

Schroders

TalkingPoint



Folgt nach dem Christstollen eine „Übergewichtssteuer“?

Von Charles Somers, Fondsmanager des Schroder ISF Global Demographic Opportunities Fund



Charles Somers

Fondsmanager des
Schroder ISF Global
Demographic
Opportunities Fund

Dezember 2012

Problem zu bekämpfen. Die Frage, die sich nun viele stellen, ist, ob ein mit der Tabakindustrie vergleichbares Szenario auch für den Lebensmittel- und Getränkesektor droht.

Übergewicht und die damit verknüpfte Gesetzgebung stellen ein Thema dar, das in Zukunft an Dynamik gewinnen könnte. Allerdings ist die Veränderung der Essgewohnheiten der Verbraucher in den Industriestaaten nach Aussage vieler Branchenakteure ein komplexes Problem, bei dem es um weit mehr geht als um Kosten. Doch wie wahrscheinlich ist die Einführung einer Steuer für Übergewichtige tatsächlich?



Auch wenn in den Medien und in der Branche sehr viele Gerüchte über weitere geplante „Übergewichtssteuer“-Initiativen kursieren, gibt es nur in wenigen Ländern konkret geplante Maßnahmen.“

Dänemark war das erste Land, das eine Steuer auf gesättigte Fettsäuren eingeführt und mit dieser Maßnahme für viel Aufsehen gesorgt hat. Seit Oktober 2011 werden Lebensmittel, die mindestens 2,3 Prozent an gesättigten Fettsäuren enthalten, zusätzlich besteuert. Der dänische Rat für Landwirtschaft und Nahrungsmittel geht davon aus, dass eine dänische Familie aufgrund dieser Steuer bei unveränderten Essgewohnheiten 1000 Kronen (135 Euro) zusätzlich pro Jahr ausgeben muss. Tabelle 1 bietet einen Überblick über die derzeit geltenden Steuern für „Übergewicht“.



Schroders

Tabelle 1: Übersicht über Steuern auf Lebensmittel und Getränke und andere Initiativen

