und hat gerade sein Publizistikstudium begonnen. Sobald er die ersten Prüfungen hinter sich hat, möchte er auf die Skipiste. (Seite 14) — **4 LAURA BARBERIO** ist 1996 in Zürich geboren, studiert seit diesem Herbst Germanistik im Hauptfach und Publizistik und Recht in den Nebenfächern. (Seite 15) — **5 ISABELLE KOCH** ist 1998 geboren, besucht die Kantonsschule Frauenfeld. Nach der Matura möchte sie nach England, vielleicht auch, um dort zu studieren. (Seite 10) — **6 GIORGIO SCHERRER** ist 1995 geboren. Er studiert History & Politics in Oxford und bloggt für NZZ Campus. (Seite 13) — **7 SAMUEL HAITZ** ist 1997 geboren, besucht die Kantonsschule Stadelhofen. Er engagiert sich bei der Juso und der SP und ist Präsident des Dachverbandes der Zürcher Schülerorganisationen. (Seite 5) — **8 GIAN MARIA BORDIN** ist 1996 geboren, legt

gerade ein Zwischenjahr ein und kellnert so lange in verschiedenen Betrieben in und um Zürich. (Seite 5) — **9 LAURA BIONDI** ist 1997 geboren und besucht die Kantonsschule Frauenfeld. Nach einem Sprachaufenthalt in Irland könnte sie sich ein Psychologiestudium vorstellen. (Seite 14) — **10 FRANCESCA KLEINSTÜCK** ist 1997 in St. Gallen geboren. Sie besucht das zweisprachige Freie Gymnasium Zürich und schliesst 2016 ab. Später möchte sie Kommunikations- und Medienwissenschaften studieren. (Seite 15) — **11 MORRIS WOLF** ist 1995 in Zürich geboren. Er studiert Maschinenbau an der ETH Zürich und ist kunst- sowie musikbegeistert. (Seite 12) — **12 ANNA GRAFF** ist 1998 in Hamburg geboren. Sie geht an die Kantonsschule Wiedikon, engagiert sich politisch und könnte sich ein Geschichtsstudium vorstellen. (Seite 10) — **13 DAMIAN BERGER** ist 1996 geboren und arbeitet im Zwischenjahr als Verwaltungssekretär und Teilzeitarbeiter. Er mag Buchstaben-suppe und glaubt an die aufklärerische Macht von Bindestrichen. (Seite 5) — **14 FLORA HAUSAMMANN** ist 1996 geboren und absolvierte die Kantonsschule Frauenfeld. Sie befindet sich nun im Zwischenjahr, in welchem sie arbeitet und so viel wie möglich reist. (Seite 5)



## War ich da?

«Meret hat FoMo!» rief meine Kollegin beim Mittagessen über den Platz, auf dem wir in einem Kreis sassen, und machte mich damit stutzig. Wer oder was ist, bitte schön, ein FoMo? Ich liess mich dann belehren, dass das für «Fear of missing out» stehe und Meret eben darunter leide, weil sie aus Angst, etwas verpassen zu können, immer und überall dabei sei. Aha.

Was auch nur ein weiterer dummer Hashtag sein könnte, hat mich dazu bewegen, etwas über mich selbst nachzudenken. Wahrscheinlich bin ich nämlich das Paradebeispiel für #FoMo. Ich bin immer unterwegs, zu Hause hauptsächlich zum Schlafen, sonst für nicht viel mehr. Aus Angst, etwas zu verpassen, bin ich an jeder Vernissage, an jedem Gratskonzert und sowieso immer irgendwo mit irgendwem.

Während ich diese Kolumne schreibe, sitze ich zu Hause mit einer üblen Grippe auf meinem Sofa. Zwangspause. Missing out everything. Natürlich ungewollt und vermutlich ausgelöst durch fehlende Ruhepausen (vielen Dank dafür, liebes #FoMo). Über Snapchat, Facebook und Instagram werde ich berieselt mit Videos und Bildern einer ganzen Generation von #FoMo-Kranken. War man überhaupt richtig da, wenn es nicht jeder gesehen hat?

Ich sehe mir also die Bilder und Videos von Freundinnen und Freunden an und von solchen, die es mal waren und denen man schon längstens nicht mehr folgen sollte, die man aber irgendwie einfach nicht ganz aus dem Leben löschen will.

Also gut, Yannis war an einem Fussballmatch, und sein Team hat gewonnen. Paula sitzt in einer Bar, isst kleine Salzbrezeln und trinkt Bier (das Bild ist verschwommen, es war wohl nicht ihr erstes Bier). Meret ist mit Alice im Ausgang (vermutlich hatte sie auch schon mehr als eines), und ich sitze hier alleine mit dieser lästigen Grippe auf der Couch, muss mich daran gewöhnen, dass man nicht immer überall dabei sein kann und habe, wie immer, Angst, etwas zu verpassen.



Text: LAURA BARBERIO,  
FRANCESCA KLEINSTÜCK

Fotografie: BRIGHAM BAKER



ZEIG MIR  
WAS DU TRÄGST...

## Wer sammelt Bälle, Cola-Dosen und hat eigentlich fast nur Schuhe von der praktischen Sorte?

NZZ Toolbox blickt für jede Ausgabe in einen Kleiderschrank.

Auflösung: S. 15

# QUARKS REISE



Um Quark selber herzustellen, nehme man 1 Liter Buttermilch, gebe diese in eine feuerfeste Schale und lege den Deckel drauf.

**Ob Kokosnüsse von der Elfenbeinküste, Kartoffeln aus China oder Quark aus Island, im Zeitalter der Globalisierung gilt: Die Wege der Nahrungsmittel sind unergründlich. Doch wer sucht, der findet. Und wir fanden.**



Die Form bei 100 Grad für 2 Stunden in den Ofen stellen, rausnehmen und weitere 2 Stunden abkühlen lassen.

**W**er schon mal ins Gras gebissen hat, weiss: schmeckt gar nicht so übel. Kein Wunder, schliesslich ist Gras die Grundlage von unglaublichen zwei Milliarden Kilogramm Milchprodukten, die in der Schweiz jährlich konsumiert werden. Auch der trendige Magerquark Skyr (isländisch für Quark) war einst Gras. Und doch ist dieses Gras anders, denn es wächst in Island. Und landet – ein Mal melken und 3000 Kilometer später – in den Regalen eines Schweizer Detailhändlers. Und dazwischen? Ein Reisebericht.

Am Anfang steht, wie die Medienstelle von Skyr versichert, eine jahrhundertealte

Tradition. Bereits vor tausend Jahren sollen die Wikinger Kühe derselben Rasse wie heute gezüchtet und aus ihrer Milch einen Quark hergestellt haben. Sogar die Skyr-Kulturen, eine eigens für den isländischen Quark patentierte Bakterienmischung, sollen bereits damals fester Bestandteil der Rezeptur gewesen sein. Ob Mythos oder Realität, Fakt ist, das Image des gesunden und kräftigenden Wikingersnacks hätte man nicht besser treffen können. Odins imposante Oberarme lassen grüssen.

Doch zunächst einmal unterscheidet sich die Produktion von Quark zwischen Island und der Schweiz kaum. Aus etwa 80 Kilogramm Gras, das, einmal von der Kuh

geschluckt, wieder hochgewürgt und bis zu 80 Mal wiedergekaut wird, entstehen täglich bis zu 30 Liter Milch. Soweit die Paarhufer, ob sie nun auf üppigen Weiden mit Blick auf die Schweizer Bergwelt oder auf Vulkanböden zwischen den schroffen Fjorden Islands wiederkäuen.

