

NATIONALRAT

Herbstsession 1949

Auszug aus dem stenographischen Protokollder Sitzung vom 21. September 1949.

166/5597 - Interpellation Geissbühler. Kunstgetränke. -
Boissons artificielles.

Der Bundesrat wird um Auskunft darüber ersucht, durch welche Massnahmen er den volksgesundheitlich und volkswirtschaftlich wichtigen Süssmostabsatz, der seit 1945 bereits um 46% zurückgegangen ist, und den Absatz einheimischer Traubensäfte vor der Bedrohung durch das amerikanische Kunstgetränk Coca-Cola zu schützen gedenkt.

Ist dieses neue Kunstgetränk von der schweizerischen Lebensmittelkontrolle einer genauen chemischen Analyse unterzogen worden und entspricht es den Anforderungen der eidg. Lebensmittelverordnung oder enthält es, wie vielfach behauptet wird, gesundheitsschädliche Bestandteile?

Le Conseil fédéral est invité à faire savoir par quelles mesures il entend protéger contre la concurrence de la boisson artificielle américaine "Coca-Cola" la vente du cidre doux si important au point de vue hygiénique et économique (elle a diminué de 46 pour cent depuis 1945), ainsi que la vente de jus de fruits du pays.

Le service chargé du contrôle des denrées alimentaires a-t-il fait une analyse chimique complète de cette nouvelle boisson artificielle; cette boisson satisfait-elle aux conditions de l'ordonnance relative à ce contrôle, ou contient-elle, comme beaucoup le prétendent, des éléments nuisibles à la santé?

Mitunterzeichner - cosignataires: Aebersold, Bratschi, Bringolf-Schaffhausen, Eggenberger-Uzwil, Frei, Freimüller, Grütter, Jakob, Leuenberger, Meier-Netstal, Meierhans, Oprecht, Perrin-Corcelles, Roth-Frauenfeld, Schmid-Oeberentfelden, Schümperli, Steiner. (17)

G e i s s b ü h l e r: Ich habe in der Januarsession dieses Jahres folgende Interpellation eingereicht: Der Bundesrat wird um Auskunft darüber ersucht, durch welche Massnahmen er den volksgesundheitlich und volkswirtschaftlich wichtigen Süssmostabsatz, der seit 1945 bereits um 46% zurückgegangen ist, und den Absatz einheimischer Traubensäfte vor der Bedrohung durch das amerikanische Kunstgetränk Coca-Cola zu schützen gedenkt.

Ist dieses neue Kunstgetränk von der schweizerischen Lebensmittelkontrolle einer genauen chemischen Analyse unterzogen worden und entspricht es den Anforderungen der eidg. Lebensmittelverordnung oder enthält es, wie vielfach behauptet wird, gesundheitsschädliche Bestandteile?

Bevor ich auf den eigentlichen Gegenstand eintrete, habe ich einige Vorbemerkungen zu machen. Es wurde hier in Bern das Gerücht herumgeboten, das eidgenössische Politische Departement hätte mich auf Intervention des amerikanischen Gesandten hin zum Verzicht auf die Interpellation bewegen wollen. In dieser Form stimmt das Gerücht nicht; Tatsache ist das Folgende: In der Junisession erhielt ich durch den Sekretär der Bundesversammlung, meinen verehrten Herrn Namensvetter, den Wunsch eines hohen Beamten des Politischen Departementes übermittelt, er möchte mich in der Angelegenheit Coca-Cola-Interpellation sprechen. Ich wurde im Bureau des betreffenden Herrn äusserst nett und höflich empfangen und darauf aufmerksam gemacht, der Gesandte der Vereinigten Staaten habe persönlich im Bundeshaus vorgesprochen, um sich dort nach der Tätigkeit der in Zürich aus Vertretern der schweizerischen Getränkeindustrie, der Gewerkschaften, des Obstbaues, des schweizerischen Bauernverbandes und vieler anderer Verbände gegründeten Abwehrstelle gegen die Coca-Cola-Gesellschaft zu erkundigen. Ferner wies der Beamte darauf hin, dass der Präsident der Coca-Cola Comp. ein einflussreicher amerikanischer Politiker sei, nämlich, wenn ich mich des Namens richtig erinnere, Minister Farley, der Präsident der demokratischen Partei Amerikas, also nicht der erstbeste Amerikaner. Es wurde mir leise angedeutet, ich möchte bei der Begründung meiner Interpellation mich dieser Tatsache erinnern. Ich will dem Beamten keinen Vorwurf machen, der mir dies sagte, er hat sicher nur seine Pflicht getan, die ihm von irgendeiner Seite übertragen wurde. Aber ich betrachte dieses Vorgehen doch als ein Novum. Es ist eine merkwürdige Tatsache, wenn Mitglieder der höchsten eidgenössischen Behörde ersucht werden, ihre freien

demokratischen Rechte hier im Rate beschränkt auszuüben. Ich glaube, das freie Wort sei eines der vornehmsten Rechte des Schweizerbürgers, und dieses lassen wir uns auch von den Amerikanern nicht beschneiden, selbst dann nicht, wenn es sich um amerikanische Waren handelt. Ich werde im Verlaufe der Begründung meiner Interpellation noch auf die Angelegenheit zurückkommen.

