

Michael Furger
Chanchal Biswas
(Herausgeber)



Der Kult
um
unser
Essen

Wo es herkommt. Warum es schmeckt.
Wie es uns verführt.

NZZ Libro **E-Book**

Verlag Neue Zürcher Zeitung

**Michael Furger
Chanchal Biswas
(Herausgeber)**

Der Kult um unser Essen

**Wo es herkommt. Warum es schmeckt.
Wie es uns verführt.**

Verlag Neue Zürcher Zeitung

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2017 NZZ Libro, Neue Zürcher Zeitung AG, Zürich

Der Text des E-Books folgt der gedruckten 1. Auflage 2015
(ISBN 978-3-03810-090-4)

Titelgestaltung und Grafiken: Marina Bräm
Datenkonvertierung: CPI books GmbH, Leck

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werks oder von Teilen dieses Werks ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechts.

ISBN E-Book 978-3-03810-325-7

www.nzz-libro.ch

NZZ Libro ist ein Imprint der Neuen Zürcher Zeitung

Inhalt

Vorwort	7
----------------	----------

Einleitung	8
-------------------	----------

Die Macht der Industrie

1	Rüebli aus der Kanone	15
	Von Michael Furger	
	Wir essen uns zu Tode	31
	Von Gordana Mijuk	
	Die globale Tomate	45
	Von Birgit Voigt	

Der Zirkus um unsere Nahrung

2	Die grosse Verführung	59
	Von Michael Furger und Franziska Pfister	
	Essen wird zur Religion	79
	Von Nina Streeck	
	Der schöne Schein	83
	Von Franziska Pfister	

Zu Tisch

3	Die perfekte Mahlzeit	99
	Von David Streiff Corti	
	Geschmack vergisst nie	111
	Von Dominik Flammer	
	So isst die Welt	123
	Von Martin Amrein und Marina Bräm	

Die Zukunft der Ernährung

4

Rind aus dem Labor	137
---------------------------	------------

Von Andreas Hirstein

Bis zum Schwänzli	151
--------------------------	------------

Von Daniel Meier

Flinte, Salz und Thymian	157
---------------------------------	------------

Von Christina Hubbeling

Richtig essen

5

Nahrung für den Geist	167
------------------------------	------------

Von Theres Lüthi

Kleine Kostfibel	181
-------------------------	------------

Aufgezeichnet von Roberto Zimmermann

Gesund und günstig	187
---------------------------	------------

Von Thomas Brunner und Luca Casetti

Anhang

Herausgeber- und Autorenverzeichnis	197
--	------------

Sachregister	201
---------------------	------------

Firmenregister	206
-----------------------	------------

Bildnachweis	207
---------------------	------------

Vorwort

Von
Felix E. Müller
Chefredaktor
NZZ am Sonntag

Es erscheint auf den ersten Blick als paradox, wenn die Nahrung zu einem zentralen Thema einer Überflussgesellschaft gehört. Dass für Arme oder Hungernde das Essen enorm wichtig ist, liegt auf der Hand. Aber wo sich die Auslagen in den Läden unter der Last des Angebots biegen, wo in den Delikatessenabteilungen Spezialitäten aus jeder Weltgegend erhältlich sind, wo die Qualität des Angebots besser ist als vermutlich je zuvor in der Geschichte der Menschheit, da müsste doch die Ernährung eine Nebensache sein.

Doch das Gegenteil ist der Fall: Nur wenige Themen geniessen im Leben des modernen westlichen Menschen einen höheren Stellenwert als alles, was mit der Ernährung zusammenhängt. Dafür gibt es objektive Gründe. So nimmt die Zahl von Allergien und Unverträglichkeiten für gewisse Nahrungskomponenten zu, wenn auch über die Ursachen dieses Trends keine wissenschaftliche Einigkeit besteht. Dies hat die Produktion von spezialisierten Nahrungsmitteln zur Folge. Doch auch zivilisatorische Einflüsse fördern den Stellenwert des Themas. So hämmern uns Ärzte und Gesundheitsbehörden ein – und dies zu Recht! –, dass Übergewicht schädlich und der Blick auf den Body-Mass-Index Bürgerpflicht sei. Und das vorherrschende Körperideal vor allem für junge Frauen sorgt dafür, dass diese häufig keinen einzigen Brocken Nahrung unbedacht zu sich nehmen.