Land	Status	Beschreibung
Dänemark	Eingeführt	Eine Steuer auf Nahrungsmittel mit einem Anteil an gesättigten Fettsäuren von über 2,3 % (Fleisch, Käse, Butter, Speiseöl, Margarine, Brotaufstrich, Snacks, usw.) wurde 2011 eingeführt. Verbraucher zahlen 16 Kronen (2,15 EUR) pro kg gesättigte Fettsäuren auf einheimische und importierte Lebensmittel, was einer Preissteigerung von bis zu 30 % für ein Päckchen Butter, von 8 % für eine Tüte Chips und von 7 % für einen Liter Olivenöl entspricht. Erwartet werden Steuereinnahmen von über 200 Mio. EUR pro Jahr und ein Rückgang des Verbrauchs gesättigter Fettsäuren um 4 %. Dänemark hatte zudem bereits 2010 die Verbrauchssteuern auf Schokolade, Speiseeis, zuckerhaltige Getränke und Süßwaren um 25 % angehoben. Die Dänen zahlen zusätzlich 16 dänische Kronen pro kg gesättigte Fettsäuren.
Finnland	Eingeführt	Eingeführt wurde eine Steuer auf Süßwaren. Ausgenommen sind Kekse, Brötchen und Backwaren. Die Steuer sollte zunächst bei fast 1 EUR pro kg liegen, wurde jedoch anschließend auf 0,75 EUR pro kg gesenkt. Die bestehende Verbrauchssteuer auf Soft Drinks wurde von 4,5 Cent auf 7,5 Cent pro Liter angehoben.
Frankreich	Eingeführt	Eine Steuer auf Soft Drinks mit Zucker- und Süßstoffzusatz wurde im Januar 2012 eingeführt. Sie liegt bei 7,16 EUR pro Hektoliter (0,072 EU pro Liter oder rund 0,024 EUR pro 0,33 l-Dose) für beide Kategorien. Die Steuer wird von in Frankreich ansässigen Herstellern und Importeuren entrichtet. Die erwarteten Steuereinnahmen liegen bei rund 280 Mio. EUR pro Jahr.
Ungarn	Eingeführt	Eine Steuer auf ausgewählte verarbeitete Lebensmittel mit hohem Zucker-, Salz- oder Koffeingehalt wurde eingeführt. Davon sind kohlensäure- und zuckerhaltige Getränke betroffen. Die Ungarn zahlen eine Steuer in Höhe von 10 Forint (0,037 EUR) auf Lebensmittel mit hohem Fett-, Zucker- und Salzgehalt sowie höhere Steuern auf Limonade und Alkohol. Die erwarteten Steuereinnahmen von 70 Mio. EUR dienen der Finanzierung des staatlichen Gesundheitssystems. Die Adipositasquote in Ungarn liegt bei 18,8 % und liegt damit um 3,3 % über dem EU-Durchschnitt.
Polen	Wird diskutiert	Die polnische Regierung wählt derzeit die Vorteile einer „Übergewichtssteuer“ oder Erhöhung der Mehrwertsteuer auf ungesunde Lebensmittel ab. Derzeit beträgt die Mehrwertsteuer auf Nahrungsmittel 8 %. Vorgeschlagen wurde eine Erhöhung auf 23 %, um die Bevölkerung vom Genuss ungesunder Lebensmittel abzuhalten. Polen schaffte in den 1990er Jahren die Subventionen auf Tierfette ab und erlaubte den Import pflanzlicher Öle, was zu einem deutlichen Rückgang in der Sterberate aufgrund von Herz-Kreislauf-Erkrankungen führte.
Rumänien	Wird diskutiert	Auch in Rumänien wurde Anfang 2011 über eine „Fettleibigkeitssteuer“ nachgedacht, die sich nicht nur auf Limonaden und Süßwaren, sondern auf Fast Food im Allgemeinen beziehen sollte. Der rumänische Gesundheitsminister Attila Cseke erklärte, dass die Steuer „prozentual auf den Umsatz mit Fast-Food-Produkten erhoben werde“ und eingesetzt werden soll, um „die Budgets für Gesundheitsprogramme und Investitionen in die Infrastruktur des Gesundheitssystems zu erhöhen“. Die Idee wurde jedoch verworfen, nachdem die Regierung die potenziellen Auswirkungen auf die Verbraucher mit Blick auf steigende Lebensmittelpreise evaluiert hatte.
GB	Wird diskutiert	Premierminister David Cameron erklärte im Oktober 2011, dass die Regierung die Einführung einer „Übergewichtssteuer“ erwäge, um die zunehmende Fettleibigkeit in Großbritannien zu bekämpfen.
USA	Eingeführt (auf Ebene von Bundesstaaten und Städten)	Verschiedene Bundesstaaten und Städte erheben eine Umsatzsteuer auf Erfrischungsgetränke, Snacks und Süßwaren. Keine dieser Steuern ist jedoch explizit als „Übergewichtssteuer“ benannt.

Quelle: staatliche Websites, BofA Merrill Lynch Global Research, Juni 2012

Auch wenn in den Medien und in der Branche sehr viele Gerüchte über weitere geplante „Übergewichtssteuer“-Initiativen kursieren, gibt es nur in wenigen Ländern konkret geplante Maßnahmen. Viele Länder scheinen auf die Ergebnisse des dänischen „Experiments“ zu warten. Allerdings nimmt dort die zunächst sehr starke öffentliche und politische Unterstützung rapide ab. In den vergangenen Wochen meldeten Berichte, dass die Fettsteuer zusammen mit der für Januar 2013 geplanten „Zuckersteuer“ sogar komplett abgeschafft werden könnte. Die Entwicklung steht noch am Anfang, doch die meisten politischen Parteien haben bereits erklärt, dass sie zu Verhandlungen über eine Rücknahme der Steuern bereit sind. Dies dürfte die Chancen für weitere gesetzliche Maßnahmen zur Bekämpfung von Fettleibigkeit in anderen Ländern sicherlich schmälern.



Während Tabakkonsum schädlich ist, gehören Fett, Zucker und Salz in Maßen zu unserer Ernährung. Daher ist es nicht einfach, zu ermitteln, was und wie viel genau besteuert werden sollte.“

Wie stark würde eine Steuer das Verbraucherverhalten beeinflussen?

