

Stevia

Zuckersüss und kalorienfrei

Heidi Gmür, Sydney 18.4.2015



In Paraguay wird schon seit Jahrhunderten mit kalorienfreier Stevia gesüsst. (Bild: Reuters)

Der Zuckerersatzstoff Stevia ist pflanzenbasiert, süsser als Zucker und kalorienfrei. Das klingt wie ein Heilsversprechen im Kampf gegen Fettleibigkeit und Diabetes. Der Markt steckt jedoch noch in der Pubertät.

Grün gleich natürlich und gesund. Das ist die Botschaft, die Coca-Cola mit dem neuen, grün eingefärbten Produkt «Cola Life» vermitteln möchte. Das Getränk ist mit einem Extrakt aus den Blättern der Pflanze Stevia gesüsst. Teilweise wenigstens. Es enthält 35% weniger Zucker und damit auch 35% weniger Kalorien als das Original und ist diesem im Geschmack ähnlicher als die künstlich gesüsst Null-Kalorien-Varianten. Aber nicht nur Coca-Cola setzt auf Stevia, sondern auch Konkurrenten wie Pepsico und Dr. Pepper und viele weitere Getränke- und Nahrungsmittelhersteller. Inzwischen gibt es weltweit mehrere tausend Produkte, die den Süsstoff enthalten.

Grosses Potenzial

Coca-Cola mag Stevia zu weltweiter Prominenz verholfen haben. Die Pflanze, deren Extrakt über eine 200- bis 350-mal höhere Süsstkraft als Zucker verfügt, wurde in Südamerika jedoch schon seit Hunderten von Jahren zum Süssen von Tee genutzt. Es war schliesslich ein Ende des 19. Jahrhunderts vom Tessin nach Südamerika ausgewandeter Botaniker, der gebürtige Italiener Moisés Bertoni, der in Paraguay auf das Honigkraut stiess und es erstmals beschrieben hatte. In Japan wurde Stevia bereits ab den 1970er Jahren kommerziell angebaut und wurden die aus den Blättern gewonnenen Steviolglykoside als Süsststoff verwendet; sein Anteil am Markt von Zuckerersatzstoffen soll bereits Ende der 1980er Jahre rund 40% betragen haben. In den vergangenen zehn Jahren wurde der Süsststoff nun auch von den Lebensmittelbehörden westlicher Staaten als unbedenklich eingestuft und zugelassen, 2008 etwa in den USA, Ende 2011 auch in der EU.

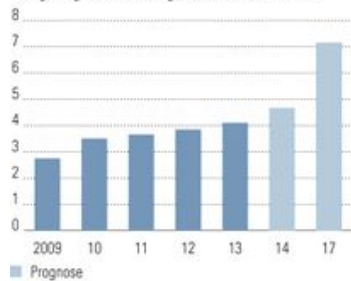
Parallel dazu wuchs die Euphorie im Markt. Tatsächlich konnte der Rohstoff ein kräftiges jährliches Wachstum verzeichnen. Betrug das Volumen gemäss Angaben des Beratungsunternehmens Zenith International 2006 noch weniger als 1000 t, waren es 2013 bereits 4100 t. Und glaubt man den Prophezeiungen der Marktteilnehmer, wird Stevia in einem zunehmend kalorien- und gesundheitsbewussten Markt je länger, je mehr nicht nur den künstlichen Süsstoffen wie Aspartam und Saccharin Marktanteile wegnehmen, sondern auch dem herkömmlichen, kalorienreichen Zucker.

Optimistische Prognosen

Theoretisch ist das Potenzial riesig. Im Jahr 2014/15 dürften laut dem US- Landwirtschaftsministerium weltweit erstmals über 170 Mio. t Zucker konsumiert werden; ein Geschäft, dessen Wert auf rund 60 Mrd. \$ geschätzt wird. Hinzu kommt der Markt der Zuckersubstitute mit einem Wert von 10–12 Mrd. \$, wovon wiederum auf Maissirup rund 70% entfallen; Aspartam und Saccharin sowie Sucralose sind bei den künstlichen Süsstoffen führend. Die Credit Suisse ging 2013 in einer Studie von einem Marktwert der Zuckersubstitute ohne Maissirup von 1,2 Mrd. \$ aus. Gerne zitiert wird von Marktteilnehmern eine frühere Prognose der Weltgesundheitsorganisation WHO, wonach Stevia bei den Ersatzstoffen dereinst einen Marktanteil von 20–30% erreichen könnte.