Doch «richtiges» Essen hat längst auch eine politische und philosophische Komponente. Wer politisch korrekt isst, muss auf die Herkunft der Lebensmittel achten, auf deren Herstellung, den Verzicht von Pestiziden, auf die Transportwege, den Wasserverbrauch, die artgerechte Tierhaltung und eine faire Entlohnung der Bauern. Deswegen beschliessen manche, sich vegetarisch zu ernähren. Der Veganer schliesslich ernährt sich aus letztlich philosophischen Überzeugungen vegan. Ihm geht es nicht nur um ein langes Leben durch gesunde Ernährung, sondern gar um ein gutes Leben, durchaus auch in einem spirituellen Sinn gemeint.

Weil das Thema Ernährung im Leben der modernen westlichen Menschen eine zentrale Rolle spielt, hat die *NZZ am Sonntag* im Jahr 2014 beschlossen, in einer zehnteiligen Serie unser Essen in all seinen Facetten zu beleuchten. Das grosse Echo, das diese Serie auslöste, veranlasste uns, die Beiträge neu aufzubereiten, mit weiteren Texten zu ergänzen und in Buchform zu veröffentlichen. Ich danke allen Beteiligten für ihre herausragende Leistung.

Einleitung

Wir Allesfresser

Von
Michael Furger

Der australische Koalabär hat einen ziemlich übersichtlichen Speiseplan. Was aussieht wie Eukalyptus, riecht wie Eukalyptus und schmeckt wie Eukalyptus, ist Futter. Alles andere interessiert ihn nicht. Darum verschwendet der Koalabär wenig Zeit und Energie damit, sich Gedanken über sein Essen zu machen.

Der moderne Mensch hat einen ziemlich komplizierten Speiseplan. Was aussieht wie Essen, ist meistens noch etwas anderes: eine politische Haltung, ein Gesundheitsprogramm, ein Requisit für die Selbstdarstellung. Der Mensch von heute verschwendet viel Zeit und Energie dafür, sich Gedanken über sein Essen zu machen.

Unser Verhältnis zur Nahrung ist anstrengend geworden. Es gibt in diesem Land eine Nahrungskrise besonderer Art: Wir wissen nicht mehr, was wir essen sollen. Jahrhundertealte Gewissheiten und Gewohnheiten haben ihre Gültigkeit verloren. Kaum ein Nahrungsmittel ist heute noch unverdächtig. Jede Frucht, jede Wurst könnte ungesund, unverträglich, unfair produziert oder ihr Konsum moralisch verwerflich sein. An die Stelle der alten Weisheiten treten verheissungsvolle Trends, dringliche Ratschläge, Appelle ans Gewissen und vielleicht auch bald staatliche Massnahmen. Der Bund will mit einer nationalen Strategie unseren Salzkonsum auf unter 5 Gramm pro Tag senken. In Bern und Basel werden Unterschriften gesammelt, um vegane Menüs in Kantinen politisch durchzusetzen. Wir sind als Gesellschaft offenbar an einem Punkt angelangt, an dem uns das Gespür für unser Essen verlassen hat.

Wie unlegbar die Nahrungskrise geworden ist, zeigt sich schon darin, dass die Hälfte der Schweizer und ein Drittel der Schweizerinnen übergewichtig sind und gleichzeitig 3,5 Prozent der Bevölkerung an Essstörungen wie Magersucht leiden. Hätten wir ein unverkrampftes Verhältnis zu unserer Nahrung, würden Design-Esswaren, die Gesundheit und eine schlanke Figur versprechen, keinen reissenden Absatz finden, Ernährungsratgeber würden in Buchhandlungen nicht ganze Regalwände füllen. Und es gäbe nicht über hunderttausend Konsumenten, die bei der Ernährungsberatungs-Plattform E-Balance Hilfe suchen würden. Eine Gesellschaft mit normalem Essverhalten würde wahrscheinlich auch nicht übers Wochenende oder in Koch-Shows die Nahrungszubereitung als grosses Ereignis inszenieren und im Alltag hastig Fertiggerichte

aus der Plasticschale in sich hineinschaufeln. Essen hat aufgehört, bloss Essen zu sein. Es ist zu einem Problem und zugleich zu einem Kult geworden. Wie konnte das passieren?