Nun aber zu den feinen Unterschieden: «Die grösste Stadt Südislands» nennt sich Selfoss stolz, ein Häufchen grauer Lagerhäuser am Fluss Ölfusa. Der Handelsplatz ist seit 1929 dank einer modernen Molkerei Dreh- und Angelpunkt isländischer Milchproduktion. Und Produktionsstätte allen in der Schweiz erhältlichen Skyr. Die Milch wird nach denselben Hygienekriterien teil-



Die Masse auf ein sauberes Tuch schütten, zusammenbinden und ausdrücken. 1 bis 2 Stunden abtropfen lassen.

entrahmt und pasteurisiert wie bei der führenden Schweizer Molkereigruppe Emmi.

#### Wichtigste Zutat kommt aus dem Ausland

Was allerdings die isländische Produktion auszeichnet, ist der Umstand, dass die benötigte Energie mittels Geothermik gewonnen wird. Der Quark entsteht ausschliesslich mit erneuerbarer Energie. Seine Herstellung ist vollständig CO<sub>2</sub>-neutral. Der Schweizer Milchproduktgigant Emmi hingegen, der mit dem proteinreichen Quark «YoQua» die einheimische Antwort auf Skyr liefert, bezieht sogenannten Graustrom. Das ist der günstigste Strommix, mit dem auf die Förderung erneuerbarer Energiequellen verzichtet wird.

Damit setzt Emmi ganz auf konventionelle Produktionsquellen, unter Umständen fossile oder atomare.

Rundum bekannt ist, dass Wiki und die starken Männer vor fast nichts zurückschreckten. Die Zubereitung von Skyr aber musste selbst in rauhester Gesellschaft als Mutprobe gegolten haben. Denn bei der letzten, aber weitaus wichtigsten Zutat, die dem Skyr den charakteristischen Geschmack verleiht, handelt es sich um Bakterien. Nicht um irgendwelche, sondern um Bakterien aus dem Verdauungstrakt von Säugetieren. Die Vorstellung von der (in wahrstem Sinne des Wortes) manuellen Gewinnung dieser Bakterien aus den Gedärmen eines bemitleidenswerten

#### WIR LIEBEN ITALIEN

Im Jahr 2014 konsumierte die Schweizer Bevölkerung am meisten importierte Nahrungs- und Genussmittel aus Italien (703 846 Tonnen), Deutschland (685 703 t) und Frankreich (561 879 t). Über die Hälfte – 52,7 Prozent – aller Importe stammen aus diesen drei Ländern.

Im Gegenzug lieferte die Schweiz vor allem nach Frankreich (1 309 170 t), in die USA (334 166 t) und nach Deutschland (275 906 t). Zusammengezählt macht dies 65 Prozent aller Schweizer Exporte aus.

Getreide war das beliebteste Import-Nahrungsmittel (836 087 t) im vergangenen Jahr. Am meisten exportiert wurden geniessbare Waren tierischen Ursprungs (Milch, Molkereierzeugnisse, Eier, Honig usw.), und zwar 183 239 t davon.



Den Stoffbeutel öffnen, Quark rausnehmen und genießen.

Kalbs setzt jedweder Nordländerromantik ein Ende. Doch was früher ein Magen war, ist heute eine Nährlösung, und die unerschrockene Wikingerbäuerin wurde zur Biochemikerin. Die Bakterienkulturen für den Skyr in seiner «modernen» Form werden im Labor des dänischen Biotechnikriesen Chr. Hansen gezüchtet. Der weltweit führende Hersteller von Bakterien für die Lebensmittelindustrie unterhält Fabriken in Dänemark, in Frankreich und den USA. Von da werden kleine Mengen an Skyr-Bakterien nach Island eingeflogen und dem fertigen Quark als sogenannte Starterkulturen beigemischt. Starterkulturen sind Bakterien, die sich rasch vermehren und Geschmack, Aussehen und

Haltbarkeit von Produkten aller Art in die gewünschte Richtung verändern. Aber auch Schweizer Quarktreiber stammen nicht mehr aus Schweizer Viehgedärmen. Wie die Pressestelle von Emmi verlauten lässt, stammen ihre Bakterien «aus dem europäischen Ausland». Gleichstand in diesem Punkt also zwischen Wiki und Heidi.

#### **Eine Stunde Luft anhalten**

Einmal abgepackt und zur Ostküste Islands transportiert, tut es Skyr den Wikingern gleich und macht sich auf zu neuen Ufern. Frachtschiffe des Transportgiganten Blue Water Shipping stellen die Drachenboote des 21. Jahrhunderts und steuern den

norddänischen Hafen Hirthals an. Von dort geht es zunächst per Lastwagen weiter nach Padberg nahe der deutschen Grenze.

Jetzt wird's eng. Und das ist auch gut so. Das weitaus längste Stück seiner Reise führt die fertigen Skyr-Portionen zu Tausenden abgepackt im Innern eines Lastwagens von Padberg im Süden Dänemarks über 1250 Kilometer Autobahnen nach Genf. Diese Etappe führt vor allem durch die Bundesrepublik Deutschland. Steuerabgaben müssen, wie Peter Egger, Wirtschaftsprofessor der ETH Zürich, erklärt, trotz stundenlanger Durchreise keine bezahlt werden. Nicht ausgenommen sind die Lastwagen hingegen von den Gesetzen der Physik. Totale Emissionen



# Wetten, dass der Weizen gut wächst

Menschen in ärmeren Ländern, die 50 bis 90 Prozent ihres Geldes für Nahrungsmittel ausgeben, sind sehr stark von einer Preiserhöhung bei Nahrungsmitteln betroffen. Laut neuen Studien der Weltbank und der ETH Zürich haben Nahrungsmittelspekulationen einen preistreibenden Einfluss.

## Von Absicherung zu Spekulation

Die Grundidee der Nahrungsmittelspekulation ist, Landwirte finanziell abzusichern. Die Bauern können sich am sogenannten Terminmarkt gegen zukünftige Preisschwankungen absichern, indem sie Verträge abschliessen, die Lieferdatum und Preis der Nahrungsmittel im voraus regeln. Diese Verträge heissen im Fachjargon Futures. Die Abwicklung dieser Verträge zwischen Produzent und Abnehmer übernehmen sogenannte Hedger. Diese Zwischenhändler haften für Verluste, falls der Preis des Getreides zwischen Vertragsabschluss und Verkauf sinkt. Falls der Preis steigt, kann der Hedger den Gewinn einstreichen. Für Produzent und Abnehmer herrscht so Planungssicherheit.

## Waren nicht mehr involviert

Zu Beginn der 1990er Jahre wurde die bestehende Begrenzung für die Anzahl Futures, die pro Akteur abgeschlossen werden konnte, aufgehoben. Weil Nahrungsmittel immer konsumiert werden, sind die Preise nach unten stabil. Dies macht sie für Anleger sehr attraktiv.

Grossanleger schliessen viele Futures ab, die sie gar nicht einlösen wollen, und hoffen, dass der Preis steige. Laut der Nichtregierungsorganisation Brot für alle führen nur noch drei Prozent aller Futures zu einer Warenlieferung. Die Spekulationen haben zur Folge, dass nicht mehr Angebot und Nachfrage die Preise bestimmen. Von Preisspitzen profitieren vor allem Grossbauern und die Hedger.

