



Abschlussbericht zur Evaluierung 2025

MAYbe Less Sugar – Dritte Auflage

Aurélie Giger, Tiffany Martin, Coralie
Gothuey, Tobias Schoen

diabètevaud



Inhaltsverzeichnis

1. Projektrückblick <i>MAYbe Less Sugar</i>	3
2. Ziele und Umsetzung bis 2025	4
a. Erneuerung der Aktion und ihrer Aktivitäten; Erhöhung der Teilnehmerzahl.....	4
b. Verstärkung des Projektteams und der Partnerschaften.....	5
c. Entwicklung eines Moduls für Bildung und Jugend.....	6
d. Entwicklung eines Moduls zu Gemeinschaften und prekären Lebensverhältnissen	8
e. Erstellung neuer Kommunikationsmaterialien und Verbesserung des Rechners.....	8
3. Ergebnisse der dritten Ausgabe von <i>MAYbe Less Sugar</i> – Mai 2025	13
a. Kurze Zusammenfassung der Ergebnisse der Aktion	13
b. Bilanz der Veranstaltungen	13
c. Auswirkungen der Kommunikationskampagne	14
d. Rückmeldungen der Teilnehmenden	16
e. Zufriedenheit an den Ständen.....	20
f. Rückmeldungen der Partner	21
g. Politische Massnahmen.....	22
4. Partner und Danksagungen	24
5. Finanzbilanz der Ausgabe 2025 (Stand vom 01.01.2025 bis 30.06.2025).....	26
6. Fazit und Ausblick 2026	26
a. Fazit	26
b. Entwicklungsperspektiven für 2026	27
7. Anhänge.....	31

1. Projektrückblick *MAYbe Less Sugar*

Der übermässige Konsum von zugesetztem Zucker ist ein grosses Problem für die öffentliche Gesundheit. Obwohl Zucker eine Energiequelle ist, wird er Lebensmitteln zur Geschmacksverbesserung zugesetzt. Dies ist ernährungsphysiologisch oft unnötig und kann bei übermässigem Verzehr gesundheitsschädlich sein. Ein zu hoher Zuckerkonsum kann das Risiko für Krankheiten wie Typ-II-Diabetes, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Karies und Fettleibigkeit erhöhen¹. In der Schweiz konsumiert jeder zweite Mensch zu viel Zucker, durchschnittlich 107 Gramm pro Tag, also mehr als doppelt so viel wie von der WHO empfohlen.

Seit 2023 lädt die von diabètevaud in Zusammenarbeit mit zahlreichen sozialen und gesundheitlichen Einrichtungen ins Leben gerufene Aktion *MAYbe Less Sugar* die Bevölkerung dazu ein, im Mai über ihren Konsum von zugesetztem Zucker nachzudenken. Inspiriert vom *Dry January* soll im Mai ein kollektives Bewusstsein für den täglichen übermässigen Konsum von zugesetztem Zucker geschaffen werden. Zu diesem Zweck steht Erwachsenen das ganze Jahr über ein kostenloser Online-Rechner zur Verfügung, mit dem sie ihren täglichen Konsum an zugesetztem Zucker berechnen können. Darüber hinaus finden sich auf der Website und in den sozialen Netzwerken von *MAYbe Less Sugar* Rezepte und Tipps, um Alternativen auszuprobieren. Mit ansprechenden Bildern und prägnanten Slogans will die Aktion ein breites Publikum ansprechen, ohne Schuldgefühle zu wecken und dem Genuss im Vordergrund. Ziel ist es auch, die Gesellschaft in dieser Frage zu sensibilisieren und nicht nur politische und regulatorische Veränderungen (z. B. eine Zuckersteuer) anzustossen, sondern auch die Produktpalette der Hersteller von zuckerhaltigen Lebensmitteln zu verändern.

In diesem Sinne verfolgt die Aktion *MAYbe Less Sugar* vier Hauptziele:

- 1) Sensibilisierung der Bevölkerung für den übermässigen Konsum von zugesetztem Zucker und dessen Folgen für die Gesundheit;
- 2) den Teilnehmern zu ermöglichen, ihren Konsum von zugesetztem Zucker mithilfe eines Online-Rechners zu bewerten, zuckerhaltige Getränke und Lebensmittel zu identifizieren und Alternativen auszuprobieren, um sich auf andere Weise etwas Gutes zu tun;
- 3) die Gesundheitskompetenz zu verbessern;
- 4) Zucker in den Mittelpunkt der Debatte zu rücken und das Umfeld so zu verändern, dass die Menschen ihren Konsum von zugesetztem Zucker reduzieren und ihre Gesundheit schützen können.

¹ Allianz für Ernährung und Gesundheit). (2021). Factsheet Zucker [Faktenblatt Zucker.pdf](#)

2. Ziele und Umsetzung bis 2025

Zur Erinnerung: Mit der Aktion *MAYbe Less Sugar* soll ein Teil der Bevölkerung für das Thema übermässiger Konsum von zugesetztem Zucker und dessen Auswirkungen auf die Gesundheit sensibilisiert werden. Innerhalb von fünf Jahren soll die Aktion in der ganzen Schweiz:

- 250'000 Menschen über soziale Netzwerke und die Website erreichen;
- 200 Partner vereinen;
- 40'000 Nutzerinnen und Nutzer des Rechners gewinnen;
- die Organisation von 200 Veranstaltungen mit 100'000 Teilnehmenden ermöglichen;
- etwa zwanzig politische Vorstösse eingereicht werden.

Bis Ende 2026 soll die Aktion:

- 100'000 Menschen über soziale Netzwerke und die Website erreichen;
- 100 Partner vereinen;
- 18'000 Nutzer*innen des Rechners zu gewinnen;
- 90 Veranstaltungen mit 40'000 Teilnehmenden organisiert werden;
- etwa zehn politische Vorstösse eingereicht werden.