Im Grunde – und das ist tröstlich – können wir nicht viel dafür. Die Biologie ist schuld. Der Mensch ist ein Allesfresser. Um unseren komplizierten Organismus in Gang zu halten, müssen wir die unterschiedlichsten Nährstoffe aus vielen Quellen zusammensuchen. Das unterscheidet uns vom genügsamen Koalabären.

Der Mensch ringt mit einem Problem, das der amerikanische Ernährungspsychologe Paul Rozin vor 40 Jahren als das Allesfresser-Dilemma bezeichnet hat. Es beschreibt die Zerrissenheit zwischen zwei Trieben: Neophobie, die Furcht vor Neuem, und Neophilie, die vorsichtige Offenheit gegenüber Neuem. Die Neophilie treibt uns an, stets neue Nahrungsquellen zu erschliessen. Die Neophobie hingegen hindert uns daran, Dinge in uns hineinzustopfen, die uns schaden.

Das Allesfresser-Dilemma bestimmt unser Essverhalten noch heute, oder man müsste sagen: mehr als je zuvor. Die Neugier nach neuen Esswaren und die stete Furcht vor schädigender Nahrung regulieren nicht nur unseren Speiseplan. Sie sind auch der Auslöser für jeden neuen Trend und am Ende auch der Motor, der die globale Nahrungsmittelindustrie antreibt, stets neue Produkte auf den Markt zu werfen. Das macht die Sache immer komplizierter: je grösser die Auswahl, desto grösser die Krise, nicht mehr zu wissen, was richtig ist.

Das vorliegende Buch soll helfen. Wir sagen bewusst: Es soll helfen – nicht vorschreiben. Was man essen will, muss jede und jeder für sich entscheiden. Aber über sein Essen entscheiden kann nur, wer darüber Bescheid weiss. Bescheid, was wir essen, wie es hergestellt wird, wie der Körper darauf reagiert, wer über unsere Nahrung bestimmt und weshalb wir jene Esswaren lieben und kaufen und andere nicht. Es geht darum, die alte Sicherheit im Umgang mit unserem Essen zurückzugewinnen. Wieder zu wissen, was man isst.

Sachliche Informationen übers Essen zu gewinnen ist schwierig. Zu diesem Schluss sind wir gekommen, nachdem wir als Journalistinnen und Journalisten der *NZZ am Sonntag* über Monate zu diesem Thema recherchiert haben. Wir haben Industriebetriebe besucht, mit Managern, Produktionsleitern, aber auch mit Wissenschaftlern und Konsumentenschützern gesprochen, und wir haben Lebensmittel und ihre Inhaltsstoffe analysiert.

Unser Essen wird weitgehend industriell hergestellt. Doch die Produzenten tun gerne so, als verkauften sie Produkte, welche die

Grossmutter auf dem Holzherd selbst zubereitet hat – mit Zutaten aus dem eigenen Gemüsegarten. Was wirklich drin ist in unserer industriell gefertigten Nahrung, verschleiern die Hersteller mit Kunstgriffen wie beispielweise dem «clean labelling». Der Begriff beschreibt die Strategie, die Zutaten auf der Packung möglichst nicht beim Namen zu nennen, sondern mit anderen Begriffen zu verschleiern. Für Zucker gibt es Dutzende von wohlklingenden Namen, die sich auf Etiketten gut machen. Es ist nichts einzuwenden gegen ein Produkt, das Zucker enthält, selbst wenn es eine Pizza ist. Aber es muss draufstehen. Nur so kann man entscheiden, ob man es essen will.