## Abstimmung in der Schweiz

In der EU und den USA wurden Schritte zur Regulierung der Nahrungsmittelspekulation unternommen. In der Schweiz wird am 28. Februar 2016 über die Spekulationsstopp-Initiative abgestimmt.

einer solchen Fahrt: 1156 Kilogramm CO<sub>2</sub>. Klingt auf den ersten Blick nach ganz schön viel; berechnet man jedoch die enorme Ladekapazität eines solchen LKW ein, steht man plötzlich vor ganz anderen Zahlen: Maximal fasst ein Lastwagen 120 Quadratmeter und bietet gemäss Hersteller Raum für stolze 25 000 Portionen Skyr. Auf einer jeden davon lasten nun etwa 50 Gramm CO<sub>2</sub>. Durch die weitgehend CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion ist dies aber immer noch deutlich weniger als bei vielen einheimischen Produkten. Deutlich weniger ja, aber wenig? Zum Vergleich: 50 Gramm CO<sub>2</sub> emittiert ein Mensch in etwa 1100 Atemzügen. Oder anders gesagt: umweltbewusste Konsumenten bitte nach dem Verzehr eines Bechers Skyr eine Stunde die Luft anhalten. Wem das aus naheliegenden Gründen zu viel ist, kann auch morgens einfach vier Sekunden früher aus der heissen Dusche steigen.

Aber die ganze Rechnung ist das noch nicht. Von Genf aus findet die Feinverteilung statt. Doch auch die Emmi-Produkte landen nicht auf Engelsflügeln in den Läden. Zumindest auf der Inlandstrecke herrscht wieder Gleichstand.

## Schutzzoll auf Milch, aber nicht auf Quark

766 Franken kostet in der Schweiz ein Liter ausländische Milch. Rein hypothetisch natürlich, denn niemand zahlt einen derart gigantischen Preis für etwas, das in der Schweiz im Überfluss vorhanden ist. Drei Liter isländische Milch sind nötig für eine Portion Quark, und trotzdem kostet dieser hier 2 Franken und 10 Rappen bei Coop und Globus. Der Clou: Der in der Schweiz gültige sogenannte Schutzzoll gilt nicht für verarbeitete Milch. Der isländische Magerquark Skyr wird durch

den Importzoll zwar leicht teurer als einheimische Konkurrenzprodukte, macht dieses Manko beim Konsumenten aber offenbar durch sein hippestes Wikingerimage mehr als wett. Denn laut Coop verkauft sich der Quark «sehr gut».

## Hin und wieder trägt der Schein

An der globalisierten Nahrungsmittelindustrie sind zahlreiche Player beteiligt. Das macht die Prozesse von Produktion, Verarbeitung und Transport komplex und unübersichtlich. Der Konsument ist nur mehr durch grosse Anstrengungen in der Lage, diese Komplexität zu erfassen und eine persönliche Position zu beziehen.

Wer sich aus der Komfortzone des Nichtwissens wagt und genauer nachforscht, sieht allerdings nur allzu oft seine schlimmsten Befürchtungen wahr werden. Aber hin und wieder trägt der Schein, wie auch David Dorn, Professor für Internationalen Handel an der Universität Zürich, erklärt: «Globalisierte Nahrungsmittelindustrie kann in gewissen Fällen nicht nur ökonomische, sondern sogar ökologische Vorteile mit sich bringen. Doch im allgemeinen kann nicht davon ausgegangen werden. Wer also bei der Wahl der Nahrungsmittel auf ökologische Faktoren wert legt, hält sich besser an regionale Produkte, die ohne grosse Emissionen hergestellt werden können.»

In letzter Konsequenz lässt sich wohl nicht sagen, ob isländischer Quark trotz CO<sub>2</sub>-neutraler Produktion eine vertretbare Wahl sei. Am schonendsten für das Klima ist auf jeden Fall Selfmade-Quark, denn eine Produktion näher als in der eigenen Küche geht kaum. En Guete!

## ESSEN WECWERFEN

Wer kennt das nicht: Man steht morgens in der Küche und will sich seine Frühstücksflocken mit einem Joghurt anrühren. Doch beim Öffnen des Joghurts entdeckt man ein fieses, flauschiges Etwas und weiss sofort: Schimmelpilz. Die 500 Gramm müssen weg. Doch was verschwende ich da eigentlich gerade?

Die Website «resterechner.de» erklärt, wie viel Energie verloren geht und was man damit so alles hätte anstellen können. Um beim Joghurt-Beispiel zu bleiben: das Äquivalent zu 3,5 Minuten lang duschen oder zum Auspressen von 1012,5 Zitronen (warum auch immer man dies tun sollte...). Doch das Joghurt hätte es immerhin fast zum Verzehr geschafft. Das ist keine Selbstverständlichkeit. Denn gut die Hälfte aller in der Schweiz produ-

zierten Lebensmittel kommen gar nie in den Haushaltungen an, sondern fallen dem sogenannten Food Loss zum Opfer, wie der Verein foodwaste.ch ausgerechnet hat. Als Food Loss werden sämtliche Lebensmittel bezeichnet, die in den Produktionsverfahren verloren gehen, wie von der Natur zerstörte Ernten oder Obst und Gemüse, das als nicht konsumententauglich eingestuft wurde. Aber auch Transportverluste und Überproduktionen gehören dazu.

Unter Food Waste wiederum versteht man die in Gastronomie oder Haushalten verschwendeten Lebensmittel (mittlerweile wird der Begriff auch als Überbegriff für alle verlorenen Nahrungsmittel benutzt). In dieser Kategorie beträgt die Verlustziffer wiederum 50 Prozent, wobei davon 90 Pro-

zent auf die Haushalte fallen. Der tiefe Anteil der Gastronomie ist aber nicht zuletzt den sogenannten Schweineeimern geschuldet, die viele Betriebe benutzen. Deren organischer Inhalt darf zwar nicht mehr an Schweine verfüttert werden, wird aber meist zu Bio-gas verarbeitet und damit rezykliert.

In den Haushalten allerdings landen pro Tag und Person ganze 320 Gramm einwandfreie Lebensmittel im Abfall, was beinahe einer gesamten Mahlzeit entspricht. Rechnet man diese Daten auf die gesamte Schweizer Bevölkerung und ein Jahr hoch, so ergibt dies die enorme Menge von rund zwei Millionen Tonnen Nahrungsmitteln. Zur Veranschaulichung: Mit dieser Menge könnte man 140 000 Lastwagen beladen, die aufgereiht eine Schlange von Zürich bis nach Madrid ergäben.

## KICHERERBSEN

*Selbstversorgungsgrad:  
wird nicht in der Schweiz angebaut*

Kichererbsen werden zu 100 Prozent in die Schweiz importiert, da diese ein wärmeres Klima zum Gedeihen benötigen. Sie werden meist mit dem Schiff aus Indien, Australien, Pakistan oder den USA nach Europa transportiert.

## EISBERGSALAT

*Selbstversorgungsgrad: 53%*

Von Mai bis Oktober kommt der Eisbergsalat aus inländischem Anbau auf den Markt. Aber nur rund die Hälfte der verkauften Menge stammt aus der Schweiz. Ausserhalb der Saison wird der Salat aus verschiedenen Ländern importiert, wo er unter anderem angebaut wird (Frankreich, Italien, Spanien, Niederlande, USA).