Die Ausgabe 2025 der Aktion *MAYbe Less Sugar* verfolgte auf der Grundlage der Erkenntnisse aus den Vorjahren die folgenden spezifischen Ziele:

- a. Erneuerung der Aktion und ihrer Aktivitäten; Erhöhung der Teilnehmerzahl
- b. Verstärkung des Projektteams, der Gruppen und Partnerschaften
- c. Entwicklung eines Moduls für Bildung und Jugend
- d. Entwicklung eines Moduls für Gemeinschaften und prekäre Lebensverhältnisse
- e. Erstellung neuer Kommunikationsmaterialien und Verbesserung des Rechners und der Website

In Bezug auf die Kommunikation liegt der Schwerpunkt für 2025 auf „hausgemachten“ Produkten, da man beim Selberkochen den Zuckergehalt selbst bestimmen kann.

a. Erneuerung der Aktion und ihrer Aktivitäten; Erhöhung der Teilnehmerzahl

Das erste Ziel für 2025 war es, die Aktion *MAYbe Less Sugar* mit einer dritten Ausgabe fortzusetzen. Dank verschiedener Finanzmittel konnte im Mai 2025 eine erfolgreiche Ausgabe durchgeführt werden. Auch in diesem Jahr nahmen dank zahlreicher Veranstaltungen wie Konferenzen, Stände, Workshops oder Verteilaktionen in der ganzen Schweiz wieder mehr Menschen an der Aktion teil. Immer mehr

Menschen haben den Rechner getestet, an den Veranstaltungen teilgenommen und wurden durch die Kommunikationskampagne erreicht (siehe Abschnitt 3).

b. Verstärkung des Projektteams und der Partnerschaften

In diesem Jahr wurde das Team dank der Beschaffung von Finanzmitteln verstärkt. Die Stellenauslastung der Projektleiterin konnte erhöht und ein Projektleiter eingestellt werden, um die Entwicklung der Aktion in der Deutschschweiz voranzutreiben. Im Rahmen der Erstellung von Lehrmaterialien hat die Diätassistentin Tatiana Martins mehrere neue Rezepte ohne Zuckerzusatz² entwickelt.

MAYbe Less Sugar zählt heute über 90 Partner:innen, zwanzig mehr als 2024. Die Aktion wird in der übrigen Schweiz mit neuen Partnern in der Deutschschweiz und einer ersten Partnerschaft im Tessin weiter ausgebaut.

Einrichtung einer wissenschaftlichen Expertengruppe und einer Gruppe von Ernährungsberaterinnen und -beratern

Um die wissenschaftliche Grundlage des Projekts zu stärken, werden derzeit umfassende Überlegungen zur Steuerung der Initiative *MAYbe Less Sugar* angestellt. Eine Expertengruppe wird derzeit zusammengestellt.

Im Rahmen einer Sitzung mit einer speziellen Arbeitsgruppe von Ernährungsberaterinnen und Ernährungsberatern wurde deutlich, dass eine in Ernährungswissenschaften ausgebildete Person aufgrund der erforderlichen Fachkenntnisse ein fester Bestandteil des Projektteams sein sollte. Daher wurde eine Ernährungsberaterin in Ausbildung für einen Zeitraum von sechs Monaten eingestellt, um pädagogische Aktivitäten im Zusammenhang mit zugesetzten Zuckern zu entwickeln.

Stärkung der Partnerschaft mit der Deutschschweiz

Dank der Arbeit des Projektleiters in der Deutschschweiz konnten zehn neue Partner:innen in der Deutschschweiz gewonnen werden, darunter das Bundesamt für Lebensmittel- und Veterinärwesen (BLV). Diabetesschweiz und Ostschweizerische Diabetes organisierten zwei Konferenzen, eine online und eine in St. Gallen. Diabetessolothurn organisierte einen Informations- und Präventionsworkshop in einem Einkaufszentrum. Das Spital Herisau bot einmal pro Woche ein zuckerfreies oder zuckerreduziertes Dessert an. Alle Diabetesverbände und kantonalen Gesundheitsämter wurden kontaktiert, um die Aktion bekannt zu machen.

² <https://maybeless-sugar.ch/recettes-trucs-et-astuces/>

Eine Auftaktveranstaltung (Kick-off) machte die Entwicklung von *MAYbe Less Sugar* in der Deutschschweiz bekannt. Anlässlich dieser Veranstaltung wurde eine Pressemitteilung auf der Website veröffentlicht und für die Deutschschweiz und die italienische Schweiz angepasst (siehe [Anhänge 1a](#), [1b](#) und [1c](#)).

Start der Partnerschaft mit der italienischen Schweiz

MAYbe Less Sugar erschien erstmals im Tessin im Newsletter des PAC (kantonales Aktionsprogramm), der an 2000 Personen verschickt wurde. Die ACSI (Konsumentenverband der italienischen Schweiz) ist einer der neuen Partner. Diese Partnerschaft ermöglichte die Organisation einer Pressekonferenz in Lugano, über die in der lokalen Presse berichtet wurde. Die Aktion *MAYbe Less Sugar* erschien somit viermal in der italienischsprachigen Schweizer Presse, darunter auch in der Fernsehsendung «Il Quotidiano» auf RSI.

c. Entwicklung eines Moduls für Bildung und Jugend

Um Kinder und Jugendliche zu erreichen, hat Irène Rolfo, Ernährungsberaterin und Initiatorin des Rechners und des Lehrmaterials, eine Informationsbroschüre über Zucker für die breite Öffentlichkeit sowie eine Mappe und Schritt-für-Schritt-Anleitungen für Workshops für Lehrpersonen und für verschiedene Altersgruppen erstellt (siehe Bilder unten).



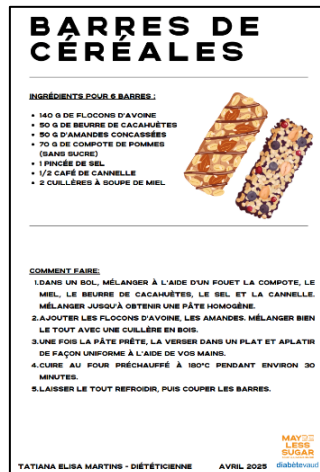
Das 2024 entwickelte Unterrichtsmaterial wurde aktualisiert und ins Deutsche, Italienische und Englische übersetzt.

Dank dieser verschiedenen Instrumente und Partnerschaften konnten Aktivitäten mit Kindern und Jugendlichen durchgeführt werden (z. B. Workshop zum Thema Zuckerzusatz für Kinder im Rahmen eines Food-Festivals und in einer Kindertagesstätte, interaktiver Stand zum Thema Zuckerzusatz mit Spielen und Preisen für Kinder).