Die zweite Bemerkung betrifft den Direktor des Schweizerischen Bauernsekretariates, Herrn Prof. Howald. Er hat in der Schweizerischen Bauernzeitung im September unter der Notiz "Rückkehr zum Brennhafen" einen geharnischten Angriff auf die Abstinenten losgelassen. Er macht ihnen den Vorwurf, sie wären am Rückgang des Süssmostkonsums schuldig, weil sie wertlose Wasserlein und Kunstgetränke, z.B. Coca-Cola konsumierten. Wir haben uns dann beim Schweizerischen Bauernsekretariat nach den Gewährsmännern des Einsenders erkundigt. Da antwortete uns Prof. Howald persönlich, die Gewährsmänner seien schweizerische Gastwirte. Ich weiss nun nicht, was er sagen würde, wenn jemand auf Grund von Informationen aus Kreisen, die der Landwirtschaft nicht gerade günstig gesinnt sind, über landwirtschaftliche Belange schreiben würde. Ich glaube, Herr Howald würde sich das auch nicht gefallen lassen. Er schreibt: "Es ist uns aber namentlich von Gastwirten mehrfach gemeldet worden, dass der Konsum von Süssmost ausserordentlich zurückgeht und die Leute, die bis anhin Süssmost getrunken haben, vielfach Getränke konsumieren, die im wesentlichen aus Quellwasser und Zusätzen ohne Nährwert bestehen". Er schreibt weiter, es wäre für ihre Bestrebungen fruchtbarer, wenn sie systematisch den Konsum unserer alkoholfreien Obst- und Traubensäfte empfehlen und in ihren Versammlungen den Konsum von solchen Wässern direkt boykottieren würden, statt gegen die Bauernzeitung zu polemisieren. Prof. Howald hat also den Spiess einfach umgekehrt. Er erklärte, wir hätten gegen die Zeitung polemisiert, nachdem er darin vollständig falsche Behauptungen in die Welt gesetzt hatte. Ich weise hier die Behauptungen von Prof. Howald mit aller Entschiedenheit zurück und erwarte, dass ihm das mitgeteilt wird. Namentlich weise ich auch das zurück, was er im folgenden geschrieben hat: "Ich glaube, dass es

kaum im Interesse der Abstinenz liegt, wenn sie jene Notiz zum Ausgang weiterer Polemik in der Öffentlichkeit macht. Das Echo wird für die Abstinenten sicherlich nicht günstig sein". Ob das Echo günstig sei für eine vollständig unwahre Behauptung, das zu beurteilen überlasse ich getrost der Öffentlichkeit. Prof. Howald hätte wahrscheinlich besser getan, in den Nummern 25 und 30 vom 18. Juni resp. 23 Juli der Wirtezeitung die Inserate nachzuschauen, in denen kühn und keck behauptet wird, Coca-Cola sei "jederzeit und bei jeder Gelegenheit" zu trinken, es sei "köstlich und erfrischend". Diese Inserate sind in der Schweizerischen Wirtezeitung erschienen und Prof. Howald stützt sich auf die Gewährsmänner aus diesem Verband, um gegen die Abstinenz zu polemisieren. Ich habe übrigens sofort Erkundigungen bei grossen Verbänden eingezogen, die sich mit dem Vertrieb von alkoholfreien Getränken befassen, beim Zürcher Frauenverein und bei andern gemeinnützigen alkoholfreien Restaurants. Diese erklärten ganz eindeutig: "Wir denken nicht daran, Coca-Cola einzuführen, auch nicht in nächster Zeit". Das schreibt Fräulein Hirzel, die Leiterin der Zürcher Frauenverein-Restaurants. In andern Restaurants ist dieselbe Tatsache festzustellen. Wenn private Unternehmen Coca-Cola verkaufen, können wir Abstinenten so wenig dafür, wie wenn der Wirteverein für dieses Getränk Propaganda macht.