## PETERSILIE

*Selbstversorgungsgrad: 72%*

Unglaubliche 3290 Tonnen glatter und krauser Petersilie wurden 2012 bis 2014 durchschnittlich im Jahr in der Schweiz konsumiert. Wobei der Import bei der glatten Petersilie rund die Hälfte ausmacht, bei der krausen die Inlandproduktion um 200 Prozent übersteigt. Die Pflanze stammt ursprünglich aus dem Mittelmeerraum.

## KNOBLAUCH

*Selbstversorgungsgrad: <5%*

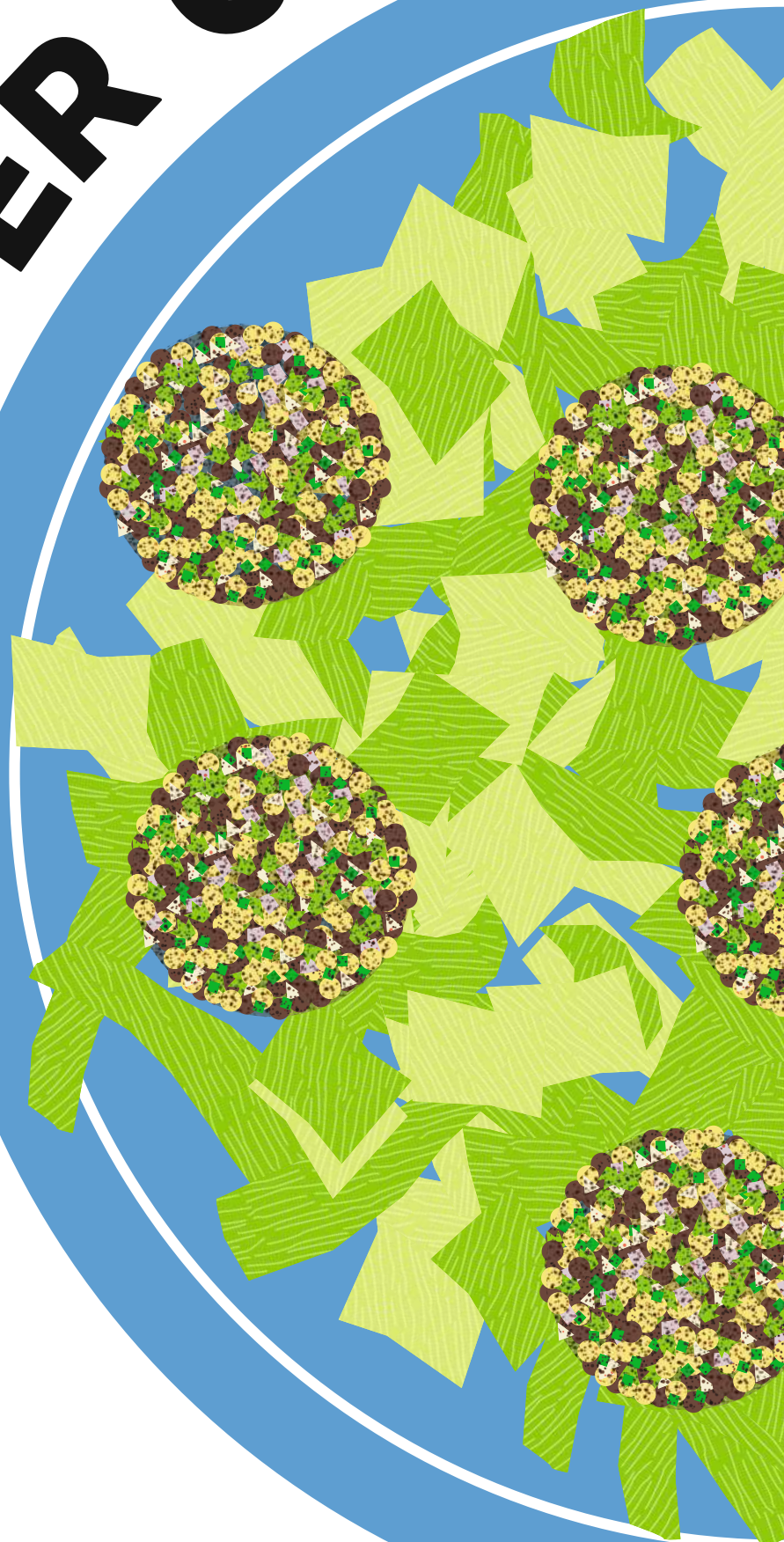
Rund 70 bis 80 Prozent des Knoblauchs weltweit stammen aus China. Der Anbau in der Schweiz ist noch unbedeutend, jedoch im Kommen, da heimischer Knoblauch sehr gefragt ist. Importiert wird dieser vor allem, weil er im Anbau arbeitsaufwendig ist. So wird beispielsweise M-Budget-Knoblauch mit dem Schiff aus China importiert, der Bio-Knoblauch der Migros stammt hingegen vorwiegend aus Italien, während der Saison aber auch aus der Schweiz.

## PAPRIKA

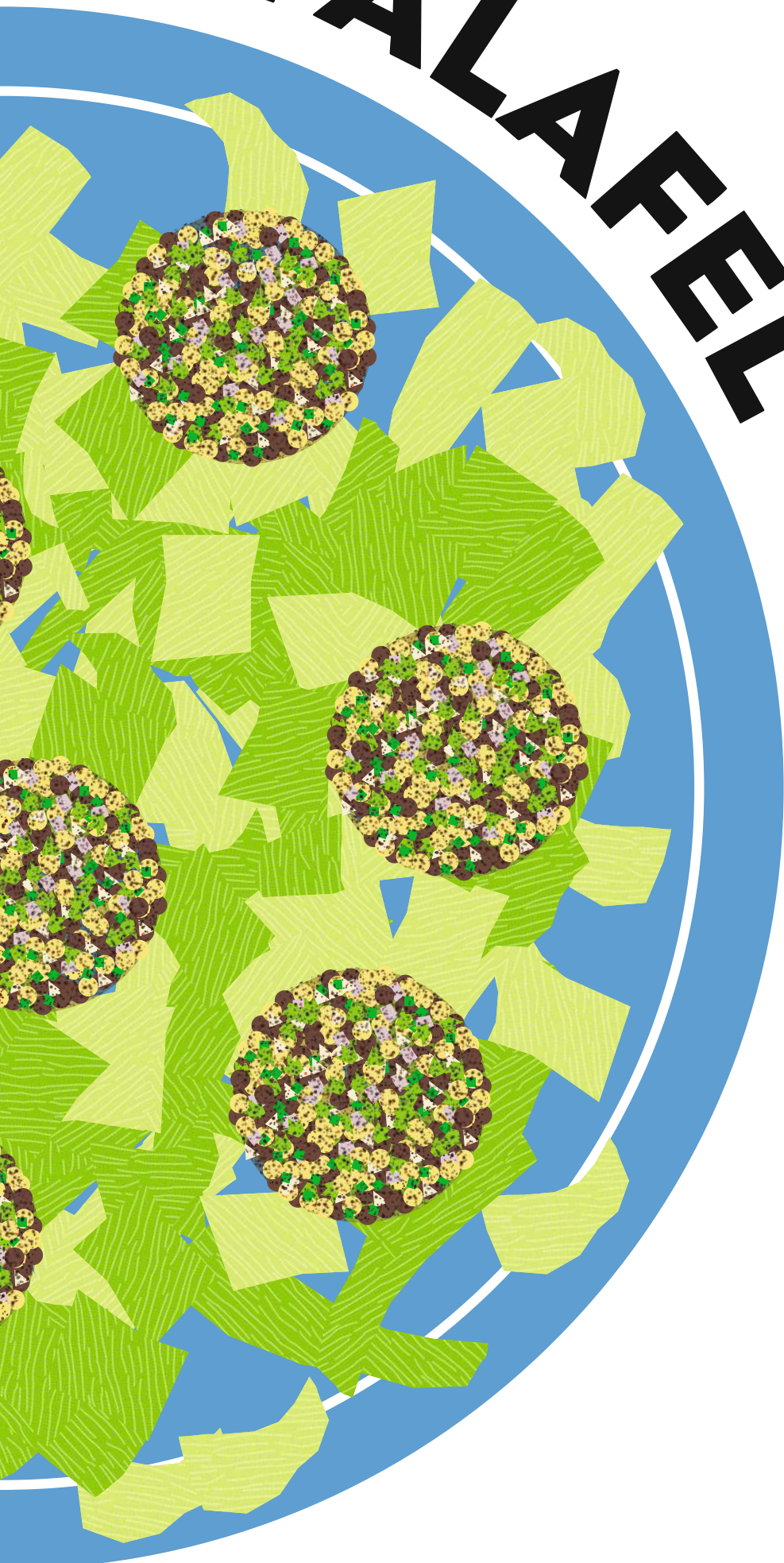
*Selbstversorgungsgrad:  
wird nicht in der Schweiz angebaut*