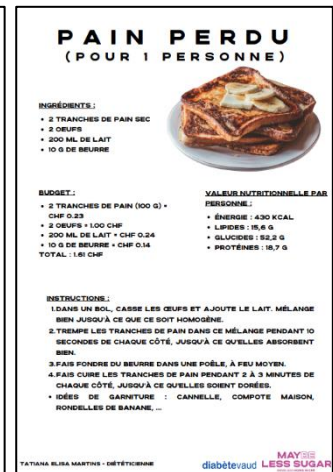
Neue Rezepte, die von der Diätassistentin Tatiana Martins (siehe Beispiele unten) entwickelt wurden, sind in Form einer Broschüre und von Videos auf der Website und in den sozialen Netzwerken von MAYbe Less Sugar verfügbar.



Broschüre mit Getränken ohne Zuckerzusatz



Beispiel für ein Rezept ohne Zuckerzusatz



Beispiel für ein „kleines Budget“-Rezept

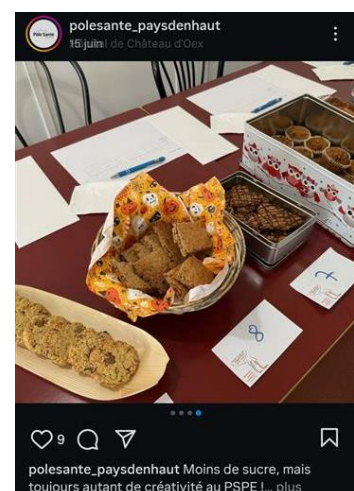
Zahlreiche Partner haben zuckerarme Rezepte entwickelt. So haben beispielsweise das Waadtländer Universitätsspital (CHUV) und die Hotelfachschule Lausanne (EHL) zuckerreduzierte Desserts entwickelt, die in ihren Cafeterias angeboten werden (siehe Beispiele unten). Der Pôle Santé Pays d'En-



Zuckerarmes Rezept des EHC



Zuckerarmes Rezept der EHL



Zuckerarmes Rezept vom PSPE

haut (PSPE) hat einen Wettbewerb für zuckerreduzierte Rezepte organisiert und bietet nun jeden Monat ein zuckerreduziertes Dessert an. Das Ensemble Hospitalier de la Côte (EHC) und das Hôpital de Lavaux bieten ihrerseits salzige und zuckerfreie Frühstücke an.

d. Entwicklung eines Moduls zu Gemeinschaften und prekären Lebensverhältnissen

Um benachteiligte Bevölkerungsgruppen zu erreichen, fanden Veranstaltungen in Einrichtungen statt, die sich für diese Bevölkerungsgruppe einsetzen (z. B. Stände in sechs Caritas-Lebensmittelgeschäften, Stand bei Point d'Eau Lausanne). Es wurden Lehrmittel unter Verwendung von Produktverpackungen eingesetzt, mit denen auf spielerische Weise die Menge an zugesetztem Zucker in jedem Artikel visualisiert werden konnte. Darüber hinaus fanden Kurse und Vorträge statt. Ausserdem wurden in Zusammenarbeit mit der Caritas einige Rezepte für kleine Budgets entwickelt, die auf deren Website zu finden sind.

Übersetzung der Website ins Italienische und Englische

Die Website ist nun in vier Sprachen verfügbar: Französisch, Deutsch, Englisch und Italienisch. Dadurch können mehr Menschen erreicht werden, insbesondere Menschen mit Migrationshintergrund. Die Dokumente auf der Website sowie die Pressemitteilungen wurden ebenfalls in diese Sprachen übersetzt oder angepasst. Dank einer Zusammenarbeit mit der Allianz Ernährung und Gesundheit wurden die Inhalte der Website in deutscher Sprache von Marianne Honegger, Ernährungsberaterin am Triemli-Spital in Zürich, überprüft.

e. Erstellung neuer Kommunikationsmaterialien und Verbesserung des Rechners

Neuer Werbespot

Dieses Jahr hat Daniel Marquis ein Video zum Thema Joghurt veröffentlicht (siehe Auszüge unten), um zu zeigen, dass sich Zuckerzusätze auch in Produkten verstecken können, die als „gesund“ gelten. Er schlägt vor, wieder auf selbstgemachte Produkte zurückzugreifen, beispielsweise auf einfachen Naturjoghurt mit Erdbeeren.

Der Spot wurde ins Deutsche, Englische und Italienische übersetzt, um möglichst viele Menschen in der Schweiz zu erreichen. Der Spot wurde auch von den Partnern auf Bildschirmen und/oder in den sozialen Netzwerken verbreitet.

Auszüge aus dem Werbespot MAYbe Less Sugar 2025 von Daniel Marquis



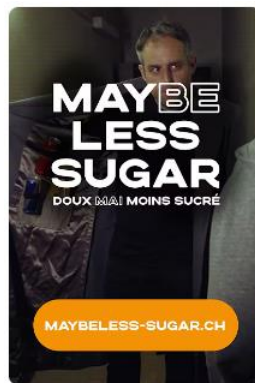
Humorvolle Videos mit Simon Romang

Mit dem Komiker Simon Romang wurden drei humorvolle Videos (siehe Ausschnitte unten) zum Thema zuckerhaltige Getränke gedreht, um insbesondere ein junges Publikum in den sozialen Netzwerken anzusprechen. Die Videos sind kurz und schnell und folgen dem aktuellen Trend in den sozialen Netzwerken.