Zur Sache selber: Ihnen allen ist die Propaganda der Coca-Cola Comp. bekannt. Sie kennen die Gratisverteilung des Getränkes in ganzen Städtebezirken, die Reklame an den Plakatwänden, die der blitzblanken Lieferungsautos, die genau so schreiend aufgezogen ist wie etwa die Schnapsreklame der italienischen Firma Martini an der "Tour de Suisse", die mit einem Lautsprecherwagen herumfährt, Martini-Bälle für die Teilnehmer der Tour de Suisse in Zürich und Basel veranstaltete. Was Reklame anbelangt, hat, glaube ich, der eine dem andern nicht gerade viel vorzuhalten. Immerhin, bei der Coca-Cola Comp. scheint sich die Reklame zu rentieren. Das Propagandabudget für die Schweiz wurde für das Jahr 1949 auf 1 Million Franken festgelegt, und zwar in ameri-

kanischen Dollars, wie von Vertretern der Abwehrstelle in Zürich festgestellt wurde. Der Reingewinn dieser Gesellschaft betrug im Jahr 1948 35 Millionen Dollars. Das Geschäft floriert also, es lohnt sich, Präsident dieser Gesellschaft zu sein. Für das Jahr 1950 ist eine vermehrte Propaganda vorgesehen. Es sollen 80 Millionen Fläschchen in der Schweiz vertrieben werden. Wie die Situation sich nun gestalten wird, können Sie sich ausdenken, wenn Sie vernehmen, dass in Frankreich ebenfalls eine Cola-Gesellschaft besteht, welche die Absicht hat, die Schweiz mit ihren Produkten zu überschwemmen, und dazu das Getränk in doppelter Menge zum gleichen Preise absetzen will, wie heute die Coca-Cola-Gesellschaft für ihr Getränk verlangt.

Unsere Getränkeindustrie wird dadurch in eine noch schlimmere Lage versetzt. Es ist ganz klar, dass die amerikanische Propaganda unsere Reklame für Traubensäfte und Süssmost immer überflügeln wird. Der Süssmostkonsum ist bereits um 50% zurückgegangen. Im Jahr 1948 musste die Alkoholverwaltung 30 Millionen Liter Obstsäfte brennen, weil diese nicht abgesetzt werden konnten. Welcher Schaden dadurch an der Volksgesundheit und finanziell für den Obstbau und die Alkoholverwaltung entsteht, brauche ich Ihnen wohl nicht länger auseinanderzusetzen. Dann scheint es wahrlich fast widersinnig zu sein, wenn das eidg. Volkswirtschaftsdepartement für die Verwertung der Trauben im Jahre 1949 bereits 10 Millionen aus dem Weinbaufonds opfern will, eine Massnahme, die verdankens- und begrüßenswert ist. Auf der andern Seite wird aber nichts gegen die fremden Getränke unternommen, die unser Land überschwemmen. Die Eidgenossenschaft kann das Geld für die Verwertung der einheimischen Produkte aufwenden, und die Gewinne aus der ganzen Wirtschaft fliessen in die Kassen landesfremder Elemente. Das ist vielleicht ein Beispiel der viel gerühmten Freiheit des Handels und des Gewerbes, aus der dieser Widersinn in der Getränkewirtschaft entsteht.

Nachdem die Abwehrstelle in Zürich an die Arbeit gegangen war, haben die schweizerischen Interessenten von Coca-Cola in der Presse

Erklärungen erscheinen lassen, wonach in ihren Betrieben kein amerikanisches Kapital stecke. Ich verweise auf die Erklärungen der Firma Gebr. Widmann in Winterthur, der Refresca AG. in Zürich und Bern, der Boissons désaltérantes Société Anonyme, Lausanne, und der Firma E. Hürlimann & Sohn, Luzern. Sie erklärten also, sie hätten mit amerikanischem Kapital nichts zu tun. Im Handelsamtsblatt Nr. 113 vom 16. Mai 1949 ist aber genau festgelegt, dass sich in Zürich die Coca-Cola Corporation Wilmington, USA und zwar als eine amerikanische Gesellschaft installiert hat. Es heisst deutlich, eine Zweig-Niederlassung der Coca-Cola Corporation aus den USA. Nun stehen wir vor einem grossen Rätsel. Sind die Coca-Cola-Gesellschaften rein schweizerische Unternehmungen, sind sie rein amerikanische Unternehmen oder sind es schweizerisch-amerikanische Mischlinge? Sind sie rein schweizerische Unternehmen, so kann sich doch kein Mensch erklären, warum denn der amerikanische Gesandte im Bundeshaus vorgesprochen hat, um sich für schweizerische Interessen einzusetzen. Der schweizerische Gesandte in Amerika wird auch nicht bei der Regierung in Amerika für die amerikanische Uhrenindustrie demonstrieren. Sind es amerikanische Firmen, kann man den Schritt des amerikanischen Gesandten verstehen. Auf der anderen Seite kommt es uns fast so vor, als ob die bedrohten Schweizerfirmen Hilfe beim Ausland hätten suchen müssen, um sich vor der Konkurrenz anderer Schweizerfirmen schützen zu lassen. Ich glaube aber nicht, dass der amerikanische Gesandte vergessen könnte, dass ein solcher Schritt eine ungehörige Einmischung in innerschweizerische Interessen darstellen würde. Es wird wohl eher so sein, dass die Erklärungen der schweizerischen Firmen, welche an Coca-Cola Interesse haben, nicht stimmen können. Ich habe den Eindruck, dass sich plötzlich durch irgendein Zauberkunststück diese amerikanischen Dollars in Schweizerfranken verwandelt haben, und nun wird unter schweizerischer Flagge und mit sog. schweizerischem Kapital das amerikanische Kunstgetränk in der Schweiz vertrieben. Ich hoffe, der Vertreter des Bundesrates werde uns des Rätsels Lösung hier mitteilen können.