Da Gewürzpaprika in der Schweiz nicht grossflächig angebaut wird, ist hier vor allem importierte Ware erhältlich. Die ursprünglich in Südamerika beheimatete Pflanze wird heute auch in Europa angebaut. Grosse Exportnationen sind: Spanien, Mexiko. Auch Gewürzpaprika wird in Europa meist via die Niederlande importiert.

# DER GLOBA



# LE FALA FEL



## SALZ

*Selbstversorgungsgrad: 100% (wäre möglich)*

Der Salzhandel der Schweiz untersteht den Kantonen, die hierüber ein Monopol – das sogenannte Salzregal – haben. «Schweizer Salinen» heisst das Unternehmen, das die Kantone vertritt. Dieses darf als Inhaber des Salzregals Salz in ihrem Gebiet verkaufen, handeln und auch importieren. Der Salzbedarf in der Schweiz könnte komplett durch die Inlandproduktion abgedeckt werden, trotzdem werden 10 Prozent des Speisesalzverbrauchs importiert (Meersalz, Himalaya-Salz usw.).



## KREUZKÜMMEL

*Selbstversorgungsgrad Gewürze: <5%*

Die Niederlande gelten als wichtige Drehscheibe im Gewürzhandel: Sie bekommen das Rohmaterial aus den Produktionsländern, verarbeiten es und reexportieren es in andere Staaten (hauptsächlich in Europa). Die Hauptanbauggebiete des Kreuzkümmels sind Indien, China, Indonesien, Iran und der Mittelmeerraum.

## ZWIEBELN

*Selbstversorgungsgrad: 73%*

Bio-zertifizierte Zwiebeln gibt es während des ganzen Jahres aus der Schweiz. Allerdings werden trotzdem rund 20 Tonnen der Knolle aus Holland importiert. In der Schweiz werden 10 939 Tonnen Zwiebeln pro Jahr angebaut.

## KORIANDER

*Selbstversorgungsgrad: nicht bekannt*

Der Koriander wird vorwiegend in folgenden Ländern und Gegenden angebaut: Ägypten, Schwarzmeerregion, Marokko, USA, Indien sowie in Ländern im Mittelmeerraum. Aber auch in Deutschland gibt es eine kleine Produktion.

## FRITIERÖL

*Selbstversorgungsgrad Rapsöl: 76%*

In der Schweiz wurden 2014/2015 rund 94 000 Tonnen Raps geerntet, obwohl die Produzenten eine Zuteilungsmenge von 82 000 Tonnen vereinbart hatten. Die Hälfte der Überproduktion wurde schliesslich doch noch verarbeitet, verkleinert aber das Kontingent für die kommenden Jahre. Gleichzeitig (2014) wurden 7500 Tonnen Raps und 6051 Tonnen Rapsöl importiert.

*Quellen: Bundesamt für Landwirtschaft, Bundesamt für Statistik, Schweizer Bauernverband, NZZ, Swisscofel, Schweizerischer Getreideproduzentenverband, UN Comtrade Database, Kräuterlexikon, Migros.*



IM TRESORRAUM MIT

# Tobias Schlittler & Andrin Walter

*Als angehende Köche helfen Tobias Schlittler (links) und Andrin Walter tagtäglich mit, den Hunger der Bankerinnen und Banker zu stillen. NZZ Toolbox hat sie im Tresorraum interviewt.*

«Dass wir in einer Bank arbeiten, merken wir höchstens an den vielen Anzugsträgern, die bei uns essen», meint Andrin auf die Frage, was denn die Küche des UBS-Restaurants Opfikon mit unserem Gesprächsort verbinde. Dennoch tragen auch sie mit etwa 1800 Mahlzeiten täglich ein kleines Stück zum Funktionieren des ganzen Betriebs bei; ein leerer Magen denkt bekanntlich nicht gern.

An ihrem Lehrbetrieb (sie sind angestellt bei der ZFV-Unternehmung) schätzen sie die Abwechslung zwischen Grossküche im Personalrestaurant und Tellerservice mit nur drei Köchen im bedienten Restaurant. So lernen sie beide Seiten des Kochberufs kennen, was sonst nur schwierig möglich wäre. Dass aber auch die fürs Gastgewerbe ungewöhnlich regelmässigen Arbeitszeiten ausschlaggebend für die Wahl ihres Lehrbetriebs waren, geben sie offen zu. Beide sind sportlich engagiert, Andrin im Fussballclub, Tobias im Unihockeyverein. Das abendliche Training zwei- bis dreimal die Woche sowie die Turniere am Wochenende mussten neben der Lehre Platz finden.

Während der Arbeitszeiten gibt es jedoch viel zu tun: Morgens wird vorbereitet, vor allem das Gemüse und die Beilagen, mittags wird das Fleisch frisch zubereitet, während ein Teil der Köche den Service an der Essensausgabe übernimmt. Von zwei bis vier Uhr wird geputzt, so dass am nächsten Morgen alles wieder von vorne beginnen kann. Das Mühsamste am Beruf sei das viele Stehen, meint Andrin, sowie der Zeitdruck, damit um zwölf alles bereit ist. Auch die Zubereitung jener Lebensmittel, die sie selber nicht mögen,

bereitet den Köchen mitunter Bauchweh. Tobias kann Pilze nicht ausstehen; da wird das Probieren gerne delegiert. Aber die Lehre habe sie beide weniger wählerisch gemacht: Einerseits probiere man viel, andererseits lerne man ja, die Dinge schmackhafter zuzubereiten; hoffentlich jedenfalls.