Auszüge aus den humorvollen Videos mit dem Schauspieler Simon Romang



*Ein (sehr)
zuckerhaltiger Cocktail*



Zuckerdilemma



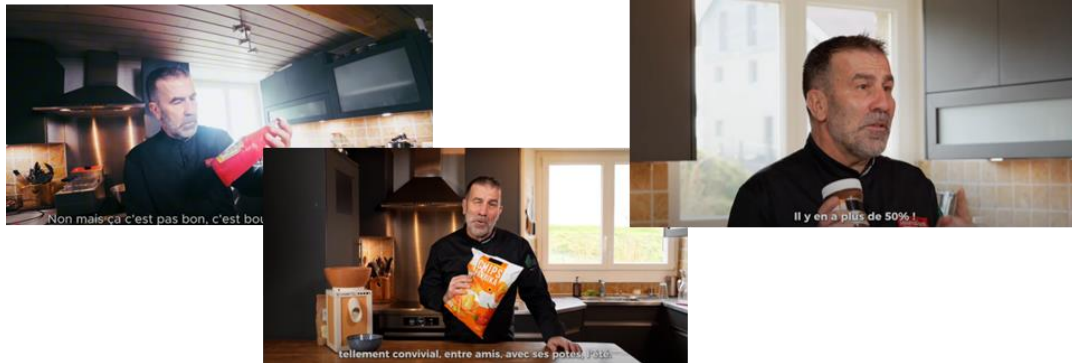
Ein reiner Zuckersaft

In diesen drei Videos, die pädagogische Inszenierung und kritische Betrachtung verbinden, wird Zucker aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet: ein Barkeeper, der einen Cocktail nach und nach mit Zucker überdosiert („ein sehr süsser Cocktail“), eine Figur, die Zucker wie eine illegale Substanz verteilt („Zuckerdilemma“), und ein Elternteil, das sich um die Gesundheit seines Kindes sorgt und ohne es zu merken durch angeblich natürliche Säfte zu einem übermässigen Konsum beiträgt („ein reiner Zuckersaft“). Jedes Video veranschaulicht auf seine Weise falsche Vorstellungen und problematische Ernährungsgewohnheiten im Zusammenhang mit Zucker.

Rezeptvideos mit Philippe Ligron

Drei Videos mit hausgemachten Rezepten wurden von Chefkoch Philippe Ligron gedreht. Er zeigt einfache Alternativen zu gängigen Industrieprodukten: Ketchup, Brotaufstrich und Chips. Diese Videos sind mit englischen, deutschen und italienischen Untertiteln versehen. Auszüge wurden in Zusammenarbeit mit Philippe Ligron auf unseren sozialen Netzwerken veröffentlicht.

Auszüge aus den Videos mit hausgemachten Rezepten von Chefkoch Philippe



Alle oben genannten Videos können auf der Website <https://maybeless-sugar.ch/de/>, auf dem YouTube-Kanal *MAYbe Less Sugar* und in den sozialen Netzwerken angesehen werden.

Flyer und Plakate

Zusätzlich zu den alten Motiven wurden zwei neue Motive mit neuen Slogans gedruckt (siehe Bilder unten).

Neue MAYbe Less Sugar-Grafiken 2025 mit neuen Slogans



Die bisherigen Bilder und Slogans wurden ins Englische und Italienische übersetzt (siehe Bilder unten). Das Plakat mit der Erdbeere und dem Bonbon wurde insbesondere in diesen Sprachen als Flyer herausgegeben.

MAYbe Less Sugar-Grafiken in Englisch und Italienisch



An den Ständen der Veranstaltungen waren auch Goodies (siehe Fotos unten) erhältlich. Diese Artikel sollten Familien anziehen und die Aktion möglichst weit verbreiten.



*Trinkflasche und
Stressball mit MAYbe
Less Sugar-Logo*

Soziale Netzwerke

Die Kommunikationsagentur trivialmass SA, die für die Kommunikationsbilder verantwortlich war, erstellte mehrere Beiträge und Stories für die sozialen Netzwerke. Der Inhalt dieser Beiträge (siehe Beispiele aus der Vorschau der Instagram- und Facebook-Seiten von *MAYbe Less Sugar*) sollte die Teilnehmenden motivieren, indem er ihnen Tipps gab, den wöchentlichen Veranstaltungskalender teilte und einen Countdown anzeigte.

Vorschau auf die Facebook-Seite von *MAYbe Less Sugar*



Das Team von *MAYbe Less Sugar* teilte auch Stories zu den Veranstaltungen, Artikel zum Thema Zucker und Rezeptvideos. Es erstellte ausserdem Beiträge in Zusammenarbeit mit der Swiss Food Academy und der Croix-bleue romande und nahm an einer Live-Fragerunde auf dem Instagram-Account der Swiss Food Academy teil.

Anfang April wurde eine Akquisitionskampagne gestartet, um neue Profile für den Rechner zu gewinnen und

Einblick in die Instagram-Seite von *MAYbe Less Sugar*



die Beteiligung an der Aktion zu erhöhen. Die Kampagne richtete sich an Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren und älter (siehe [Anhang 2](#)) in allen Kantonen der Romandie und umfasste gesponserte Beiträge auf Facebook und Instagram, die auch für Personen sichtbar waren, die die *MAYbe Less Sugar*-Seite nicht abonniert hatten. Darüber hinaus wurden der Werbespot und die Videos von Philippe Ligron und Simon Romang verstärkt, damit sie häufiger im Newsfeed von Personen erscheinen, die die Seite nicht abonniert haben.

Verbesserung des Rechners und der Website

Die Verbesserungen der Website betrafen hauptsächlich Elemente der Benutzeroberfläche, die die Navigation innerhalb des Rechners und die Erstellung eines Benutzerkontos erleichtern. Der Zugriff auf den Rechner erfolgt nun über einen Floating Action Button (FAB) oben auf der Navigationsseite. Der Rechner bietet nun zwei Modi: ein Dashboard mit einer wöchentlichen Übersicht über den Konsum und eine Oberfläche, über die konsumierte Produkte hinzugefügt werden können. Über den FAB kann nach der Anmeldung ganz einfach zwischen den beiden Modi gewechselt werden. Schliesslich wurde die Seite zur Kontoerstellung überarbeitet, um sie übersichtlicher und ansprechender zu gestalten.

Um die Teilnehmer von· zur regelmässigen Nutzung des Rechners zu motivieren, wurde eine Seite für einen Wettbewerb mit einer Beschreibung der zu gewinnenden Preise erstellt. Der Wettbewerb wurde durch ein Pop-up-Fenster auf allen Seiten der Website beworben.

Die Aktion zählt heute fast 90 Partner. Um den verschiedenen Partnern den Zugang zu Kommunikationsmitteln und Lehrmaterial zu erleichtern, wurde ausserdem eine private „Partner“-Seite eingerichtet. Diese Seite ist passwortgeschützt und in allen Sprachen der Website verfügbar.

3. Ergebnisse der dritten Ausgabe von *MAYbe Less Sugar* – Mai 2025

a. Kurze Zusammenfassung der Ergebnisse der Aktion

Die Ergebnisse der Ausgabe 2025 von *MAYbe Less Sugar* sind wie folgt:

- Über 70 Veranstaltungen in der ganzen Schweiz;
- Über 14'000 Menschen wurden durch die Veranstaltungen erreicht;
- Rund 180'000 Menschen wurden durch die digitale Kampagne in den sozialen Netzwerken erreicht;
- Hohe Sichtbarkeit in den sozialen Netzwerken und im Internet.