Ich hätte auch sehr gerne vom Vertreter des Bundesrates gehört, ob er nicht auch der Meinung sei, dass eine Aufklärung des Schweizervolkes, namentlich der Jugend, über den Wert von Süssmost und Traubensaft ein Stück wirtschaftlicher Landesverteidigung darstellt. Wir Abstinente haben seit 30 Jahren in dieser Hinsicht gearbeitet und leider nie den nötigen Rückhalt gefunden. Ich bin überzeugt, dass eine vermehrte Propaganda in den Schulen und überhaupt eine systematische Erziehung der Jugend zum Konsum unserer einheimischen wertvollsten alkoholfreien Getränke in der Richtung gewirkt hätte, dass selbst eine noch so schreiende Coca-Cola-Reklame wirkungslos an dieser Jugend abgeprallt wäre. Ich verweise auf das Beispiel Schweden, das Coca-Cola überhaupt verboten hat. Ich glaube, es sei auch in der Schweiz noch nicht zu spät.

Ich habe vorhin die Aktion, die vom eidg. Volkswirtschaftsdepartement zur Verwertung der Traubenernte ausgelöst wurde, erwähnt. Diese Aktion kann am wirksamsten so unterstützt werden, indem auch von den Behörden aus unserem Volk mit einer richtigen Aufklärung der Wert der einheimischen Getränke, namentlich von Süssmost und Traubensaft klar gemacht wird. Der Kampf wird nicht leicht sein, aber ich bin überzeugt, dass, wo ein Wille ist, auch ein Weg zu finden sein wird. Soviel zum ersten Teil meiner Interpellation.

Im zweiten Teil verlange ich Auskunft über die chemische Zusammensetzung von Coca-Cola. Meines Wissens besteht dieses Getränk aus etwas Caramel, Zucker, beigemischter Phosphorsäure, einem Pflanzenextrakt aus Blättern des Cola-Strauches und namentlich aus sehr viel Brunnenwasser, wie die "Mineralquelle" schreibt. Das Extrakt aus dem Cola-Strauch enthält etwas Cocain. Cocain ist ein gefährliches Gift. Als diese Tatsache angefochten wurde, erklärte die Coca-Cola-Gesellschaft sofort: Nein, nein, es ist weder Coca noch Cola in dem Getränk, sondern es ist einfach eine Limonade, eine Brauselimonade, gefärbt nach der Haut der Ureinwohner Amerikas, es ist aber erfrischend, und enthält etwas Coffein. Man verkauft also Coca-Cola, es ist aber nichts davon drin! Das ist eine glatte Irreführung. Ich hätte gerne Auskunft vom Vertreter des Bundesrates,

was nun eigentlich wahr ist. Ist es Coca-Cola oder ist es kein Coca-Cola? (Heiterkeit!). Ferner behaupten die Coca-Cola Interessenten, das Getränk sei in 80 Ländern als den Lebensmittelvorschriften entsprechend zum Verkauf zugelassen. Ich kenne einige der ausländischen Lebensmittelvorschriften oberflächlich, aber ich kenne sehr gut die eidgenössische. Ich glaube, sie bietet Handhabe genug, um ein Getränk, das weder Coca-Cola, noch amerikanisch, noch schweizerisch sein will, genau zu untersuchen. Es gibt uns Handhabe, um die nötigen Massnahmen ergreifen zu können. Ich nehme an, dass uns Herr Bundesrat Etter auch hier genaue Auskunft geben wird. Auf jeden Fall besteht die Tatsache, dass dieses Getränk, wie es ein bekannter Lebensmittelchemiker, Dr. Hartmann in Aarau, in einem Artikel vom 22. Juli 1949 in der "Neuen Zürcher Zeitung" festgestellt hat, ein Kunstgetränk aus Chemikalien ist, das in der Hauptsache dazu dient, unsere einheimischen alkoholfreien Getränke, Süssmost, Traubensaft und die anderen natürlichen alkoholfreien Getränke zu konkurrenzieren und die Gewinne in die Taschen fremder Aktionäre fliessen zu lassen. Ich glaube, da sind wir uns alle einig, dass wir uns zur Wehr setzen müssen im Interesse der Volksgesundheit und im Interesse unserer Landwirtschaft, des Obstbaues und des Rebbaues. Der Bundesrat ist wohl gut beraten, wenn er der Interpellation die nötige Aufmerksamkeit schenkt und es dann auch nicht unterlässt, die erforderlichen Massnahmen zur Abwehr dieser schreienden und landesfremden Reklame für ein Kunstgetränk zu unterdrücken.

