

«Wer Wasser kaufen will, muss lange suchen»

Mexiko Die Weltgesundheitsorganisation WHO empfiehlt den Ländern, Süssgetränke zu besteuern. Mexiko ist als erstes Land darauf eingestiegen, dank Konsumentenschützer Alejandro Calvillo.

INTERVIEW **SIMON JÄGGI** FOTOS **JAMES WHITLOW DELANO**



Die simple Frage «Würden Sie Ihrem Kind zwölf Löffel Zucker geben?» sollte den Menschen klarmachen, dass sich in einer Flasche Cola oder Fanta mindestens zwölf Kaffeelöffel reiner Zucker befinden. Es hat funktioniert: Mit seiner Aufklärungskampagne ebnete Alejandro Calvillo den Weg zu einer nationalen Zuckersteuer in Mexiko. Ein Gespräch mit dem Mann, der die Diskussion über Zucker weltweit ins Rollen brachte.

Herr Calvillo, seit zehn Jahren kämpfen Sie gegen Übergewicht, Diabetes und den Einfluss der Süssgetränke-industrie. Weshalb?

Fettleibigkeit ist eines der grössten Gesundheitsprobleme in Mexiko. In keinem anderen Land nahmen die Fälle von Übergewicht bei Kindern und Diabetes schneller zu als in Mexiko. Innerhalb von 15 Jahren hatte sich die Zahl von Menschen, die an Diabetes starben, verdoppelt: von rund 50 000 im Jahr 2000 auf 100 000 im Jahr 2015. Die Zahl übergewichtiger Kinder wuchs stärker als in jedem anderen Land. Als meine Frau und ich vor zehn Jahren unsere Konsumentenschutzorganisation gründeten, war klar, dass wir uns auf dieses Thema fokussieren müssen.

Wo sehen Sie die Ursachen für die plötzliche Zunahme der gesundheitlichen Probleme?

Die offiziellen Daten zeigen vor allem eines: Der Konsum von Früchten und Gemüse ist stark zurückgegangen, während der Konsum von industriell verarbeiteten Lebensmitteln und insbesondere Süssgetränken stark zugenommen hat. Heute trinkt jede Mexikanerin, jeder Mexikaner pro Jahr im Schnitt 163 Liter Süssgetränke. Das ist viel mehr als in jedem anderen Land der Welt, 30 Prozent mehr als in den USA.

Wie kam es zu diesem Rekord?

Erdbeben führten immer wieder zur Zerstörung von Wasserreservaten, die Wasserqualität in den Grossstädten nahm ab, und vor 20 Jahren kam es zu einer Cholera-Epidemie. Das schadete dem Image von Trinkwasser. Hinzu kam der enorme Einfluss der grossen Getränkefirmen wie PepsiCo und Coca-Cola.

Einfluss worauf?

Der frühere Präsident Vicente Fox leitete lange Zeit, bevor er im Jahr 2000 sein Amt antrat, die Geschäfte von Coca-Cola in Lateinamerika. Während Fox' Amtszeit wurde Coca-Cola in Mexiko zum Marktführer, steigerte den Umsatz um fast 50 Prozent und erhielt unbeschränkte Wassernutzungsrechte für das Land. Auf Fox folgte Präsident Felipe Calderón, der eine sehr enge Beziehung zum Coca-Cola-Konkurrenten PepsiCo pflegte. Aber auch Femsa, Coca-Colas weltweit grösster Flaschenab-

füller, spielt eine wichtige Rolle. Diese Unternehmen üben einen starken Einfluss auf die mexikanische Politik aus. Als unser Gesundheitsminister vor einigen Jahren eine Gesundheitsbehörde ins Leben rief, die angeblich zum Ziel haben sollte, die Fettleibigkeit zu bekämpfen, besetzte er die Hälfte aller Sitze im Aufsichtsrat mit Vertretern aus der Industrie.

Welche Chancen haben Sie und Ihre Frau sich ausgerechnet, etwas bewirken zu können, als Sie vor zehn Jahren eine Konsumentenschutzorganisation gründeten?

Ich hatte zuvor zwölf Jahre lang Kampagnen für Greenpeace geleitet. Das war eine gute Voraussetzung. Hinzu kam, dass in Teilen der Gesellschaft und der Regierung ein Konsens darüber bestand, dass sich etwas ändern müsse. Unser erstes Ziel war es, ein Bewusstsein in die Bevölkerung zu tragen. Damals waren der Zuckerkonsum und die damit verbundenen gesundheitlichen Probleme in der Öffentlichkeit nur am Rande ein Thema. Heute sprechen alle in Mexiko über Übergewicht und Diabetes.

Wie haben Sie eine derart grosse Kampagne finanziert?

Von Beginn weg versuchten wir Gelder von Stiftungen zu erhalten, aber in allen Stiftungsräten in Mexiko ist auch die Industrie vertreten. Sie wehrten sich gegen eine