

# McDonald's verpasst Happy Meal eine Schlankheitskur

ZÜRICH. Hamburger statt Cheeseburger, Rüebl statt Pommes frites - McDonald's will den Kaloriengehalt seines Kindermenüs senken.

**KONTROVERS** Die Fast-Food-Kette McDonald's will ihren Gästen weltweit gesündere Alternativen im Sortiment anbieten. Neu steht in den USA etwa der Cheeseburger nicht mehr zur Standard-Auswahl fürs Happy Meal.

Der Cheeseburger hat 305 Kalorien, 50 mehr als ein Hamburger. Ein Kindermenü mit Cheeseburger, Coca-Cola, Pommes frites und Früchtepüree hat insgesamt 723 Kalorien. In der Schweiz versucht



McDonald's will die Kalorienmenge des Happy Meal senken. MADZIA71

McDonald's diesen Wert zu senken und wirbt etwa mit Rüebl statt Pommes. Weltweit sollen bis 2022 mindestens die Hälfte der auf Menütafeln und Bestellbildschirmen gezeigten

Happy-Meal-Combos maximal 600 Kalorien enthalten. Ernährungswissenschaftler David Fäh, Dozent an der Berliner Fachhochschule, kritisiert den Fokus auf den Kalorien-

gehalt: «Es gibt bei Kindern grosse Unterschiede, wie viele Kalorien sie brauchen.» Gerade in den USA sei der Kalorienbedarf eher niedrig. Dass der Kaloriengehalt des Happy Meal gesenkt wird, reicht für Fäh darum nicht: «Die Frage ist vor allem, wie gut diese Mahlzeiten sättigen.» Das Kind müsse vom gesünderen Happy Meal auch satt werden: «Wenn das Kind dann noch ein Dessert braucht, um sich satt zu fühlen, bringt der gesenkte Kaloriengehalt auch nichts», so Fäh. Auch für den Gastronomie-Experten Leo Egloff ist die Aktion eher «ein mühseliger Versuch» von McDonald's, auf der Gesundheitswelle mitzureiten. Diese werde aber wieder abebben. RAPHAEL KNECHT

## So soll der Elbtower in Hamburg aussehen



HAMBURG. Nach der Elbphilharmonie kommt der Elbtower – ein spektakuläres Hochhaus in Hamburg, dessen Fertigstellung für

Mitte 2025 geplant ist. Der Turm wird mit 233,3 Metern zum höchsten Gebäude der Hansestadt. Geplant sind 70 000 Quadratmeter

Büroflächen, ein Hotel sowie Flächen für den Einzelhandel. Wohnungen soll es keine geben. 20M/FOTO: STADT HAMBURG/CHIPPERFIELD

## Lufthansa-Logo in Warteschleife

BERN. Die Lufthansa ist künftig mit einem neuen Logo unterwegs. Nach über 800 Entwürfen und eigenen Farb- und Schriftentwicklungen wird es nun sieben Jahre dauern, bis die Anpassungen umgesetzt sind. Schneller wäre der Wandel kaum zu bewältigen. Einerseits, weil die Luft-

hansa ein riesiges, global agierendes Unternehmen ist. Rund 160 Millionen Gegenstände werden allein in den nächsten zwei Jahren ausgetauscht. An Bord eines grossen Flugzeugs ist das Logo über 40 000-mal vorhanden. Andererseits soll der Wandel aber auch so wirtschaftlich wie möglich vonstat-

tehen. Die Flugzeuge der bestehenden Flotte werden beispielsweise erst dann umgespritzt, wenn aus technischen Gründen ohnehin eine Lackierung fällig wird. Viele Artikel wie beispielsweise die Kleiderbügel der Businessclass werden erst ersetzt, wenn sie kaputt sind. SDA

## Immo-Preise explodieren

FRANKFURT. Die Immobilienpreise in deutschen Grossstädten schiessen der Bundesbank zufolge immer weiter in die Höhe. In den Metropolen hätten die Überbewertungen nochmals zugenommen und lägen inzwischen bei rund 35 Prozent, teilte die Bundesbank mit. Sie hatte bereits im November vor kräftigen Preisüberbretungen in den Grossstädten Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Frankfurt, Köln, München und Stuttgart gewarnt. SDA