Diese Ergebnisse sind zufriedenstellend, da sie den für Ende 2026 festgelegten Zielvorgaben entsprechen (siehe Abschnitt 2).

b. Bilanz der Veranstaltungen

Insgesamt fanden im Rahmen der Ausgabe 2025 über 70 Veranstaltungen statt (siehe [Anhänge 3a](#) und [3b](#)), von denen die Hälfte von diabètevaud in Zusammenarbeit mit Partnern hauptsächlich aus der Westschweiz, aber auch aus der Deutschschweiz und dem Tessin mitorganisiert wurde. Im Rahmen der Veranstaltungen wurden 20 Stände von diabètevaud bei neun verschiedenen Veranstaltungen und an 15 verschiedenen Orten mitorganisiert.

Einige Veranstaltungspartner organisierten im Mai Veranstaltungen. Zum Start der Aktion wurden Flyer von *MAYbe Less Sugar* mit Lioba-Teebeuteln hergestellt und in Bahnhöfen verteilt. Zusätzlich zu den im letzten Jahr entwickelten Eissorten hat der Artisan Glacier neue Geschmacksrichtungen kreiert, die während der Tulpenfest in Morges angeboten wurden. Am Hafen von Lutry fanden mit Zenithé Verkostungen von zuckerarmem Eistee statt. Dank der Stadt Lausanne gab es einen Stand beim „Famille en fête“ und die Bibliotheken der Stadt Lausanne organisierten eine Ausstellung in der Halle der Bibliothèque de Chauderon. Schliesslich wurde beim Miam Festival mit Lausanne à Table ein Workshop für Kinder organisiert und ermöglichte eine Partnerschaft mit dem Internationalen Comic-

Festival von Lausanne (BDFIL) die Organisation von zwei Workshops zum Thema Zuckerzusatz für Kinder und einen Stand auf dem Festivalgelände.

c. Auswirkungen der Kommunikationskampagne

Medien

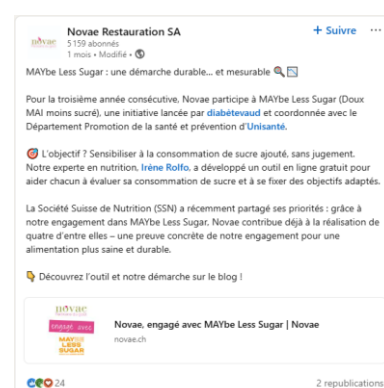
Für die Ausgabe 2025 war *MAYbe Less Sugar* in den Medien und sozialen Netzwerken aktiv (siehe [Anhang 4](#)):

- 15 Artikel in der Westschweizer Presse, 5 Artikel in der Deutschschweizer Presse und 2 Artikel in der Tessiner Presse (24 heures, Dr Stutz; D-journal, L'Illustré, La Côte, Terre et nature, Gesundheitsmagazin, La borsa della spesa);
- 19 Online-/Intranetartikel in der Westschweiz, 4 in der Deutschschweiz und 2 Artikel im Tessin (u. a. Newsletter PAC, Stadt Lausanne, Kanton Waadt, Reiso, Prevention.ch, Novae, Epicerie Caritas usw.);
- 2 Beiträge im Westschweizer Radio und 2 Beiträge im italienischen Fernsehen (RTS première, M le média, RSI, teleticino);
- 1 Podcast (RTS) wurde ausgestrahlt.

Soziale Netzwerke

Im Zeitraum vom¹ April bis zum 1. Juni 2025 wurden 67 Beiträge und 145 Stories auf der Facebook- und Instagram-Seite von *MAYbe Less Sugar* geteilt. Die Aktion wurde ausserdem 87 Mal erwähnt, hauptsächlich von den Partnern auf Instagram, Facebook und LinkedIn. In den sozialen Netzwerken wurden 686'000 Aufrufe verzeichnet, hauptsächlich auf der Instagram-Seite von *MAYbe Less Sugar*. Insgesamt gab es 4'500 Besuche auf der Instagram-Seite und der Facebook-Seite von *MAYbe Less Sugar*. Die meistgesehenen Beiträge sind der Werbespot von Daniel Marquis sowie die Videos mit

Beispiele für Beiträge der Partner in den sozialen Netzwerken



Simon Romang und Philippe Ligrón. Auf Facebook und Instagram folgen mehr als 2'300 Personen dem Account (+ 800 Personen seit der Ausgabe 2024). Die Seite wird überwiegend von Frauen mit einem Durchschnittsalter zwischen 35 und 44 Jahren verfolgt. Die Abonnenten kommen hauptsächlich aus den Kantonen Waadt und Genf (siehe [Anhänge 5a](#) und [5b](#)). 6 % der Abonnenten kommen aus dem Ausland.

Die Akquisitionskampagne führte zu 2'307 Klicks auf die Website und 266 Registrierungen für den Rechner. Die Werbeboosts sorgten für zahlreiche Interaktionen mit den entsprechenden Beiträgen. Beiträge mit informativen Inhalten wie dem Granola-Rezept, den Vorteilen von Zucker und den «Games Changers» erzielten die meisten Aufrufe und Interaktionen.

In der Deutschschweiz wurde die Aktion hauptsächlich über die sozialen Netzwerke von diabetesschweiz verbreitet. Es gab 9 Beiträge auf Instagram und 16 Beiträge auf LinkedIn. Die IT-Infrastruktur von diabetesschweiz wurde für die Online-Konferenz mobilisiert. Der Instagram-Account von diabetesschweiz verzeichnete 8'806 Aufrufe.

Website

Im Mai verzeichnete die Website 4'671 neue Nutzer:innen (Personen, die die Website zum ersten Mal besucht haben) mit insgesamt 31'376 Seitenaufrufen. Am häufigsten wurden die Seiten zum Rechner (Ich mache mit, Mein Profil, Wettbewerb) aufgerufen, gefolgt von den Seiten zum Wettbewerb (2'322 Aufrufe) und den Rezepten und Tipps mit 1'868 Aufrufen.