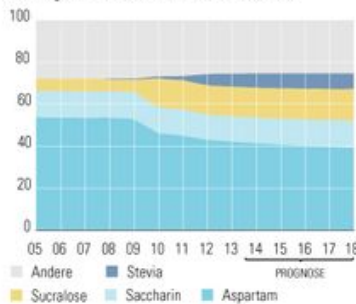
Ein kleiner Markt mit Wachstumspotenzial

Stetig steigende Nachfrage nach Stevia, in 1000 t

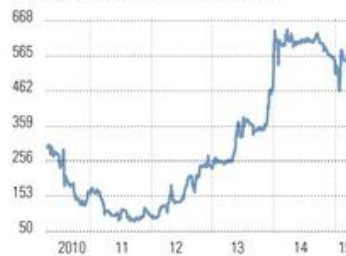


QUELLEN: ZENITH INTERNATIONAL, THOMSON REUTERS, LSE

Stevia gewinnt Marktanteile in den USA, in %



Aktienkurs von Pure Circle hebt ab, in GBX



NZZ-INFOGRAFIK / uif

Frühere Prognosen haben sich allerdings auch schon als deutlich zu optimistisch herausgestellt. So sagte Zenith International im Jahr 2011 voraus, dass das Volumen von Stevia bis 2014 auf 11 000 t ansteigen werde, bei einem Wert von 825 Mio. \$. Letztes Jahr hat das Unternehmen dann vermeldet, dass die Produktion 2014 lediglich 4670 t (336 Mio. \$) erreichen dürfte. Derzeit prognostiziert es für 2017 eine Menge von 7150 t bei einem Wert von 578 Mio. \$. In wichtigen asiatischen Märkten wie Indien und Indonesien, hielt es zugleich fest, verbleibe die gesundheitliche Motivation (zur Umstellung) geringer, und es sei zu erwarten, dass es noch einige Jahre dauere, bis Stevia in diesen Ländern abhebe.

Auch diese Angaben sind mit Vorsicht zu geniessen, zumal es (noch) kaum kostenfrei zugängliche, verlässliche Statistiken gibt. Und die Zahlen, die herumgeboten werden, variieren zum Teil beträchtlich. So schätzen andere Quellen den Wert des Stevia-Marktes gegenwärtig auf erst 200 Mio. \$. Angaben zur Produktion sind ebenfalls spärlich. Man kann aber davon ausgehen, dass China das mit Abstand wichtigste Anbaugebiet von Stevia ist, es folgt Paraguay. Die grössten Nachfragemärkte sind die USA, Japan, China und die EU.

Obwohl der Markt noch in der Pubertät steckt, hat der Wachstumsschub in den vergangenen Jahren einige Unternehmen in luftige Höhen gehoben. Allen voran das vertikal integrierte Unternehmen Pure Circle mit Sitz in Malaysia, das nach eigenen Angaben der grösste Hersteller von Stevia-Süsstoff ist. Der Kurs seiner Aktie an der Londoner Börse hat sich seit Ende 2011 verfünffacht. Im Finanzjahr 2013/14 konnte es seinen Umsatz zudem um 44% auf 101 Mio. \$ steigern. Auch die Baselbieter Firma Evolva ist auf den Zug aufgesprungen: Sie hat in Kooperation mit dem US-Konzern Cargill ein Fermentierungs-Verfahren zur Produktion des Süsstoffes entwickelt, das nicht nur die Kosten reduzieren, sondern auch das Geschmacksprofil des Produkts verbessern soll.

Relative Natürlichkeit

Dass ein pflanzenbasierter Süsstoff wie Stevia in Zeiten der zunehmenden Verbreitung von Fettleibigkeit und Diabetes einen Nerv trifft und grosses Potenzial hat, ist unbestritten. So natürlich, wie den Konsumenten

manchmal weisgemacht wird, sind die Stevia-Produkte offenbar aber nicht immer. Denn die Steviolglykoside müssen zunächst in einem mehrstufigen Verfahren aus den Pflanzenblättern extrahiert und gereinigt werden. Ende 2014 hat Cargill Sammelklägern in den USA eine Entschädigung von 6 Mio. \$ bezahlt; diese hatten geltend gemacht, dass die Bezeichnung «natürlich» auf einem seiner Stevia-Produkte irreführend sei, zumal die Steviolglykoside mittels eines chemischen Verfahrens hergestellt würden.