Nach der Lehre zieht es beide ins Ausland. Andrin, der seit einem Jahr im Betrieb arbeitet, will in die USA. Genaue Pläne hat er aber noch nicht. Für Tobias sind diese Überlegungen dringlicher; er ist bereits im dritten Lehrjahr. Bevor er die Berufsmatur macht, will er entweder nach Mittelamerika oder in den mediterranen Raum, um zu kochen und eine andere Kultur kennenzulernen.

Noch müssen sie sich das Schmeifen in die Ferne aber verkneifen, zumindest bei den Zutaten: «Die Herkunft der Lebensmittel spielt eine grosse Rolle für die Gäste», betonen beide – und damit für die Berechnung der benötigten Mengen. Stamme das Fleisch aus ausländischer Herkunft, würde die Wahl seltener auf das Fleischmenu fallen, sagen die Köche.

So finden wir am Ende des Gesprächs doch noch eine kleine Gemeinsamkeit zwischen der Bankenküche und dem Ort des Gesprächs: Schon beim Bau des Tresors wurde auf «Swissness» gesetzt. Alle farbenprächtigen Steinplatten für Böden und Wände stammen ausschliesslich aus Schweizer Steinbrüchen. Am weitesten war der Marmor gereist: Er stammt aus dem Wallis.

*Dieser Artikel entstand in Zusammenarbeit mit dem Zürcher Bankenverband.*

# «All hends gfühl mir machet nur kasse oder iirume»

STATUS

schreibt...

PROFILBILD



CHAT

Interview: **GIORGIO SCHERRER**  
Foto: **CRISTINA COSTA**

Ischs au chli komisch für dich, es Interview über WhatsApp z füere?

17:10

Ja scho es biz. es isch aber ahgnehmer wie persönlich – bin voll nöd nervös :)

17:10

Super! Und demfall grad zur Sach: Wie gseht din Arbeitsalltag als Detailhandelsfachfrau i dä Migros us?

17:11

Also, die frühsti schicht isch bi mir am 6:30. denn mueni am 5:30 ufstah und den mueni je nach abteilig verschidenes mache, zb brotabteilig: brot bache, lieferig iirume, datumkontrolle, sbrot für de next tag vorbereite und bstellig mache. für das hani bis am 12i zit den hani 1 stund mittag und den mueni witer schafe. i de abteilig kolonial odr frucht und gmüess und denn schafe bis am 18:00 oder 20:00 – das isch verschiede. odr ich han am 13 firabig und muen kasse mache über de mittag.

17:15

*Das sind langi Arbeitstäg...*

Was isch de grösst Unterschied zwüschet dem, wo d Lüt glaubed, das du musch mache, und dem, wod würkli machsch?

17:46

All hend immr s gfühl mir machet entweder nur kasse oder iirume. aber dehinder isch no vieles meh wie ware kontrolliere uf hygiene luege etc.

17:48



De Lohn und d Lohnussichte, wie sind die? Vorme Jahr hemmer ja über de Mindestlohn abgstume.

18:00

Ja das isch würkli es thema im detailhandel. also ich derf mich als Lernendi nöd beklage. ich verdien recht viel im gegesatz zu anderne. Abr e lohnerhöhg im detailhandel wär absolut korrekt, wil mir hend sehr langi öffnigszite und euse job isch körperlich sehr ahsträngend.

18:08

*Isch das e z frächi Frag gsi?  
Sie hät länger überleit als susch.*

Dur das das d vil mit Esse z tue hesch: Ischs der wichtiger worde, was du issisch, oder nöd würkli?

18:14

Nei, das scho nöd. es isch eigentli es biz schlimmer worde. han scho recht oft öpis kauft zum esse, wo ich eigentli gar nid brucht het odr ungsund isch. abr nur will ich gseh han, hans müesse kaufe.

18:16

Chaufsch demfall au kei Bio-Zügs i?

18:17

Doch. will sisich zum teil wük mega fein.

18:18

EINE WHATSAPP-UNTERHALTUNG MIT:

**CRISTINA COSTA (19)**

Die Detailhandelsfachfrau im dritten Lehrjahr arbeitet in der Filiale Migros Fällanden und geht eineinhalb Tage pro Woche in die Berufsschule. Nach der Lehre will sie weiter an die Berufsmittelschule. Sie war schon immer ein Migros-Kind und spielt halbprofessionell Fussball.

Und was finsch zu dem Trend – vegetarisch, vegan, authentischi Quartierlädeli?

18:19

Finds sehr guet.

18:20

Selber issisch Fleisch?

18:20

Ja abr iss scho weniger wie früher.

18:22

Und was isch für dich de wichtigi Unterschied zwüschet em Migros/Coop/Volg und eme Dorf-/Quartierlade?

18:23

Imene migros/coop chasch halt wük grad alles kaufe was wotsch uderm gliche dach und isch günstiger halt. Und im dorf-quartierlade isch es halt supper praktisch wen halt nur öpis schnell bruchsch und nid so wit go poste muesh für öpis.

18:26

Oh, und fast hettis vergesse: Was isch eigentlich dis Lieblingsesse?

18:35

Trotzdem das ich kei italienerin bin: spaghetti!

18:37

*Sì! I spaghetti della mamma!*



## Jeder kann ein Label gründen und «nachhaltige Produktion» versprechen. Doch nur wenn eine externe Stelle die selbstauferlegten Richtlinien für eingehalten befindet, ist das Label gültig.

Labels kreieren kann eigentlich jeder. Gründer von Labels sind Organisationen, Verbände wie der Bauernverband, manchmal auch der Bund oder Privatpersonen. Es gibt dazu keine gesetzlichen Regelungen. Eine andere Sache ist die Vergabe eines Labels. Dazu bedarf es der Prüfung einer externen Kontrollstelle. «Nur wenn die Kontrollen ergeben, dass die Labelrichtlinien umgesetzt wurden, und die Zertifizierungsstelle, wenn es eine gibt, das Gleiche befindet, erteilt der Labelinhaber dem Lizenznehmer, also zum Beispiel dem Produzenten, die Erlaubnis zur Labelnutzung auf den Produkten», erklärt Sarah Herrmann von [labelinfo.ch](http://labelinfo.ch), einer Informationsstelle für Umwelt- und Soziallabels. Oder einfach gesagt: Nur wenn drin ist, was das Label verspricht, kann der, der das Label geschaffen hat, es auch an den vergeben, der es gerne möchte.

### Kontrollstelle entscheidet

Konkret: Ein Hersteller produziert sein Produkt auf besonders nachhaltige Art und möchte dies beweisen. Nun gibt es verschiedene Labels, die just solches signalisieren sollen. Findet der Hersteller ein Label, das zu seinem Produkt passt, beantragt er, sein Produkt mit dem Siegel auszeichnen zu dürfen. Damit der Hersteller das Label nutzen darf, muss er die Einhaltung der Qualitätsbestimmungen beim Produkt verifizieren lassen. Dazu wird zumeist eine externe Kontrollstelle beauftragt. Nur wenn die Kontrollstelle das Einverständnis gibt, darf das Label verwendet werden – und so haben die Kunden die Sicherheit, dass das Produkt hält, was das Label verspricht.