Die Seiten in deutscher Sprache wurden rund 6'000 Mal aufgerufen, die in italienischer Sprache 3'666 Mal und die in englischer Sprache 887 Mal. Die meistbesuchte Seite in diesen Sprachen ist die des Rechners.

Für die nächsten Ausgaben wäre es sinnvoll, den Inhalt der Website und der sozialen Netzwerke auf Beiträge mit Rezepten, Tipps, Quizfragen, Wettbewerben und kleinen Herausforderungen zu konzentrieren. Die Erfahrung 2025 zeigt nämlich, dass diese Art von Inhalten ein grosses Engagement hervorruft. Ausserdem hat der Wettbewerb dazu beigetragen, die Zahl der Personen zu erhöhen, die den Rechner nutzen.

Rechner

Im Jahr 2025 wurden 2'855 neue Konten für den Rechner erstellt, sodass seit Start der Aktion insgesamt 14'216 Konten auf der Website registriert sind. Im Durchschnitt nutzten die Teilnehmenden den Rechner 2,17 Tage lang. Dabei ist zu beachten, dass diese Angabe sehr variabel ist, da einige Personen den Rechner täglich ausgefüllt haben, während andere dies nur einmal taten. Der

durchschnittliche Tagesverbrauch liegt bei 42 Gramm und damit unter dem Schweizer Durchschnitt. Für diese Zahl lassen sich zwei Hypothesen aufstellen: Entweder haben Personen, die bereits für das Thema sensibilisiert waren, ein Konto erstellt, oder die Teilnehmenden sind sich ihres Konsums nicht immer bewusst und haben nicht den gesamten Konsum an zugesetztem Zucker angegeben.

Gemäss den in den Rechner eingegebenen Daten sind die folgenden Produkte am häufigsten konsumiert worden:

- Schokolade (1.223 Einheiten, d. h. 9.792 Gramm Zucker)
- Konfitüre (767 Einheiten, d. h. 7'680 Gramm Zucker)
- Kekse (684 Stück, d. h. 6'850 Gramm Zucker)
- Kuchen (350 Stück, d. h. 5'616 Gramm Zucker)
- Honig (348 Einheiten, d. h. 5'235 Gramm Zucker)
- Fruchtsäfte, Smoothies (192 Einheiten, d. h. 4'268 Gramm Zucker)

Diese Rangliste der meistkonsumierten Produkte stimmt mit den Ergebnissen der Ausgabe 2024 überein.

d. Rückmeldungen der Teilnehmenden

Ende Mai wurde allen Personen, die ein Konto auf der Website *MAYbe Less Sugar* erstellt hatten, ein Fragebogen zur Zufriedenheit zugesandt (siehe [Anhänge 6a](#) und [6b](#)). Insgesamt wurde die Umfrage in französischer Sprache von 105 Personen ausgefüllt. Aus der Deutschschweiz haben acht Personen an der Umfrage teilgenommen.

Profile der Teilnehmenden aus der Romandie (n=105)

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage sind im Durchschnitt 49 Jahre alt, wobei die meisten zwischen 40 und 59 Jahre alt sind. Fast 70 % der Befragten verfügen über einen Hochschul- oder Universitätsabschluss. Die finanzielle Situation des Haushalts wurde bei 40 % auf 3'000 bis 6'000 CHF pro Monat geschätzt. Eine Minderheit (6 %) der Teilnehmenden gab ein monatliches Einkommen von weniger als 3'000 CHF an, während sich die übrigen Befragten auf über 6'000 CHF pro Monat schätzten.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Profil der Personen, die den Rechner nutzen, wie folgt aussieht:

- in der Altersgruppe 40-59 Jahre;
- mit hohem Bildungsniveau;
- in einer bescheidenen/unterdurchschnittlichen finanziellen Situation.

Diese Daten stimmen mit den Daten aus derselben Umfrage aus dem Jahr 2024 überein. Allerdings waren in diesem Jahr mehr Personen mit einem monatlichen Einkommen unter 3'000 CHF betroffen (6 % im Jahr 2025 gegenüber 3,9 % im Jahr 2024).

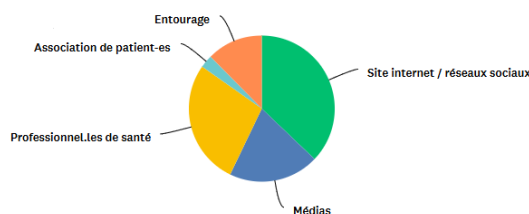
Antworten auf spezifische Fragen (n=105)

Informationsquellen

Soziale Netzwerke, Medien und Gesundheitsfachpersonen sind die wichtigsten Quellen, über die die Personen von der Aktion erfahren haben (siehe Grafiken unten). Im Vergleich zur Ausgabe 2024 haben mehr Personen über Gesundheitsfachpersonen von der Aktion erfahren (27 % im Jahr 2025 gegenüber 15 % im Jahr 2024). Dies lässt sich wahrscheinlich durch den Beitritt zahlreicher neuer Partner erklären, die ihre Patientinnen und Patienten über die Aktion informiert haben.

Beschreibende Ergebnisse zur Frage „Wie haben Sie von MAYbe Less Sugar erfahren?“

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES	
Site internet / réseaux sociaux	37,14 %	39
Médias	20,00 %	21
Professionnel·Les de santé	27,62 %	29
Association de patient-es	2,86 %	3
Entourage	12,38 %	13
TOTAL		105



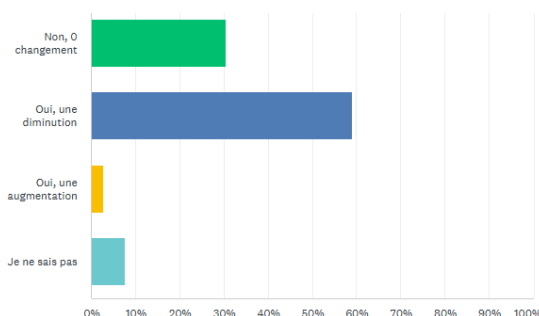
Nutzen und persönliche Auswirkungen der Massnahme

Die Teilnehmer bewerten den Nutzen der Aktion im Durchschnitt mit 4,1 von 5 Punkten. Die meisten von ihnen sind sich nun bewusst, wie viel Zucker in ihrer täglichen Ernährung enthalten ist, der oft versteckt ist. Viele betonen die Bedeutung dieser Sensibilisierung für die Gesundheit, insbesondere zur Vorbeugung von Krankheiten wie Diabetes. Einige finden den Rechner manchmal schwierig zu bedienen oder haben nicht verstanden, dass die Aktion auf dauerhafte Veränderungen abzielt.