Bundesrat E t t e r: Von der Besprechung zwischen dem Interpellanten und einem Beamten des Politischen Departementes habe ich erst heute morgen Kenntnis erhalten, und zwar durch eine Zuschrift des Politischen Departementes im Zusammenhang mit einem Artikel, der am 31. August 1949 im "Vorwärts" in Basel erschienen ist. Das Politische Departement legt Gewicht darauf, gewisse Insinuationen in der Darstellung dieser Intervention im "Vorwärts" richtig zu stellen. Ich halte mich deshalb für ver-

pflichtet, nachdem auch der Herr Interpellant auf diese Intervention zu sprechen gekommen ist, auch meinerseits einige diesbezügliche Bemerkungen und Mitteilungen zu machen, und zwar halte ich mich, damit ich nichts Unexaktes sage, genau an den Wortlaut des Briefes, den mir heute morgen das Politische Departement hat zukommen lassen. Der Brief ist in französischer Sprache geschrieben; ich zitiere daher französisch:

"Il est vrai que la maison "Coca-Cola" est intervenue auprès de notre département par l'intermédiaire de ses représentants, du Ministre des Etats-Unis et du State Department à Washington. Elle avait entrepris ces démarches parce qu'il avait été constaté en Suisse que son produit ne correspondait pas aux exigences de la loi. La maison "Coca-Cola" craignait qu'il ne s'agit d'une manoeuvre de la concurrence cherchant à éliminer le produit américain.

Le département politique de concert avec la division du commerce a prié le service fédéral de l'hygiène publique d'entreprendre une enquête qui, finalement, prouva aux autorités américaines et à la maison "Coca-Cola" que leurs craintes étaient sans fondement. Une fois que ces faits furent établis, la maison "Coca-Cola", d'accord avec le professeur Högl et les chimistes cantonaux de Zurich et de Berne, modifia son produit de manière à l'adapter aux prescriptions suisses en la matière.

Le "Vorwärts" insinue que le département politique aurait fait venir M. Geissbühler, conseiller national; en réalité, ce dernier ayant appris que nos services avaient été saisis de l'affaire "Coca-Cola", est venu spontanément rendre visite à un de nos fonctionnaires. Le "Vorwärts" prétend que le département politique aurait amené M. Geissbühler à abandonner son interpellation. Cela est si faux que le département s'attend au contraire, depuis la dite entrevue, à ce que cette interpellation soit présentée. M. Geissbühler avait fait savoir que son intention était, non pas d'attaquer "Coca-Cola", mais d'inviter le Conseil fédéral à encourager la propagande des boissons suisses et, à ce propos, de demander si le "Coca-Cola" répond aux exigences de l'ordonnance suisse

sur les produits alimentaires. Quel intérêt aurions-nous à éluder une question à laquelle le Conseil fédéral pourra se borner à répondre affirmativement?

Il ressort donc de cet exposé que l'interprétation du "Vorwärts" ne correspond pas à la réalité."

Ich glaubte, Ihnen im Anschluss an die Erklärungen des Herrn Interpellanten diese Mitteilung schuldig zu sein. Und nun zur Beantwortung der Interpellation. Sie umfasst zwei Punkte. Der erste bezieht sich auf Massnahmen, die die Bundesbehörden zu ergreifen gedenken oder ergriffen haben, um den Absatz einheimischer Traubensäfte vor der Bedrohung durch das amerikanische Kunstgetränk Coca-Cola zu schützen. Das ist eine Frage wirtschaftlicher Natur und sie gehört im Grunde genommen nicht in den Aufgabenkreis meines Departementes. Die zweite Frage bezieht sich auf die Vereinbarkeit von Coca-Cola mit den Bestimmungen der Lebensmittelverordnung. Das ist eine Angelegenheit des Departementes des Innern, aber ich behandle in meiner Beantwortung beide Punkte der Interpellation, wobei ich mich allerdings auf Berichte stützen muss, die mir seitens der andern beteiligten Amtsstellen unterbreitet worden sind. Ich beantworte die Interpellation so, wie sie gestellt ist in ihrem Wortlaut, und schicke voraus, dass ich z.B. nicht in der Lage bin, dem Herrn Interpellanten Aufschluss zu erteilen über das Kapital der Coca-Cola-Gesellschaften, über die Herkunft dieses Kapitals, über die Struktur der schweizerischen Gesellschaften, ob es sich um amerikanische oder schweizerische Gesellschaften handelt oder um gemischte Gesellschaften. Darüber Auskunft zu erteilen bin ich nicht in der Lage, weil ich diese Struktur nicht untersucht habe, sondern weil ich mich nur mit dem Schutz der einheimischen Traubensäfte und mit der lebensmittelpolizeilichen Seite von Coca-Cola zu befassen hatte.