Parallelen zu den Auswirkungen der Tabaksteuer auf den Zigarettenkonsum werden mit Blick auf die steigende Adipositasquote natürlich gezogen, haben aber aufgrund zentraler Unterschiede keine besondere Aussagekraft: Auf Zigaretten kann vollständig verzichtet werden – auf Lebensmittel hingegen nicht. Während Tabakkonsum schädlich ist, gehören Fett, Zucker und Salz in Maßen zu unserer Ernährung. Daher ist es nicht einfach zu ermitteln, was und wie viel genau besteuert werden sollte. Idealerweise würden wir den *übermäßigen Konsum* von Fett besteuern. Doch das ist natürlich nicht möglich.

Es gibt keine Belege dafür, dass die Steuern auf zuckerhaltige Soft Drinks in US-amerikanischen Bundesstaaten eine Veränderung des Verbraucherverhaltens bewirkt haben, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, dass die Steuersätze sehr niedrig sind (zwischen 1% und 8 %). Es ist noch zu früh, um aussagekräftige Ergebnisse zu den Auswirkungen der dänischen Fettsteuer zu erhalten, doch eine im November durchgeführte Umfrage deutet darauf hin, dass nur sieben Prozent der Bevölkerung ihre Essgewohnheiten verändert haben.

Die Auswirkungen steigender Lebensmittelpreise auf das Verbraucherverhalten wurden bislang nicht ausreichend analysiert. Eines scheint jedoch klar zu sein: Steuern auf Nahrungsmittel müssten äußerst hoch sein, um Verhaltensänderungen zu bewirken. In einer Studie aus dem Jahr 2007 des Forum for Health Economics and Policy (*Fat Taxes: Big Money for Small Change*, Hayley Chouinard, David Davis, Jeffrey LaFrance, Jeffrey Perloff, 2007) wurden zum Beispiel die Auswirkungen einer Fettsteuer von zehn Prozent auf Milchprodukte untersucht. Das Ergebnis war ein Rückgang des Fettkonsums um weniger als ein Prozent. In einem im Mai im British Medical Journal veröffentlichten Artikel (*Taxing unhealthy food and drinks to improve health*, Oliver Mytton, Dushy Clarke, Mike Rayner, Mai 2012) geben die Autoren an, dass Soft Drinks mit mindestens 20 Prozent besteuert werden müssten, damit sich das Verbraucherverhalten so ändert, um die Übergewichtigkeitsrate zu beeinflussen.

Wie sehr würde eine „Übergewichtssteuer“ die Unternehmen treffen?

Die dänische Lebensmittelindustrie hat darauf hingewiesen, dass Preiserhöhungen zu rückläufigen Unternehmenserträgen und Produktionsvolumen und damit zum Verlust von mehr als 2.000 Arbeitsplätzen führen würden. Einige Unternehmen gaben an, dass die Einführung einer Zuckersteuer sogar das Erreichen der Gewinnzone gefährden würde.



Im Jahresbericht von Coca-Cola werden Übergewicht, die damit verbundenen negativen Pressemeldungen und die möglichen neuen gesetzlichen Bestimmungen an oberster Stelle der Liste der 30 größten Profitabilitätsrisiken genannt.

Es ist schwer zu sagen, wie viel davon auf überzogene Ängste der Lobbyisten zurückzuführen ist. Viele Großunternehmen profitierten von einer hohen Diversifizierung. Nestle zum Beispiel erzielt einen erheblichen Umsatzanteil mit Wasser, Kaffee, Tiernahrung und Babynahrung. Kepler Capital Markets geht davon aus, dass rund 30 Prozent des Portfolios von Nestle von einer Fettsteuer betroffen wären. Auch das Portfolio von Unilever, Hersteller verschiedener Margarinen, Speiseeissorten und Brotaufstriche, verteilt sich zu mehr als 50 Prozent auf Haushalts-, Textil- und Körperpflegeprodukte, so dass das Engagement nur rund 25 Prozent beträgt.

Die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie scheint sich jedoch nicht auf ihren Lorbeeren auszuruhen. Im Jahresbericht von Coca-Cola werden Übergewicht, die damit verbundenen negativen Pressemeldungen und die möglichen neuen gesetzlichen Bestimmungen an oberster Stelle der Liste der 30 größten Profitabilitätsrisiken genannt.