Verhängnisvoll daran ist, dass die Nahrungsmittelindustrie damit das Vertrauen zerstört, auf das sie so dringend angewiesen ist. Denn wenn das Dilemma des Allesfressers heute sein Gutes hat, dann das, dass er sich für seine Nahrung interessiert. Er will wissen, weshalb nur ganz wenige Gemüse- und Getreidesorten angebaut werden, obwohl die Natur eine viel grössere Fülle zu bieten hat. Er will herausfinden, warum sein Müsliriegel keine echten Fruchtstücke enthält, sondern nur industriell zusammengeklebte Formfrüchte. Und er will vielleicht auch Klarheit darüber, welche Unmengen von Fleischabfällen anfallen für das eine Filet, das er sich als zurückhaltender Fleischesser hin und wieder gönnt. Wer sich für sein Essen interessiert, will auch wissen, ob all die Food-Trends und die Gesundheitsnahrung irgendetwas nützen und ob es am Ende vielleicht gar nicht so teuer ist, sich gut und gesund zu ernähren.

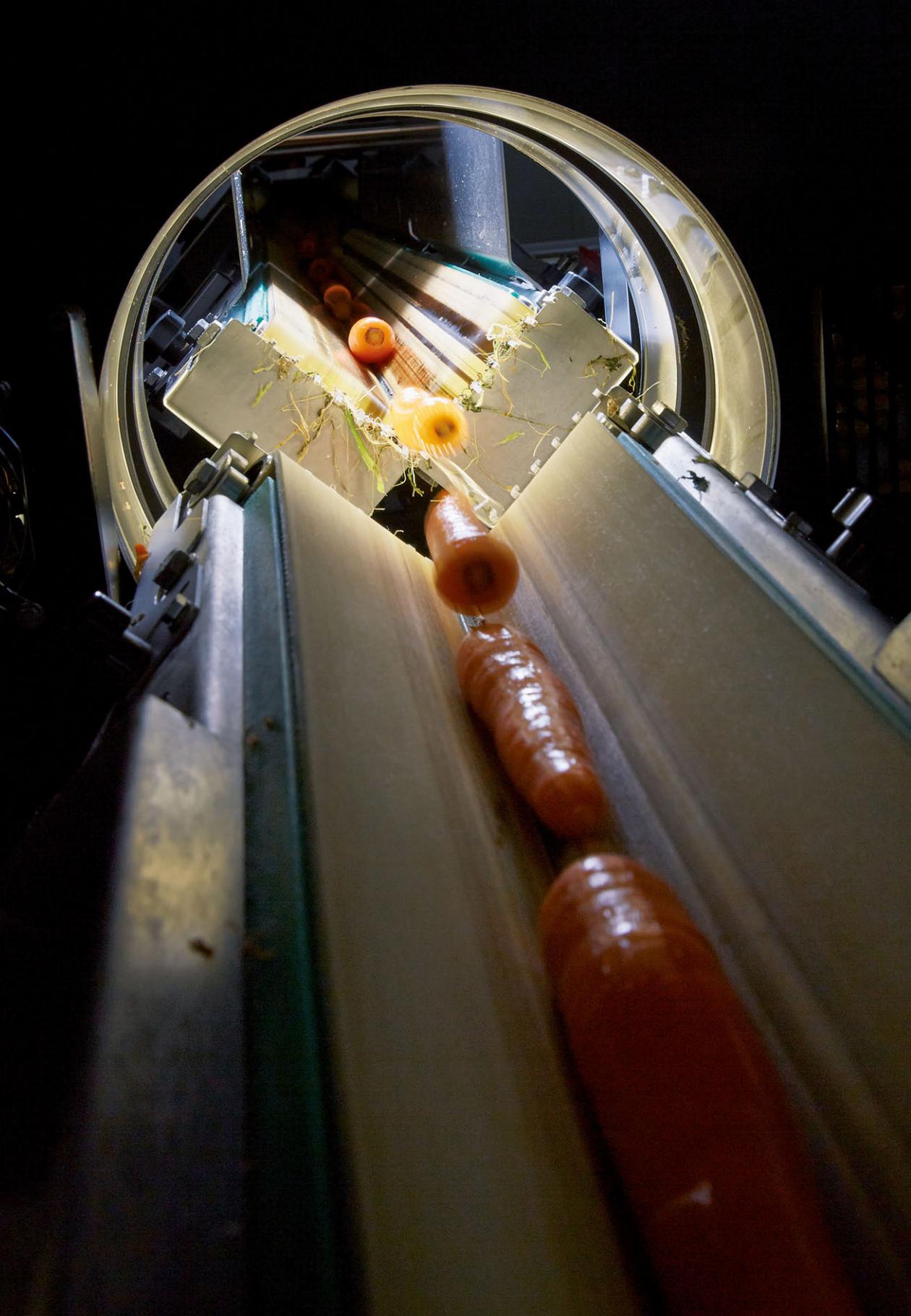
In diesem Buch wird man die Antworten darauf finden. Wir hoffen, sie sind ein erster Schritt, um die Sicherheit im Umgang mit unserem Essen wieder zurückzuerlangen.