Fast 60 % der Teilnehmenden stellten im Mai einen Rückgang ihres Konsums an zugesetztem Zucker fest (siehe Grafiken oben) und mehr als die Hälfte spürte einen Einfluss der Aktion auf ihren Alltag.

Beschreibende Ergebnisse zur Frage „Haben Sie im Mai eine Veränderung Ihres Konsums von zugesetztem Zucker festgestellt?“

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES	
Non, 0 changement	30,48 %	32
Oui, une diminution	59,05 %	62
Oui, une augmentation	2,86 %	3
Je ne sais pas	7,62 %	8
TOTAL		105



In den gesammelten Kommentaren (siehe Beispiele unten) gaben die Personen hauptsächlich an, dass sie sich ihres übermässigen Zuckerkonsums bewusst geworden sind, ihr Frühstück umgestellt und den

Konsum von zuckerhaltigen Getränken reduziert haben. Viele haben gelernt, die Etiketten besser zu lesen und gesündere Produkte auszuwählen, insbesondere bei Getränken. Diese Veränderungen führten oft zu einer besseren körperlichen Verfassung, mehr Energie und einem geringeren Ermüdungsgefühl.

„Ich fand es toll, die Momente festzuhalten, in denen ich bewusst Zucker konsumierte, und das ohne Schuldgefühle. Ich habe zum Beispiel mit grossem Genuss und ohne Schuldgefühle leckere Toffifee gegessen. Es war sehr motivierend für mich, meinen Zuckerkonsum über den Monat hinweg visuell in dem vorgeschlagenen Kalender zu sehen.“

„Ich konsumiere weniger Zucker und achte mehr auf die Angaben auf den Etiketten.“

„Ich wähle zuckerfreie Erfrischungsgetränke, die keine Limonaden sind, und frische, gesunde Produkte, die von unseren Arbeitgebern angeboten werden ...“

Nur 42 % der Teilnehmenden gaben an, durch die Aktion etwas Neues gelernt zu haben. Dies scheint die zuvor erwähnte Hypothese zu bestätigen, dass die Aktion vor allem Personen erreicht hat, die bereits sensibilisiert waren.

Nutzung des Rechners

Ein Drittel der Befragten gab an, den Rechner im Mai ein- bis zweimal verwendet zu haben. Das Ziel des Rechners, nämlich das Bewusstsein für den Konsum von zugesetztem Zucker zu schärfen und diesen zu schätzen, ohne dabei in eine Obsession zu verfallen, wurde somit erreicht.

Die Benutzerfreundlichkeit des Rechners wurde von den Teilnehmern im Durchschnitt mit 3,25 von 5 Punkten bewertet. Die Nutzung des Rechners für alle zugänglicher zu machen, ist ein Ansatz, um dessen Verwendung zu steigern. Zu den häufig genannten Verbesserungsvorschlägen zählen ausserdem die Ladezeit des Rechners und die Anzahl der Produkte in der Produktliste.

Rezepte und Tipps

Im Jahr 2024 gaben nur 14 % der Befragten an, die auf der Website und/oder in unseren sozialen Netzwerken vorgeschlagenen Rezepte und Tipps ausprobiert zu haben. In diesem Jahr stieg dieser Anteil auf fast ein Drittel der Teilnehmenden, was das wachsende Interesse an Rezepten und Tipps bestätigt.

Die Teilnehmer schätzen die Rezepte insgesamt sehr und mehrere wünschen sich mehr zuckerarme Alternativen, insbesondere für das Frühstück.

Gesamtbewertung der Aktion

Die Mehrheit gab an, ein Bewusstsein entwickelt zu haben und die Aktion interessant zu finden. Die positive Kommunikation und die visuellen Elemente haben die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden geweckt und wurden von ihnen geschätzt.

„Gute Erfahrung, schöne, sehr dynamische Kampagne.“

„Mir ist dadurch wirklich bewusst geworden, dass ich zuckersüchtig bin und mir nie klar war, wie viel Zucker ich täglich zu mir nehme. So konnte ich meiner Tochter im Teenageralter alle negativen und schwerwiegenden Auswirkungen des übermässigen Zuckerkonsums in unserem Alltag erklären.“

Mehrere Personen gaben an, dass sie nicht genügend Informationen und sichtbare Veranstaltungen im öffentlichen Raum und in den sozialen Netzwerken zu der Aktion erhalten hätten. Ein wöchentlicher Newsletter mit einer Beschreibung der Veranstaltungen und/oder Tipps und Rezepten würde eine bessere Beteiligung an der Aktion ermöglichen.

„Rezeptvorschläge oder Erinnerungen per E-Mail während des Monats.“

„Eine kleine Ankündigung zu Beginn der Kampagne wäre für die bisherigen Teilnehmerinnen nicht überflüssig.“

„Ihre Website ist wunderschön. Ihre Newsletter verdienen die gleiche Aufmerksamkeit. Die Mailings waren nicht sehr „attraktiv“.“

„Mehr Medienpräsenz“

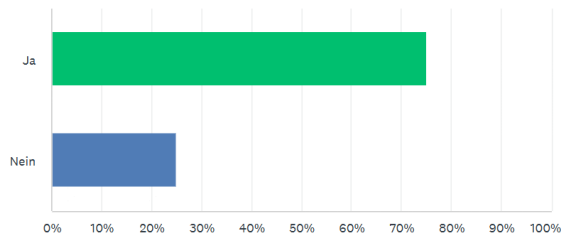
"Mehr Werbung in den sozialen Netzwerken, um mehr Menschen zu sensibilisieren.>"

Ergebnisse für die Befragten aus der Deutschschweiz (n=8)

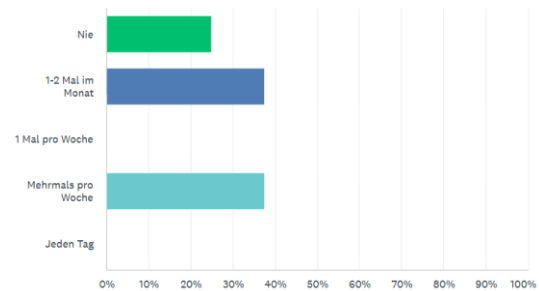
Obwohl die Stichprobengrösse keine Schlussfolgerungen zulässt, ist es interessant, die Ergebnisse zu beschreiben. Die Mehrheit der Personen hat über soziale Netzwerke oder von Fachpersonen aus dem Gesundheitswesen von der Aktion erfahren. Wie die französischsprachigen Befragten gaben auch die deutschsprachigen Personen eine durchschnittliche Note von 4 von 5 für den Nutzen der Aktion. Über 60 % der Befragten gaben an, ihren Zuckerkonsum reduziert zu haben und eine Auswirkung auf ihren Alltag festzustellen.