Ein Label, das sich auf dem Markt etabliert habe, genieße das Vertrauen vieler Konsumentinnen und Konsumenten, so Sarah Herrmann. Das wiederum nützt dem Produzenten, der seine

Produkte mit dem Label versehen kann. Deshalb lohnt sich für einen Produzenten auch die Investition in ein Label. Diese sind nicht gratis. Zu bezahlen gilt es den Labelinhaber und die Kontrollstelle. Auch Detailhändler wie Coop und Migros verdienen an Labels; diese locken Kunden an, die spezifisch nach Produkten mit einem Siegel suchen. Labels sind denn für alle Beteiligten eine gute Sache, obgleich die Kunden nicht selten draufzahlen, weil gelabelte Produkte oft teurer sind als ungelabelte. Aber sie erhalten die Gewissheit, dass bestimmte Richtlinien eingehalten wurden.

### Erst in den neunziger Jahren populär

Aber wie kam es überhaupt zu den vielen Labels? Noch vor wenigen Jahrzehnten gab es in der Schweiz kaum Labels. Der Startschuss zum Labelboom fiel 1990 mit dem ersten Klimabericht der Uno: Dieser machte den Menschen für die globale Erwärmung verantwortlich und sensibilisierte so auf Nachhaltigkeit. Um nachhaltige Produktionsweisen hervorzuheben, führten daraufhin die Detailhändler ihre ersten Labels ein.

Was sagt ein Label aus? «Labels sollen dem Konsumenten besondere Qualitäten signalisieren und sind im Fall von Bio an staatliche Vorgaben der Produktion gebunden», erklärt Urs Niggli, Direktor des Forschungsinstituts für biologischen Landbau. Aus dieser Perspektive lassen sich die Biolabels der neunziger Jahre eher als Eigenmarken einstufen, da sie damals noch an keine staatlichen Richtlinien gebunden waren. Wo Bio draufstand, war deshalb nicht unbedingt Bio drin. Konsumenten wurden getäuscht. Die Folge: Der Staat schritt ein und erstellte kurz vor der Jahrtausendwende die erste Schweizer Bioverordnung. Sie definiert bis heute die Mindestanforderungen an Bioproduktion.

Eines der bekanntesten Labels in der Schweiz ist jenes mit der Knospe, Bio Suisse. Dieses gibt es schon seit 1981, entstand also noch vor der grossen Labelwelle. Mit dem Symbol der grünen Knospe garantiert das Label den kontrollierten biologischen Anbau. Die selbstauferlegten Richtlinien der Organisation sind viel strenger als die Biorichtlinien des Bundes. Sie verbieten beispielsweise die Anwendung von chemisch-synthetischen Stoffen, Transporte mit dem Flugzeug oder schreiben artgerechte Tierhaltung vor.

### Zwei Knospen im Labelwald

In der Schweiz gibt es heute 54 000 landwirtschaftliche Betriebe, rund 6000 davon wirtschaften nach Knospen-Prinzip, sagt Lukas Inderfurth von der Medienstelle Bio Suisse, Dachverband der Schweizer Knospe-Betriebe und Eigentümerin der eingetragenen Marke Knospe. Inzwischen hat sich auch die Zertifizierung weiterentwickelt, und so kann man heute zwischen zwei verschiedenen Kennzeichnungen auswählen: Ein Produkt, das einen Importanteil von weniger als 10 Prozent aufweist, wird mit der Bio-Suisse-Knospe mit dem Schweizerkreuz ausgezeichnet. «Nur» mit der Bio-Knospe ausgezeichnet werden Produkte, die aus Rohstoffen hergestellt werden, die zu mehr als 10 Prozent aus dem Ausland stammen.

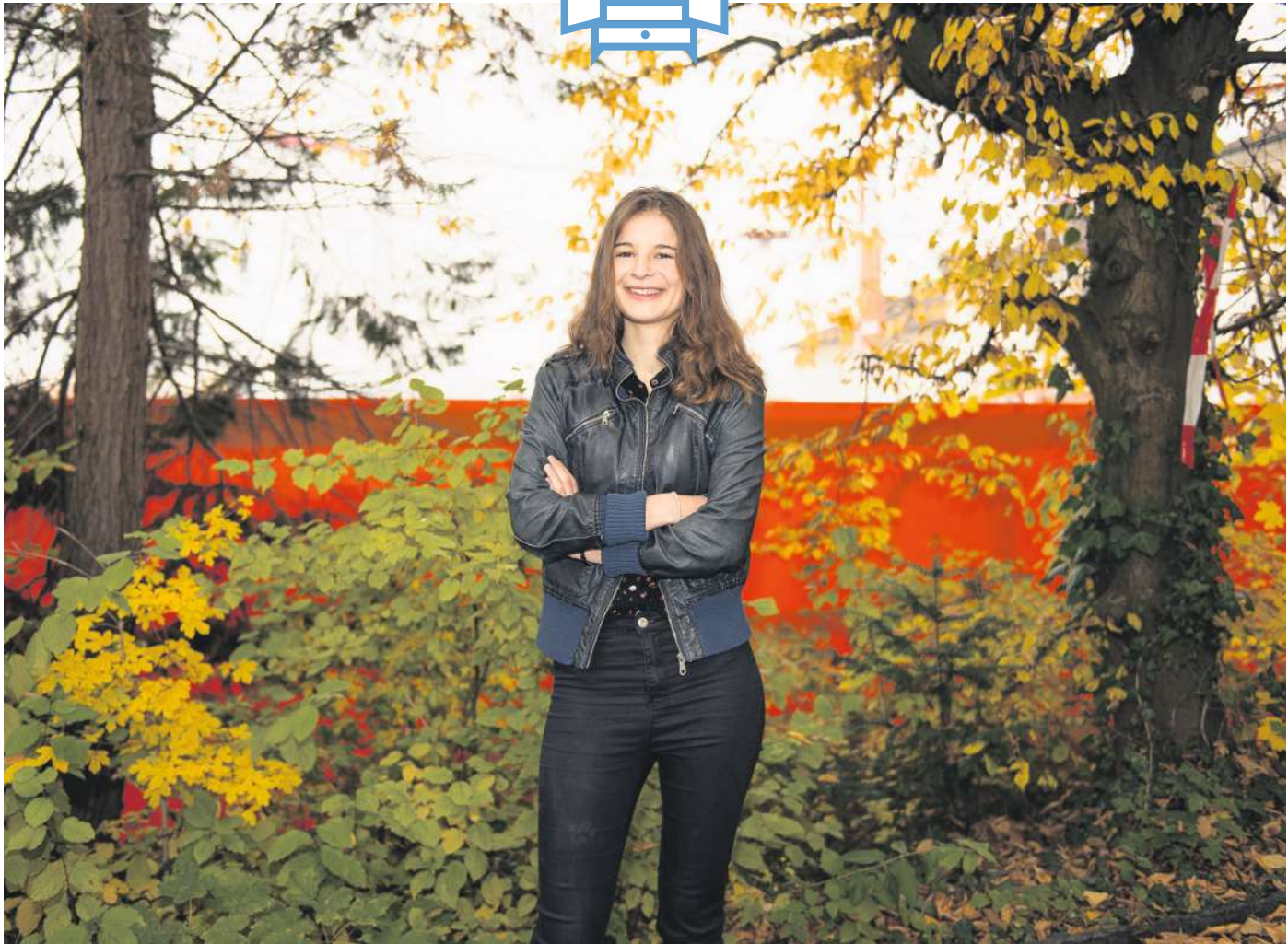
Importe sind nur erlaubt, wenn die Lebensmittel in der Schweiz nicht oder nicht ausreichend erhältlich sind – sei es aus klimatischen oder geographischen Gründen. 80 Prozent der Knospen-Produkte stammen jedoch von Schweizer Produzenten. Und für Lukas Inderfurth ist dabei klar, dass regionale Produkte unterstützt und lange Transportwege, wenn immer möglich, vermieden werden müssen. Genau wie das Label eines Detailhändlers: aus der Region, für die Region.