Rüebli aus der Kanone	15
Wir essen uns zu Tode	31
Die globale Tomate	45

1

**Die Macht
der Industrie**



Rüebli aus der Kanone

Schnell, günstig und stets verfügbar. Die Lebensmittelherstellung in der Schweiz ist zu einer hocheffizienten Industrie geworden, dominiert von wenigen grossen Unternehmen. Die meisten Konsumenten sind ahnungslos. Denn um die Herstellung unseres Essens wird noch immer ein Geheimnis gemacht.

**Von
Michael Furger**

Da ist es also. Hoch über dem Luzerner Reusstal steht es auf einer Wiese. Schneeweiss das Gefieder, feuerrot der Kamm. Ein Prachtstück von einem Huhn, wie es da durchs Gras wackelt und Biokörner pickt. Bauer David Bründler hat extra einen Wintergarten vor den Stall gebaut. Kleine Sonnensegel sind aufgespannt. Abends fährt ein Lichtprogramm die Beleuchtung im Stall stufenweise herunter. In der Hühnerwelt ist das ein Fünfsterne-Luxusresort.

Das Huhn, das hier logiert, heisst Lohmann Dual. Das ist natürlich kein richtiger Name. Das ist der Name der Zuchtlinie. Lohmann Dual ist der neue Star der internationalen Geflügelszene. Das sogenannte Zweinutzungshuhn, entwickelt von der Firma Lohmann aus dem deutschen Cuxhaven. Lohmann ist der grösste Legehennenzüchter der Welt. Jedes dritte Hühnerei, das auf dieser Erde gegessen wird, hat ein Lohmann-Huhn gelegt. Am neuen Supervogel haben die Forscher fünf Jahre lang herumgetüftelt. Nun soll es den Fleisch- und Eiermarkt revolutionieren. Bei Bauer Bründler in der Luzerner Provinz lässt Coop eine Testherde gackern.

Abb. links
Rüebliortieranlage
Agrokonzern Fenaco
in Bätterkinden (BE).

Lohmann Dual liefert Fleisch und Eier. Das ist sensationell, denn in den letzten 50 Jahren hat die Lebensmittelindustrie die Produktion dieser beiden Nahrungsmittel getrennt und dafür jeweils eigene Turbohühner gezüchtet: solche, die viele Eier legen, aber kaum Fleisch ansetzen, und solche mit Muskelpaketen, die aber wenig Eier in der richtigen, kochbuchkompatiblen Grösse liefern. Daraus ergab sich ein Problem: In diesem System sind männliche Küken von Legehennen nutzlos, weil sie zu mager sind und keine Eier legen. Sie werden vergast, gehäckselt und zu Tierfutter gepresst. Allein in der Schweiz sterben so jährlich gegen 2,5 Millionen Küken. Es ist das letzte grosse Problem in der Nutztierhaltung. Beim Dual-Huhn hingegen müsste man die männlichen Küken nicht mehr schreddern. Man könnte sie mästen und ein paar Wochen später als Poulets verkaufen.