Selbstverständlich fordert die Branche eine Selbstregulierung statt staatlicher Maßnahmen. Viele Unternehmen leiten präventive Schritte ein und verändern die Zusammensetzung ungesunder Produkte. Mars zum Beispiel hat den Anteil gesättigter Fettsäuren in Mars- und Snickers-Schokoriegeln um 15 Prozent mit dem Argument gesenkt, unabhängige Tests hätten einen identischen Geschmack bestätigt. Die Umstellung hat fünf Jahre gedauert und mehrere Millionen Dollar an Forschungs- und Entwicklungs-Kosten verursacht. Andere Hersteller versuchen zwischenzeitlich, die Gewinne durch den Erwerb wachstumsstarker Marken mit gesünderen Produkten und hohen Margen oder die Einführung eigener gesunder Produktlinien zu steigern.

Nicht steuerbezogene Maßnahmen

Staatliche Maßnahmen zur Bekämpfung von Übergewicht müssen nicht zwangsläufig steuerbezogen sein. Es gab verschiedene Versuche, Gesetze zur Einschränkung von auf Kinder ausgerichteter Werbung zu erlassen. Einige dieser Versuche waren erfolgreich, die meisten scheiterten jedoch aufgrund des Rechts der freien Meinungsäußerung. Die meisten Maßnahmen finden bislang im Rahmen einer branchenweiten Selbstregulierung oder freiwilliger Schritte

einzelner Unternehmen statt. So haben wichtige Unternehmen in der EU Mindeststandards unterzeichnet, nach denen sie keine Werbung für Nahrungsmittel und Getränke schalten, die sich an Kinder unter zwölf Jahren richtet. Im Juni untersagte Walt Disney Co als erstes großes Medienunternehmen die Werbung für Fast Food auf allen TV-Kanälen, Radiosendern und Websites des Unternehmens ab 2015.

Die branchenweiten Auswirkungen waren jedoch relativ beschränkt. Interessengruppen und Adipositas-Experten führen an, dass Werbeverbote zwar nachgewiesenermaßen zu einem Rückgang des Body-Mass-Index führen können, eine Selbstregulierung jedoch nur halb so effektiv ist wie eine formale Regulierung.

Eine weitere nicht steuerbezogene Maßnahme wäre eine eindeutigere Kennzeichnung. Doch auch dieser Ansatz ist in seiner Wirkung umstritten.

Fazit

Auch wenn wir nicht zur Sorglosigkeit raten, sind die geplanten staatlichen Maßnahmen doch recht vage. Es liegen keine eindeutigen Belege dafür vor, dass die Verbraucher ihr Verhalten verändern werden. Zumal aktuell scheinen für die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie keine Risiken zu bestehen.

Wichtiger Hinweis

Die hierin geäußerten Ansichten und Meinungen stammen von Charles Somers, Consumer Sector Specialist, Global Equities, und stellen nicht notwendigerweise die in anderen Mitteilungen, Strategien oder Fonds von Schroders ausgedrückten oder aufgeführten Ansichten dar.

Nur für professionelle Anleger und Berater. Dieses Dokument ist nicht für Privatkunden geeignet.

Dieses Dokument dient nur Informationszwecken und ist keinesfalls als Werbematerial gedacht. Das Material ist nicht als Angebot oder Werbung für ein Angebot gedacht, Wertpapiere oder andere in diesem Dokument beschriebene verbundene Instrumente zu kaufen. Keine Angabe in diesem Dokument sollte als Empfehlung ausgelegt werden. Dies ist kein Ausschluss und keine Beschränkung der Verpflichtung oder Haftung, die SIM gemäß dem Financial Services Markets Act 2000 (in seiner gültigen Fassung) oder einer anderen Gesetzgebung gegenüber seinen Kunden hat. Individuelle Investitions- und/oder Strategieentscheidungen sollten nicht auf Basis der Ansichten und Informationen in diesem Dokument erfolgen. Herausgegeben von Schroder Investment Management Limited, 31 Gresham Street, London EC2V 7QA. Zugelassen und unter der Aufsicht der Financial Services Authority.