

**Zeitschrift:** Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge

**Herausgeber:** Bioforum Schweiz

**Band:** 61 (2006)

**Heft:** 3

**Artikel:** Wo die Knospe drauf steht, sind (noch) keine Aromastoffe drin

**Autor:** Hugi, Beat

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-891613>

#### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 28.01.2026

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

# Wo die Knospe drauf steht, sind (noch) keine Aromastoffe drin

An ihrem 6. Biogipfel vom 24. Juni liess das Bioforum Schweiz am Bio Marché im Zofinger Rathaus die brisante Frage «Wie gesund kann Nahrung sein?» debattieren. Gewürzt mit der pikanten Unterzeile «Lebensmittel zwischen Gift und Heilsversprechen.» Hier ein paar Amuse-Bouches in Bio- und Nestlé-Qualität aus illustrem Munde. Das ganze Referat von Hans-Ulrich Grimm lesen Sie ab Seite 7. Begriffsklärungen eines Philosophen folgen auf Seite 12.

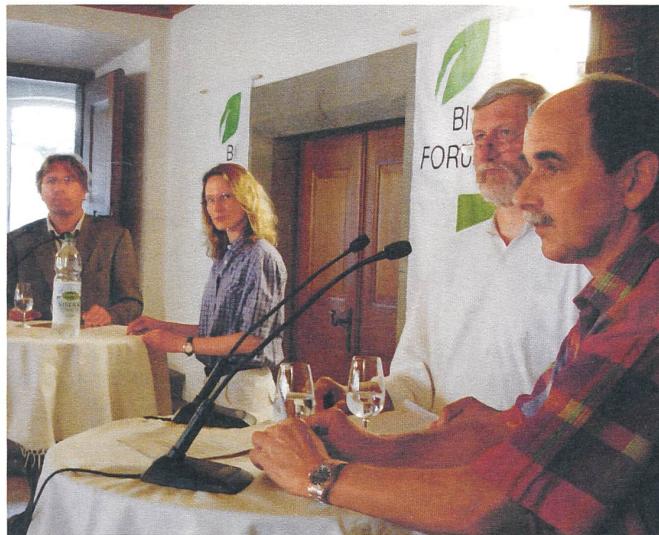
Hans-Ulrich Grimm, früher Spiegel-Redakteur und Feinschmecker, heute freidenkender und feinschmeckender Bestsellerautor aus Stuttgart, lieferte mitten im lokalen Bio Marché-Treiben und globalen WM-Fieber den präzisen Steilpass.

In seinem Impulsreferat legte er zum Auftakt des 6. Biogipfels von Bioforum Schweiz freundlich lächelnd die wichtigsten Todtünden heutiger Nahrungsmittel-Multis frei, pfiff dieses und jenes Foul ab, zog gelbe und rote Karten en masse, sezerte globale Machenschaften fein säuberlich, garnierte eigene Erfahrungen von Gaumen und Geruchssinn mit Hardcore-Beispielen aus seiner Heimatstadt wie dem fernen Tonga.

Der Ernährungsfallen-Fahnder ([www.food-detektiv.de](http://www.food-detektiv.de)) legte dabei keineswegs grimmig, aber umso schlüssiger dar, warum wir uns den eigenen Geschmacks-sinn nicht verbieten lassen dürfen. Warum wir uns von der Lebensmittelindustrie nicht weiter mit Zusatzstoffen und Aromen an der Nase herumführen lassen sollen: «Bei mir gilt schon seit langem: Wenn Aroma draufsteht, ist irgend-etwas faul.»

## Betrug am Gaumen

Hans-Ulrich Grimm wehrte sich für die KonsumentInnen, speziell für die Kinder, dagegen, dass im industriell hergestellten Essen immer öfters nicht das drin



*Am 6. Biogipfel gefragte Leute: Pius Biedermann (vorne), Max Eichenberger, Corinna Roick von Nestlé und Hans-Ulrich Grimm.*



*DRS1-Radiomann Alfred Balmer bündelte die Antworten und bezog ab und zu das Gipfel-Publikum im Zofinger Rathaus mit ein.*

ist, wonach es schmeckt. So habe er einmal bei Knorr nachgefragt, wie viel Huhn denn in einem Vier-

portionenbeutel stecke: «Zwei Gramm Trockenhuhn», sagte der leitende Ingenieur. Er erklärte mir

zudem ungefragt, dass diese zwei Gramm sieben Gramm Nasshuhn entsprechen würden.»

Natürlich sei das kein Betrug im gesetzlichen Sinne: «Aber es ist ein Betrug an unserem Gaumen und an unserer Gesundheit.»

## Der andere Blickwinkel

Ganz anders sah dies an diesem sonnigen Samstag in Zofingen naturgemäß Corinna Roick, Ernährungswissenschaftlerin bei Nestlé Schweiz. Sie stand zusammen mit Pius Biedermann von der Biomolkerei Biedermann und Max Eichenberger, langjähriger Präsident der Markenkommission Verarbeitung Bio Suisse, auf dem Podium. Provoziert vom schon zitierten Hans-Ulrich Grimm und moderiert von Alfred Balmer, Agrar- und Konsumspezialist bei Radio DRS 1.