Eine verschwiegene Branche

Nichts beschreibt unsere Beziehung zum Essen besser als dieses Huhn. Der Schweizer Konsument möchte ein gutes, ethisch korrektes Produkt. Dem Tier soll es gut gehen. Dafür zahlt er gerne etwas mehr. Aber am Ende sind das Huhn und das Ei trotz Sonnensegel und Wintergarten doch nichts mehr als Industrieprodukte. Auch das Lohmann-Wunderhuhn wird nach einem Jahr zu Biogas oder Wurst verarbeitet, obwohl es noch über 90 Prozent seines Lebens vor sich hätte. Denn nach einem Jahr legt es weniger Eier, die Schalen werden dünner. Futter frisst es weiterhin. Das rechnet sich nicht mehr. Das Huhn hat als Produktionseinheit ausgedient. Jedes Jahr wird der gesamte Legehühnerbestand der Schweiz ausgelöscht. Das sind total fast 2,5 Millionen Tiere. Der Grund: fehlende Effizienz.

Effizienz ist das Schlüsselwort der Lebensmittelindustrie. Wer sich aufmacht, um zu erfahren, wie unser Essen hergestellt wird, trifft auf ein komplexes, perfekt durchorganisiertes System, angetrieben von 60 000 Menschen, die täglich dafür sorgen, dass Zehntausende von Produkten zuverlässig in die Läden und Restaurants kommen. In diesem System werden Rüebli wie Armbrustbolzen an Messgeräten vorbeigeschossen, Eier mit Mikrofonen auf Risse abgehört und Rahmcornets von einem Röntgengerät durchleuchtet. Sogar der geschlachteten Kuh wird mit einer Edelstahlmaschine vollautomatisch das Fell abgezogen. Es dauert nur Sekunden.

Effizienz ist das eine, Diskretion das andere. Auch heute noch sind viele Unternehmen – zum Glück nicht alle – nur daran interessiert, die Bilderbuchseite der Nahrungsherstellung zu zeigen. Falls sie die Türen ihrer Fabrikhallen öffnen, wollen sie bestimmen, was man sehen, fotografieren und manchmal auch was man sich ins

6,8

Prozent beträgt der Anteil an den Haushaltsausgaben, die in der Schweiz auf Nahrungsmittel entfallen. Im Zweiten Weltkrieg waren es noch 35 Prozent.

8,5

Kilogramm Rüeblis isst jeder Schweizer pro Jahr. Es ist das beliebteste Gemüse der Schweiz.

Notizbuch schreiben darf. Die meisten Fotos, die bei der Recherche dieses Textes aufgenommen wurden, mussten den Kommunikationsapparaten der Firmen zur Bewilligung vorgelegt werden. Einige Unternehmen – etwa die Aromastoffhersteller – lehnten Anfragen mit freundlichen Floskeln ab, andere führten uns in leereräumte Labors und vor stillstehende Produktionsanlagen und inszenierten eine Show, als ginge es darum, einen Werbespot zu drehen.

Noch immer machen Firmen ein Geheimnis um die industrielle Produktion unseres Essens. Gerade so, als glaube der Konsument tatsächlich, die Spaghettisauce im Ladenregal werde von einer italienischen Mamma von Hand in einem Kupferkessel angerührt.

Das ist schwer zu verstehen, denn kaum eine Branche ist derart stark auf das Vertrauen der Konsumenten angewiesen wie die Nahrungsmittelproduzenten. Auch weil kein anderes Produkt so viel mit unserer natürlichen Welt zu tun hat. Nichts hat die Natur in den letzten Jahrzehnten so verändert wie die landwirtschaftliche Massenproduktion, die sich unseren Essgewohnheiten ständig angepasst hat. Gibt es einen besseren Beweis dafür als das Zweinutzungshuhn und all seine auf Spitzenleistung gezüchteten Vorgänger? Essen ist Industrie.

Sandwiches im Baukastensystem

Industrieessen kommt aus Industriebauten, die grau und klotzförmig sind und keine Fenster haben. Häuser wie grosse Duplo-Steine, hingesetzt neben eine Autobahn. Im Innern stehen gewaltige Maschinen, die Namen tragen wie «Aramis». So heisst einer der drei Musketiere im Roman von Alexandre Dumas. Es ist auch der Name der modernsten Brotbackmaschine der Schweiz, einer 70 Meter langen Schlange aus Edelstahl und blauen Kunststoff-Förderbändern, ausgerüstet mit Infrarotsensoren und Touchscreen-Bildschirmen. Die Migros-Bäckerei Jowa hat sie 2014 in Betrieb genommen.