Herr Nationalrat Geissbühler weist in seiner Interpellation auf die volksgesundheitliche und volkswirtschaftliche Bedeutung des Süssmostabsatzes hin und auf den seit 1945 eingetretenen Ab-

satzrückgang. Es ist in der Tat so, dass der Süssmostherstellung sowohl aus volksgesundheitlichen Gründen wie auch im Rahmen der brennlosen Obstverwertung eine hervorragende Bedeutung zukommt. Diese Bedeutung liegt namentlich auch darin, dass durch den Süssmost ein Verbraucherkreis erschlossen werden konnte, der bei der früheren ausschliesslichen Gärmostherstellung nicht zur Verfügung stand, Frauen, Kinder, Sport- und Abstinenterkreis im weitesten Sinne.

Ueber die Entwicklung der Süssmostherstellung in gewerblichen Betrieben geben folgende Zahlen Aufschluss: Im Jahre 1925 verzeichneten wir eine Lagerfassung an Süssmost von 9000 hl bei gewerblichen Betrieben, im Jahre 1935 160'000 hl, 1937 250'000 hl, 1941 300'000 hl und im Jahre 1945 stieg die Lagerfassung an Süssmost auf 474'000 hl. Das sind nur die Zahlen, die sich auf die gewerbliche Süssmost-Herstellung beziehen. Gleichzeitig hat sich auch die bäuerliche Süssmost-Herstellung stark entwickelt. Sie erreicht heute eine Menge von 25-30 Millionen Liter. Süssmostherstellung und Verbrauch haben durch die Mangelwirtschaft der Kriegszeit eine ausserordentlich starke Förderung erfahren. Süssmost war in den Kriegsjahren nicht bloss ein durststillendes Getränk, sondern auch als Nahrung geschätzt. Es konnte deshalb nicht überraschen, dass nach Behebung der Lebensmittelknappheit, insbesondere bei wieder normalisierter Zuckerversorgung die Absatzkonjunktur der Mangeljahre abflaute und ein Rückgang an Süssmostverbrauch eintrat. Der Interpellant beziffert diesen Rückgang seit 1945 auf 46%. Fachleute erklären, dass diese Angabe den Tatsachen entspricht.

Nun ist darauf hinzuweisen, dass an diesem Verbrauchsrückgang auch andere Faktoren Anteil haben, bzw. ihn mitverursacht haben. Wir erwähnen mit dem Interpellanten die vielen Konkurrenz-Getränke, Fruchtsäfte in- und ausländischer Herkunft, Mineralwasser, Limonaden und Kunstgetränke aller Art. Zu diesen Konkurrenz-Getränken gehört nun auch Coca-Cola, das zur Interpellation Veranlassung gibt.

Stellen wir uns die Frage, welche Folgen sich aus diesem Verbrauchsrückgang ergeben, so kommen wir zu folgenden Feststellungen:

Es kann nicht bestritten werden, dass ein nahezu 50-%iger Verbrauchsrückgang auf einem wichtigen Absatzgebiet für die Obstwirtschaft von grosser wirtschaftlicher Bedeutung ist. Es trifft das für das Verwertungsgewerbe wie für die Rohstofflieferanten, d.h. für die Obstbauern zu. Geht der Süssmostabsatz zurück, dann äussert sich dieser Rückgang im Auftreten vermehrter Obstüberschüsse. Freilich sichert unsere Alkoholordnung der Obstproduktion eine rechtzeitige Verwertung der Ueberschüsse. Der technisch wohl gangbare Weg, solche Ueberschüsse zu konzentrieren und vor dem Brennen zu bewahren, ist heute wegen der Absatzschwierigkeiten für die Konzentrate nur noch in sehr beschränktem Masse möglich.

Eine weitere Steigerung des Ueberschusses durch den Absatzrückgang an Obstgetränken müsste somit zur vermehrten Inanspruchnahme der Brennerei führen. Nun wissen wir, dass das Brennen von Obst in verschiedener Beziehung unerfreuliche Folgen zeitigt, und zwar sowohl für die Volksgesundheit wie für die Volkswirtschaft und den Fiskus. Die Alkoholverwaltung hatte im letzten Geschäftsjahr aus der Inlandsproduktion mehr Alkohol zu übernehmen als sie absetzen konnte. Ein vermehrtes Brennen von Obst ruft deshalb der Schnapsüberproduktion. Es ist naheliegend, dass der Bundesrat und alle an einer gesunden Obstverwertung interessierten Kreise dem Rückgang des Süssmostabsatzes mit grosser Besorgnis gegenüberstehen und auch die Ursachen, die zur Verminderung führen, nicht unbeachtet lassen können. Die für die Obstverwertung verantwortlichen Stellen und beteiligten Fachkreise schenken angesichts der geschilderten Sachlage der Frage, wie der Absatzrückgang aufgehalten werden kann, grösste Beachtung. Wie auf andern Gebieten ist auch hier Voraussetzung für die Erhaltung und Förderung des Absatzes die gute Qualität des Erzeugnisses. Heute, da der Süssmost, wie schon erwähnt, in scharfem Konkurrenzkampf mit andern Getränken steht, kommt dieser Frage der Qualität ganz besondere Bedeutung zu. Es darf festgestellt werden, dass die beteiligten Kreise die Wichtigkeit dieser Frage erkannt haben. So ist in jüngster