...UND ICH SAGE DIR,  
WER DU BIST.

Interview: LAURA BARBERIO,  
FRANCESCA KLEINSTÜCK



Fotografie: BRIGHAM BAKER



«Den einzigen Hut, den ich besitze, werde ich wohl nie anziehen.»

## Anne Grimshaw, 19

Annes Kleiderschrank: S. 4

*Sie studiert Recht im ersten Semester und spielt leidenschaftlich Basketball: Anne trainiert sogar mit einer Kollegin ihr eigenes Juniorenteam.*

**Momentan höre ich:** «Cough Syrup» von Young The Giant, OK Go und AnnenMayKantereit.  
**Momentan lese ich:** Jus-Bücher fürs Studium und Chats auf fremden Handys.  
**Mich beschäftigt gerade:** Ich bin zurzeit auf Jobsuche und muss noch das Treppenhaus reinigen.  
**Hier kaufe ich gerne ein:** Primark, aber auch H & M und New Yorker sind in Ordnung. Hauptsache preiswert.  
**Das ist mein Style:** schlicht und unifarben, gepaart mit

meinen blauen Doc Martens. **An meinem perfekten Samstag:** schlafe ich aus, genieße ein Mittagessen (bevorzugt etwas Ungesundes), schaue vier Folgen meiner aktuellen Lieblingsserie (Scorpion), werde am Abend von meinem Freund bekocht und gehe anschliessend mit ihm aus. **In dieser fiktiven Welt möchte ich gerne leben:** Das Schlaraffenland wäre nicht schlecht. Wenn gleichzeitig noch Weltfrieden herrschen würde,

wäre ich vollständig zufrieden. **Dieses Kleidungsstück würde ich nie anziehen:** den einzigen Hut, den ich besitze. Ich liebe ihn, aber traue mich nicht, ihn auch wirklich zu tragen. **Ich bedaure:** Menschen, die sich selbst etwas vormachen. **Mein peinlichstes Kleidungsstück:** ein graues Pailletten-Top, das mich fett aussehen lässt, und meine unglaublich kuschligen Fellfinken, die ich auch im Sommer trage.



NZZ  
**NZZ Toolbox erscheint am:**  
12. März 2016,  
28. Mai 2016,  
24. September 2016

NZZ Toolbox in einem  
Probeabo der  
NZZ kennenlernen:  
[nzz.ch/toolbox](http://nzz.ch/toolbox)

### IMPRESSUM

Redaktion: Ronald Schenkel (Leitung), Barbara Ehrensperger – Art-Direction und Bildredaktion: Völlm + Walthert, Zürich – Produktion: Andrea Fuchs – Korrektorat: Urs Remund – Verlag: Ana Majstoric (Product Management) – Redaktion und Verlag: NZZ AG, Falkenstrasse 11, Postfach, 8021 Zürich, [toolbox@nzz.ch](mailto:toolbox@nzz.ch).

# Schneeballsystem? Joint Venture? Verhaltensökonomie?

Eine Wirtschaftsredaktorin und zwei Wirtschaftsredaktoren der NZZ erklären.

Illustration: ZOSIA DZIERZAWSKA



**THOMAS FUSTER**

## WAS IST VERHALTENSÖKONOMIE?

Die Ökonomie ist eine Sozialwissenschaft. Ihr Gegenstand ist das Verhalten des Menschen im sozialen Gefüge. Da das Verhalten von Menschen komplex ist, greift die Ökonomie auf Modelle zurück. Im Rahmen der klassischen Ökonomie basiert dieses Modell auf dem «Homo oeconomicus».

Dem Menschen wird dabei ein rationales und am Eigennutz orientiertes Verhalten unterstellt. Diese Annahme deckt sich aber oft nicht mit der Wirklichkeit, wie Vertreter der Verhaltensökonomie, die seit Beginn der 1980er Jahre zusehends an Bedeutung gewonnen hat, betonen. In Beobachtungen und Experimenten zeigt sich, dass Leute oft irrational und entgegen ihren Interessen agieren, und zwar systematisch.

So agiert man träge und berücksichtigt neue Informationen nur zögerlich. Oder man fällt eine Entscheidung anders, nur weil die Problemlage anders präsentiert wird – ein Beispiel: Menschen wählen auf einem Formular meist die erste Option, die ihnen angeboten wird. Einige Verhaltensökonominnen fordern, dass der Staat die angeblich unvernünftigen Menschen in die «richtige» Richtung schubst («Nudging»). Kritiker sehen in dieser subtilen Beeinflussung eine unzulässige Manipulation.

**ZOÉ BACHES**

## WIE LÄUFT EIN SCHNEEBALLSYSTEM?

Wer eine Nachricht mit der Aufforderung erhält, etwas zu tun (wie ein Herz-Emoticon einfärben), und dem Befehl folgt, die Nachricht an fünf weitere Personen zu schicken, der beteiligt sich an einem sogenannten Schnellballsystem. Dieses kann nur am Laufen bleiben, solange alle Teilnehmenden alle Anweisungen befolgen, analog einem den Hang hinabrollenden und dabei stetig grösser werdenden Schneeball. Wirtschaftlich relevant wird es, sobald reale Werte wie Geldzahlungen involviert sind. Der Initiator eines Schneeballsystems braucht immer wieder neue Teilnehmende, die Geld investieren, ohne dafür eine Dienstleistung oder ein Produkt zu erhalten.

Eine Variante davon ist das «Ponzi-System». Anlegern werden hohe Renditen – meist Zinsen – versprochen für Geldanlagen, die gar nicht existieren. Wollen einzelne Anleger Geld zurück, wird dies zur Erhaltung des Kundenvertrauens bezahlt. Allerdings werden dazu die Einzahlungen von weiteren Anlegern verwendet. Denn wert erhöhende Geschäfte oder reale Investitionen gibt es ja keine. Das System bricht zusammen, wenn viele Anleger ihre Einlagen zurückfordern.



**CHRISTOPH C. SCHMUTZ**

## WIE FUNKTIONIERT EIN JOINT VENTURE?

Manchmal denken gewisse Firmen, dass sie mit einem anderen Unternehmen zusammen besser unterwegs seien als alleine. Dann kann die eine Gesellschaft die andere kaufen. Ist das aus irgendeinem Grund nicht möglich oder ergibt das schlicht keinen Sinn, ist auch eine Kooperation in Form einer gemeinsamen Tochterfirma möglich.

Ein solches gemeinsames Abenteuer, ein Joint Venture, wagen etwa der Telekomkonzern Swisscom und der Detailhändler Coop mit Siroop. Je-

der Partner bringt seine Spezialität ein und hat gleich viel zu sagen. Siroop soll dereinst einen Marktplatz im Internet anbieten.

Das Problem ist nur, dass Firmenchefs es sonst gewohnt sind, ihren Kopf durchzusetzen. Ein Joint Venture ist aber wie ein Auto mit zwei (oder mehr) Steuerrädern. Nur wenn die Partner in die gleiche Richtung steuern, ist die Tochterfirma erfolgreich unterwegs. Kommt die Einigkeit abhanden, dann endet die gemeinsame Unternehmung im Strassengraben.