In einer Halle im aargauischen Gränichen brummt und ruckelt Aramis vor sich hin, formt Teigstränge, portioniert sie, rollt Kugeln und fügt sie zu Kränzen. Es sieht ein bisschen aus wie Ballett, wenn sich die Portionen im Takt der Maschine zu Kreisen gruppieren. Aramis backt das meistverkaufte Brot der Schweiz: den Krustenkranz, der Migros-Verkaufsschlager seit Jahrzehnten. Die grossen Filialen stellen ihn selbst her in ihren offenen Backstuben, die kleineren Läden werden mit tiefgefrorenen Aufback-Kränzen beliefert. Sie kommen aus dem Ofenrohr von Aramis. 2500 Stück pro Stunde, 42 pro Minute.

Jowa ist die grösste Bäckerei des Landes. Jedes dritte Brot, das in der Schweiz gegessen wird, kommt aus ihren Öfen. Häufig weiss der

Diese Firmen dominieren den Markt



BROT

Jowa (Migros)

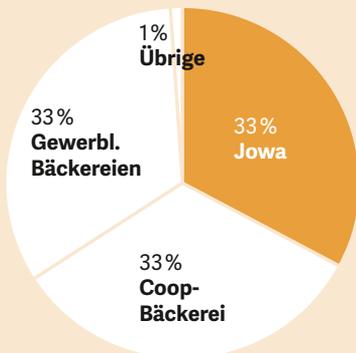
Beliefert sämtliche Migrosbetriebe (inkl. Restaurants und Tankstellen). Liefert über Grosshandel an private Läden, Gastronomie und Systemgastronomie.

Coop-Bäckerei

Beliefert Coop-Betriebe. Betreibt gemeinsame Produktion für Tiefkühlprodukte mit Bäckerei Hiestand.

Gewerbliche Bäckereien

Bäckereien für Fertigprodukte wie Hiestand beliefern Detaillisten, Gewerbe, Gastronomie und Systemgastronomie.



FLEISCH

Bell (Coop)

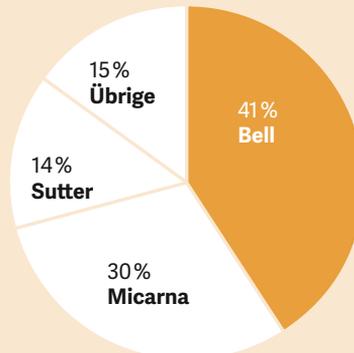
Produziert Eigenmarke und alle Coop-Fleischprodukte. Beliefert Detaillisten, Metzgereien, Gastronomie, Systemgastronomie und Industrie.

Micarna (Migros)

Migros (inkl. Migrosrestaurant, Tankstellenshops usw.). Beliefert Metzgereien, Gastronomie und Systemgastronomie.

Ernst Sutter AG (Fenaco)

Beliefert Fenaco-Läden (Volg, Landi, Tankstellenshops usw.) sowie andere Detaillisten, Metzgereien und Gastronomie.



Quelle: Schätzungen von Betrieben, Branchenverbänden und Nielsen.



MILCH

Emmi

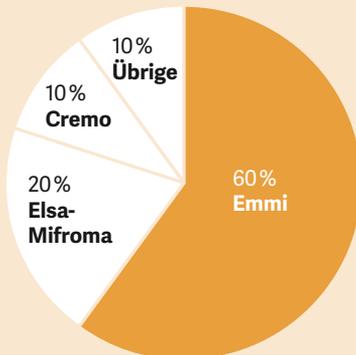
Grösste Molkerei der Schweiz. Stellt die Hälfte des Schweizer Joghurts her: eigene Marke (Emmi, Toni, Cristallina) sowie für Coop, Nestlé (Hirz, LC1) und Teile des Migros-Joghurt-Sortiments.

Elsa-Mifroma (Migros)

Stellt Molkereiprodukte für die Migros und andere Abnehmer her. Marktanteil bei Joghurt: 35 Prozent.

Crema

Beliefert Detailhandel, Gastronomie und Industrie.