Zeit der Auswahl des Rohstoffes, d.h. des Mostobstes, vermehrte Beachtung geschenkt und die Qualitätskontrolle und Qualitätsbezahlung eingeführt worden. Dass sich die Verarbeitung in erstklassig eingerichteten Betrieben vollzieht, ist bekannt. Unser Mostereigewerbe gilt in der ganzen Welt als führend. Die strengen Vorschriften unserer Lebensmittelordnung sorgen dafür, dass die Obstsäfte nur in naturreiner Form, ohne jede Beimischung von Essenzen oder Konservierungsmitteln auf den Markt gelangen. Darüber hinaus hat der Bundesrat mit seinem Beschluss vom 19. August 1949 über die Verwertung der Kernobsternte dieses Jahres für Süssmost die Qualitätskontrolle obligatorisch erklärt. Diese wichtige absatzfördernde Massnahme basiert noch auf Vollmachtenrecht. Die Revision des Alkoholgesetzes muss aber hierfür die gesetzliche Grundlage bringen.

Die Aufklärung über die gesundheitlichen Vorzüge des Obstsaftes - dieser misst der Interpellant mit Recht grosse Bedeutung zu - wird nicht vernachlässigt. Die wertvolle Tätigkeit, die einzelne Persönlichkeiten und Organisationen aus Kreisen der Förderer der Volksgesundheit und der Gemeinnützigkeit auf diesem Gebiete entfalten, verdienen unsere Anerkennung und unsern Dank. Die Alkoholverwaltung hat die Drucklegung und Verbreitung einer kürzlich erschienenen, im In- und Ausland stark beachteten Schrift von Herrn Dr. Müller über "Gesundheitsfördernde und heilende Werte der Fruchtsäfte" veranlasst und finanziert. Gerade diese Schrift, die ich mit Interesse gelesen habe, geht vollständig in der Linie dessen, was der Interpellant im Hinblick auf die Aufklärung wünscht. Es handelt sich geradezu um eine ideale Publikation auf diesem Gebiet.

Für die Werbung werden von behördlicher Seite wie von Verwerterkreisen namhafte Mittel zur Verfügung gestellt. Besonderer Wert wird darauf gelegt, die Jugend und die Familien als Konsumenten zu gewinnen. Das geschieht durch Demonstrationen und Degustationen in Schulen und Fabrikbetrieben usw., was wiederum einem besonderen Wunsch des Herrn Interpellanten entspricht. Um dem Süssmost in den bäuerlichen Kreisen und allgemein im ländlichen Haus-

halt vermehrt Eingang zu verschaffen und über seine Selbstherstellung Anleitung zu geben, ist vor 2 Jahren in Wädenswil eine schweizerische Zentralstelle zur Förderung der brennlosen häuslichen und bäuerlichen Obstverwertung geschaffen worden. Auch für ihre Tätigkeit werden bedeutende Mittel aufgewendet.

Sicher spielt neben der Qualität auch der Preis eines Erzeugnisses für dessen Absatzmöglichkeiten eine gewichtige Rolle. Hinsichtlich des Süssmostes ist zu erwähnen, dass der Preis ohne weiteres den Vergleich mit den übrigen Getränken aushält. Gemessen an seinem innern Wert muss der Süssmost sogar als besonders preiswert bezeichnet werden. Der Konkurrenzkampf auf dem Getränkemarkt hat dafür gesorgt, dass der Preis bald nach Kriegsende auf eine Stufe zurückgefallen ist, die nach den Untersuchungen des betriebswissenschaftlichen Institutes der ETH kaum die Gestehungskosten zu decken vermag. Wenn wir den Preis für Süssmost mit demjenigen des zur Interpellation Anlass gebenden Coca-Cola's vergleichen, können wir folgendes feststellen: Ein Liter Süssmost ist heute im Detailverkauf zu 50-75 Rp. erhältlich, während das Coca-Cola, auf den Liter berechnet, rund 2 Franken kostet. Der Konsument hat somit für das Coca-Cola mindestens das Zweifache des Süssmostpreises auszulegen. Beim Süssmost zahlt der Konsument ein bescheidenes Entgelt für den wirklichen Warenwert, bei Coca-Cola dagegen zusätzlich einen währschaftigen Beitrag an die nach amerikanischem Masstab aufgezoene Propaganda.