## Fiat wegen TV-Spot verurteilt

WIEN. Der italienische Autohersteller Fiat ist in Österreich wegen eines Werbespots verurteilt worden. Dieser habe nicht alle gesetzlich geforderten Informationen enthalten, urteilte das Handelsgericht Wien. Wenn eine Werbung eine «Aufforderung zum Kauf» darstellt, muss sie alle für den Konsumenten wichtigen Informationen enthalten. In dem TV-Spot für einen Leasingvertrag seien dem Konsumenten aber für seine Entscheidung wesentliche Informationen vorenthalten worden. SDA

## Börse

### Indizes

<b>SMI</b>	8908.65	▼	<b>-0.87%</b>
<b>SPI</b>	10260.82	▼	<b>-0.90%</b>
<b>Stoxx 50</b>	3037.30	▼	<b>-0.67%</b>
<b>Dax</b>	12385.60	▼	<b>-0.53%</b>
<b>Dow Jones</b>	25219.38	▲	<b>0.08%</b>
<b>Nasdaq</b>	7239.47	→	<b>0.00%</b>

### Notenkurse

	Kauf	Verkauf
EUR/CHF	1.1315	1.1935
USD/CHF	0.8930	0.9770
GBP/CHF	1.2440	1.3760

### SMI-Titel

	Schluss	Veränd. %
ABB N	23.48	-0.55%
Adecco N	74.48	-0.40%
CS Group N	17.34	-0.26%
Geberit N	422.80	-1.21%
Givaudan N	2129.00	-1.39%
Julius Bär N	61.28	-0.84%
LafargeHolcim N	54.60	-0.40%
Lonza N	242.40	-1.62%
Nestlé N	74.96	-1.03%
Novartis N	79.68	-1.39%
Richemont N	84.60	-1.19%
Roche GS	223.15	-1.04%
SGS N	2358.00	-0.97%
Sika I	7630.00	-1.86%
Swatch Group I	408.20	-1.69%
Swiss Life N	340.30	1.34%
Swiss Re N	95.06	0.70%
Swisscom N	510.20	-0.70%
UBS Group N	17.73	-0.42%
Zurich Ins. N	308.70	0.16%

THOMSON REUTERS **FINANZ- und WIRTSCHAFT**  
Alle Angaben ohne Gewähr.

ANZEIGE

**Börse in Kürze** 20 Minuten  
20min.ch/finance

# «Der Nestlé-Boykott ist vor allem ein guter PR-Coup»

ZÜRICH. Coop verbannt über 150 Produkte von Nestlé. Experten reagieren skeptisch.

Coop legt sich mit Nestlé an. Der Detailhändler veranlasst einen Bestellstopp für über 150 Artikel des Lebensmittelkonzerns. «Wir wollen, dass wir gegenüber dem Ausland und anderen Abnehmern nicht benachteiligt werden», begründet Coop den Bestellstopp auf Nachfrage. Man verlange «faire Einkaufspreise zu partnerschaftlichen Konditionen».

Derzeit verramscht Coop etliche Nestlé-Produkte mit Rabatt-Aktionen. Thomy-Salatsaucen, die Schokoladekugeln von Cailler, Nescafé Azera und die Pizzas der Marke Buitoni La Fina stehen mit einer Preissenkung von 50 Prozent in den

Regalen. Auch andere Anbieter der Händlerallianz Agecor, zu der Coop gehört, verbannen Nestlé-Produkte (siehe Box). Der Lebensmittelmulti will sich zum Boykott nicht äussern. Konsumentenschützer stehen der Kampfansage an Nestlé

skeptisch gegenüber. Zwar sei es gut, dass man auf die Problematik rund um die Hochpreisinsel Schweiz hinweise, sagt Sara Stalder, Geschäftsleiterin der Stiftung für Konsumentenschutz, «doch in erster Linie ist es eine PR-Aktion von Coop». Es stelle sich die Frage, in welchem Umfang Preissenkungen an den Konsumenten weitergegeben würden.