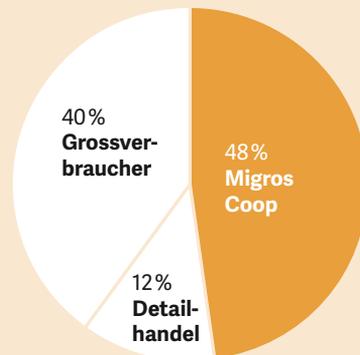
GEMÜSE

Allgemein

1200 grössere Landwirte produzieren rund 95 Prozent der Gemüse. Knapp die Hälfte davon wird von Migros und Coop weiterverkauft. 12 Prozent von anderen Detailhändlern. Der Rest geht an Grossverbraucher (Spitäler usw.).

Fenaco

Bezieht das Gemüse von den Bauern und verkauft es – verarbeitet oder unverarbeitet – weiter an Detailisten, Gastronomie, Gewerbe und Industrie. Marktanteil bei Kartoffeln: 55 Prozent, bei Rüeblli 40 Prozent.



Kunde das gar nicht, denn Jowa-Brot gibt es nicht nur in der Migros zu kaufen, sondern auch im Käseladen oder in der Tankstelle um die Ecke. Das Brot steckt dann in einem anderen Papiersack ohne Migros- oder Jowa-Logo, und der Betrieb, der es verkauft, kann so tun, als hätte er es selbst gebacken.

Brot zu verkaufen ist ein eisenhartes Geschäft geworden. Die Menschen wollen nicht mehr Brot essen, aber die Bäcker wollen mehr verkaufen. Selten passt die Managerfloskel «Der Markt ist gesättigt» so gut wie hier. Je ein Drittel dieses Marktes decken Migros und Coop ab, den Rest die gewerblichen Bäckereien, die immer weniger werden. Doch die Grenzen zwischen Industrie und Gewerbe haben sich längst aufgelöst. Warum soll jeder Bäcker eigene Gipfeli formen und eigene Berliner frittieren, wenn er die Ware halb oder ganz fertig von Grossbäckereien wie Jowa beziehen kann? Eine ganze Industrie beliefert mittlerweile Imbiss-Shops, Restaurants oder auch Bäckereien mit tiefgekühlten Backwaren, Halbfabrikaten und Fertigprodukten, von Wähen über Pizzen bis zu Sandwich-Bausteinen samt Rezeptanleitung.

Ein wichtiger Mann bei Jowa ist Martin Marthaler. Gross und schlank mit Halbglatze. Er begann als Bäcker und Konditor, wurde Lebensmittelingenieur und leitet nun die Entwicklungsabteilung. Marthaler kann Rezepte und Gärzeiten auswendig aufsagen und im Detail erklären, wie Stärke karamellisiert und Weizenkleber funktioniert.

Für Jowa versucht Marthaler herauszufinden, wo es noch Nischen gibt, um mehr Brot zu verkaufen. Brot für Allergiker ist eine solche Nische, oder regionale Spezialitäten. Die Berner mögen den Zopf gerne etwas dunkler als die Kunden in der übrigen Schweiz. Also lässt Jowa den Zopf in Bern etwas länger im Ofen. Doch damit ist heute nicht mehr viel zu gewinnen. Darum will Jowa ihren Abnehmern künftig nicht nur Backwaren liefern, sondern ganze Ladenlokale. Wer will, kann sich vom Unternehmen einen Schnellimbiss komplett durchplanen lassen: Sortimentsberatung, Lokalgestaltung, Vitrinen, Verpackung, den Aufbackofen gibts dazu. Jowa macht das gerne, wenn dafür ihre Produkte in diesem Laden verkauft werden. Die Pressesprecherin nennt es «ein Rundum-sorglos-Paket». Sorglos. Sie sagt das wirklich so. Wer den Deal eingeht, begibt sich in die Hände des Marktgiganten Migros. So möchte das Marthaler zwar nicht sehen. «Aber», sagt er, «wir wünschen uns natürlich schon, dass man in einem Jowa-Ofen vorwiegend Jowa-Produkte aufbäckt.»

Der Verdrängungskampf der Bäcker ist typisch für die Schweizer Lebensmittelproduktion. In keinem anderen europäischen Land