Im Zusammenhang mit den Massnahmen, die seitens der Bundesbehörden zum Schutz unserer einheimischen alkoholfreien Getränke ergriffen worden sind, möchte ich auf den BRB vom 6. September 1949 über die alkoholfreie Traubenverwertung hinweisen, die durch Beiträge des Bundes den Preis für alkoholfreie Traubensäfte möglichst niedrig halten und auch die Herstellung von Konzentraten fördern möchte.

Zum zweiten Punkt der Interpellation: Coca-Cola wurde im Frühling dieses Jahres durch den Kantonschemiker von Zürich einer

eingehenden Untersuchung unterzogen. Anfangs Mai fand diese Analyse ihren Abschluss. Cocain konnte auch in Spuren nicht nachgewiesen werden. Coffein war nur in sehr geringem Masse, etwa wie in coffeinfreiem Kaffee vertreten. Andere stark wirkende Substanzen waren nicht nachweisbar. Neben den üblichen Bestandteilen einer Limonade wurde dagegen freie Phosphorsäure festgestellt, die in der eidg. Lebensmittelverordnung nicht als zulässiger Bestandteil in Limonade aufgeführt ist und daher wie jede Mineralsäure als verboten zu gelten hat. Eine Beanstandung war die Folge. Zunächst erhob die Gesellschaft energisch Einsprache, wohl in der Meinung, dass hier die Lebensmittelkontrollorgane im Auftrag der Konkurrenz Schwierigkeiten bereiten wollten. Bei den Verhandlungen gelang es jedoch, die schweizerischen und amerikanischen Vertreter der Coca-Cola, zu überzeugen, dass nicht eine Schikane, sondern eine durch das Gesetz durchaus gerechtfertigte Massnahme vorlag. Die Zusammensetzung von Coca-Cola wurde daraufhin prompt geändert und den schweizerischen Anforderungen angepasst. Auch in der Reklame wurde den gesetzlichen Bestimmungen nachgelebt. Es kann festgestellt werden, dass das Getränk heute der schweizerischen Regelung genügt, so dass für die Organe der Lebensmittelkontrolle kein Grund zu neuerlichem Eingreifen mehr besteht. Die Bekämpfung der wirtschaftlichen Auswirkungen der sehr intensiv und geschickten Propaganda kann deshalb nicht die Sache der Lebensmittelpolizei sein.

Ich schliesse. Auch bei einem hochstehenden Obstbau, der erstklassiges Obst liefert, bei einer technisch führenden und wirtschaftlich rationellen Arbeit im Mostereigewerbe und bei intensivster Wirkung sind dem Süssmostabsatz Grenzen gesetzt. Diese Grenzen umspannen aber ein umso weiteres Absatzfeld, je grösser die Bereitschaft unseres Volkes ist, die Erzeugnisse unserer eigenen Scholle, die in erstklassiger Qualität und zu für jedermann erschwinglichen Preisen zur Verfügung stehen, zu würdigen. Es wird eine wichtige Aufgabe gerade der Kreise sein, die der Herr Interpellant vertritt, in unserem Volke diese Bereitschaft unablässig zu wecken und zu mehren. Was an den Behörden liegt und in ihre

Möglichkeiten fällt, werden sie die Massnahmen, von denen ich gesprochen habe, fortsetzen und, wenn es notwendig sein sollte, noch neue, im Bereich ihrer Kompetenz liegende Massnahmen ergreifen.

P r ä s i d e n t: Der Herr Interpellant erhält das Wort zur Erklärung, ob er von der Antwort des Bundesrates befriedigt sei oder nicht.

G e i s s b ü h l e r: Es ist nicht erlaubt, zu diskutieren. Ich habe aber folgende Erklärung abzugeben. Wenn ich richtig verstanden habe, steht in dem Brief des Politischen Departementes an Herrn Bundesrat Etter der Satz, ich hätte mich "spontanément" auf das Politische Departement begeben. Wenn es wirklich so heisst, möchte ich diese Darstellung bestreiten, denn ich wurde eingeladen, hinüberzugehen, ich hätte dort sonst nichts verloren gehabt. Im übrigen möchte ich sagen, dass es mir leid tut, dass Herr Bundesrat Etter über die finanziellen Operationen und über den ganzen Aufbau der Gesellschaft von Coca-Cola nicht orientiert ist. Wir tapen also hier immer noch im Dunkeln und wissen nicht, mit wem wir es zu tun haben. Im übrigen bin ich im grossen und ganzen von der Antwort befriedigt.

P r ä s i d e n t: Damit ist das Geschäft erledigt.