Corinna Roick versicherte der stark dotierten Runde und den gutgefüllten Reihen, dass Nestlé nicht nur ungesunde Produkte herstellt, sondern beispielsweise für die neue Mövenpick-Glace frische Früchte und für die Cailler-Schokolade Vanille-Extrakt verwendet würden statt Vanillin: «Im Hirz-Jogurt sind 10 Prozent richtige Früchte drin und nicht Sägespäne. Ein bisschen Aroma braucht es dann schon auch, weil wir ja sonst bei 10 Prozent Fruchttanteil gar keine Frucht schmecken würden. Nestlé stellt damit sicher keine ungesunden Produkte her. Nestlé hat Erfolg,

weil sie den KonsumentInnen das bietet, was sie sich wünschen. Als Ernährungswissenschaftlerin bin ich auch daran interessiert, dass wir beispielsweise den Zuckergehalt in den Produkten reduzieren können. Nur zeigen uns die Konsumentenumfragen, dass mehr Süsse erwünscht ist. Selbst wir von Nestlé haben Mühe, ein Produkt zu verbessern.»

### Knospe unter Druck

Ganz anders beim Biojogurt Bio Suisse, schloss Max Eichenberger gleich an: «Es gibt grundsätzlich keine Knospe-Produkte mit Aroma- oder Farbstoffen. Bis heute konnten wir im Biobereich diese Verarbeitungsrichtlinien sehr streng handhaben. Mit der Öffnung der EU wird das sicher schwieriger. Der Druck wird stärker. In spätestens zehn

Jahren wird eine Firma natürliche Aromen anbieten. Die Knospe wird versuchen, dem entgegen zu halten. Die Täuschung des Körpers ist ein ganz wichtiges Thema. Und die Süsstoffe. Hier ist der Druck ebenfalls enorm gross, dass die Knospe sich öffnet und Konzessionen macht. Das haben wir bis heute nicht getan.»

Bio-Jogurt-Produzent Pius Biedermann legte vieldeutig nach: «Die Konsumentengewohnheiten verändern sich laufend. Dem müssen wir in der Verarbeitung entsprechen. Wir versuchen, das aber nicht mit Aromastoffen zu erreichen, sondern mit neuen Erdbeersorten, die den entsprechenden Geschmack bieten. Wir müssen auch Convenience-Produkte anbieten können. Diese entwickeln wir aber strikter im Rahmen der Biogrundsätze.» Ein echtes Biojogurt lasse sich übrigens auch in

einem industrialisierten Grossbetrieb wie dem von Pius Biedermann fertigen, ist Max Eichenberger von Bio Suisse überzeugt: «Das muss nicht immer ein kleiner Betrieb sein. Das Problem ist aber der Transport der Milch. Die Rohmilch ist ein heikles Produkt. Sie muss mit Sorgfalt und innerhalb kleinster Distanzen bewegt werden, um die Qualität garantieren zu können, die die Konsumenten von einem Biojogurt zu Recht erwarten.»

Pius Biedermann zog einmal mehr lächelnd nach: «Es ist unsere Aufgabe, moderne Technologien im Sinne des Biogedankens anzuwenden. Wir versuchen damit, neue, trendige Bioprodukte zu entwickeln. Wir gehen dafür auch mal in den Clinch mit Bio Suisse.»

Genauso wie Corinna Roick für Nestlé den Vergleich

mit Bio bis zum Schluss nicht scheute: «Es wird immer Genussmittel geben, die als ungesund angesehen werden, aber Freude machen. Nestlé bekennt sich aber klar zu seinem Slogan <good food is good life>. Warum hier die böse Industrie und dort das gute Bio? Beides lässt sich bestens kombinieren. Wenn die Konsumentinnen und Konsumenten es wünschen.»

Warum Nestlé sich nicht mit Bio befasst, wusste Corinna Roick nicht: «Ich arbeite in einer anderen Abteilung. Ich kenne nicht die ganze Strategie.»

*Beat Hugi*



**Im 250g Beutel –  
für praktisch  
perfekten  
Kaffeegenuss!**

Der frisch geröstete Bio Max Havelaar-Café im 250g Beutel sorgt für den praktischen Kaffeegenuss – für Zuhause oder im Büro, einfach perfekt! Fair und direkt vor Ort gehandelt. Mit jeder Tasse helfen Sie unabhängigen Kaffeeleinbauern.

Neu: Café Bohnen 250g  
Espresso Bohnen 250g  
Café gemahlen 250g  
Espresso gemahlen 250g

Fritz Bertschi AG, Rührbergstrasse 13,  
CH-4127 Birsfelden, Tel. 061 313 22 00

[www.bertschi-cafe.ch](http://www.bertschi-cafe.ch)