## Diese Allianz boykottiert Nestlé

ZÜRICH. Zur europäischen Händlerallianz Agecore gehören neben Coop Schweiz die deutsche Kette Edeka, Intermarché aus Frankreich, die Supermärkte Eroski aus Spanien, Conad aus Italien und die belgische Colruyt Group. Die Pro-

dukte des Konzerns machen in den Läden der Agecore-Händler mehr als zehn Prozent des Europa-Umsatzes aus, wie die «Lebensmittelzeitung» schreibt. DOB

Ähnlich sieht es der Detailhandels-Experte Gottfried F. Wangler: Der Boykott sei ein gelungener PR-Coup. «Coop kann sich in aller Öffentlichkeit als Anwalt der Konsumenten darstellen, der für tiefere Preise sorgt.» So sei Nestlé der grosse Böse und Coop der bescheidene Nette.

Coop wehrt sich: «Wir befürworten sämtliche Massnahmen, die zu tieferen Preisen führen.» Seit 2010 habe man rund 900 Millionen Franken in tiefere Preise investiert. DOMINIC BENZ



Coop versus Nestlé: Nescafé Azera ... die Tiefkühlpizzas der Marke Buitoni La Fina ... Schokoladekugeln von Cailler und ... Thomy-Salatsaucen werden verramscht. DOMINIC BENZ

## In Kanada boomt der Markt für medizinisches Gras

TORONTO. In Kanada boomt angesichts der bevorstehenden Legalisierung von Marihuana der Markt für medizinisches Cannabis. Die Anbieter blasen nun zum Angriff auf die klassische Pharmaindustrie. Sie entwickeln Cannabis-Arzneien, die als Pillen, Inhalatoren oder auch Salben verkauft werden sollen, und wollen Ärzte und Versicherer davon überzeugen, Marihuana als Schulmedizin zu akzeptieren. Es gebe einen regelrechten Goldrausch und dieser beschleunige sich noch,

sagt Marc Wayne, Vizepräsident der kanadischen Biopharmaziefirma Canopy Health, die sich auf die Entwicklung von Medikamenten auf Basis von medizinischem Cannabis spezialisiert hat. «Es werden viele Unternehmen wie Canopy Health gegründet, und sie werden im Grunde genommen medizinisches Cannabis 2.0 entwickeln.» Kanada will den Cannabis-Konsum bis Mitte 2018 vollständig legalisieren – als weltweit zweites Land nach Uruguay. SDA

## Alle sind heiss auf Air-Berlin-Souvenirs



BERLIN. Das Interesse an Objekten der insolventen Fluggesellschaft Air Berlin ist ungebrochen. Bei drei Versteigerungen sind fast 1900 Gebote aus 27

Ländern eingegangen. Unter den Hammer kamen Hunderte Flugzeugmodelle und Reklameartikel. Bei gewissen Artikeln sei ein Bieterwettbewerb

entbrannt, so der Insolvenzverwalter: Eine Partie Handseife zum Startpreis von 25 Euro etwa habe für 100 Euro den Besitzer gewechselt. SDA/FOTO: EPA

## 20 Sekunden

### Tieferer Gewinn

ZÜRICH. Weil der Wert der Beteiligung an Atlantic Zeiser um 8 Millionen Franken nach unten korrigiert werden muss, wird Orell Füssli ein tieferes Jahresergebnis «in der Grössenordnung von 6 Millionen Franken» ausweisen, teilte der Mischkonzern mit. Der Wertberichtigungsbedarf sei im Zuge der Erstellung des Jahresabschlusses ermittelt worden. SDA

### Irland zieht zurück

BRÜSSEL. Die irische Regierung hat die Kandidatur ihres Notenbankchefs für den Posten des Vizepräsidenten bei der Europäischen Zentralbank (EZB) zurückgezogen. Damit gibt es nur noch die Kandidatur des spanischen Finanzministers Luis de Guindos für den wichtigen Posten. SDA

### KFC fehlt das Pouletfleisch

LONDON. Geflügel-Notstand beim Pouletbrater Kentucky Fried Chicken (KFC): Wegen Lieferproblemen ihres neuen Partners DHL konnte die Fast-Foodkette hunderte Filialen in Grossbritannien nicht öffnen. Der Konzern erklärte gestern, seit dem Wochenende hätten über 700 der landesweit 900 Läden wegen Lieferengpässen schliessen müssen, andere hätten ihr Angebot reduziert oder die Öffnungszeiten eingeschränkt. SDA