Eine Mehrheit (75 %) gibt an, durch die Aktion Neues gelernt zu haben. 75 % der Befragten haben den Rechner ein- bis zweimal pro Woche oder öfter genutzt (siehe Grafiken unten).

Beschreibende Ergebnisse zur Frage „Haben Sie dank MAYbe Less Sugar etwas Neues über zugesetzten Zucker gelernt?“



Beschreibende Ergebnisse zur Frage „Wie oft haben Sie den Online-Rechner für zugesetzten Zucker verwendet?“



Allerdings wurden die Rezepte und Tipps von 75 % der Befragten aus der Deutschschweiz nicht genutzt. Dies lässt sich durch eine geringere Auswahl an Rezepten in der deutschen Version der Website erklären. Eine Übersetzung der in diesem Jahr neu entwickelten Rezepte ist ein interessanter Ansatz für die nächste Ausgabe. Diese Ergebnisse zeigen, dass in der Deutschschweiz eine potenzielle Nachfrage und ein Bedarf bestehen.

e. Zufriedenheit an den Ständen

Während der *MAYbe Less Sugar*-Stände wurden zwei Umfragen durchgeführt: eine unter den Standbetreuer:innen (siehe [Anhang 7a](#)) und eine unter den Passant:innen (siehe [Anhang 7b](#)). Ziel dieser Umfragen war es, die Zufriedenheit der Passanten zu bewerten und die Wirkung der Stände zu ermitteln. 40 Personen haben die Zufriedenheitsumfrage ausgefüllt; die Bewertung durch die Moderatoren erfolgte 23 Mal.

Soziodemografische Daten

Nach Angaben der Moderator:innen waren die 30- bis 50-Jährigen und die über 50-Jährigen, meist in Begleitung ihrer Kinder, am stärksten von den Ständen angesprochen. Es handelte sich hauptsächlich um Familien, Rentner, Angehörige von Gesundheitsberufen und Menschen in prekären Lebensverhältnissen oder mit Migrationshintergrund (Ukraine, Eritrea, Südamerika).

75 % der Passanten waren Frauen, alle Altersgruppen waren gleichmässig vertreten, wobei die unter 25-Jährigen mit 7,5 % eine Minderheit bildeten. Zwei Drittel der Personen hatten einen Hochschul- oder Fachhochschulabschluss.

Diese Daten stimmen mit denen überein, die in den sozialen Netzwerken und über den Rechner erhoben wurden. Junge Menschen sind zwar stärker von den Ständen angesprochen, nutzen aber nicht unbedingt den Rechner und die Website.

Zufriedenheit der Passanten

Fast 90 % der Passanten bewerteten den Stand als sehr zufriedenstellend. Sie schätzten ihren Wissensstand vor dem Besuch des Standes im Durchschnitt mit 7 von 10 Punkten und nach dem Besuch mit 9 von 10 Punkten, was zeigt, dass sie dank der am Stand erhaltenen Informationen ihr Wissen erweitert haben.

Interaktion an den Ständen

Im Durchschnitt hielten sich 20 bis 50 Personen pro Stand auf. Etwa 20 bis 50 Personen gingen am Stand vorbei, ohne anzuhalten. 50 % der Standbesucher verbrachten 1 bis 5 Minuten am Stand, 20 % mehr als 10 Minuten und die restlichen 30 % weniger als 1 Minute (8 %) oder zwischen 6 und 10 Minuten (22 %). Ein Drittel der Personen blieb ohne Weiteres an den Ständen stehen, ein Drittel überhaupt nicht. Zwei Drittel der Personen, die stehen blieben, zeigten starkes Interesse an der Aktion. 65 % stellten Fragen, insbesondere zu Alternativen, zu Diabetes oder zu Süssungsmitteln. Die Moderatorinnen und Moderatoren schätzten, dass sie bei mehr als der Hälfte der Personen, mit denen sie interagierten, eine positive Wirkung feststellen konnten.

Im freien Kommentarfeld der Umfrage äusserten die Moderatoren den Wunsch nach mehr Sprachen für das Kommunikationsmaterial, nach anderen Möglichkeiten, die Aufmerksamkeit der Passanten zu gewinnen, und nach widerstandsfähigerem Lehrmaterial.

f. Rückmeldungen der Partner

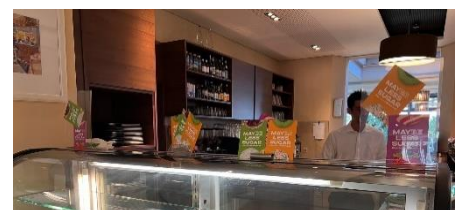
Einige Partner gaben Feedback, das überwiegend positiv zu den von ihnen organisierten Veranstaltungen war. Die meisten waren sehr aktiv in den sozialen Netzwerken und mit Plakaten in



Fassade der Apotheke in Saint-Sulpice



Schulkrankenstation im Kanton Waadt



Clinique la Lignière



Instagram-Post der EHC

ihren Räumlichkeiten. Einige Beispiele unten zeigen die Fassade der Apotheke in Saint-Sulpice, Plakate in Schulen, in denen die Waadtländer Schulkrankenschwestern tätig sind, oder die Cafeteria der Clinique de la Lignière.

Den Rückmeldungen der Partner zufolge könnte es sehr hilfreich sein, Materialien in mehreren Sprachen und in Leiter Sprache bereitzustellen. Ausserdem müssten die Unterrichtsmaterialien besser an die verschiedenen Bevölkerungsgruppen angepasst werden, um möglichst viele Menschen zu erreichen.

Speziell für die Deutschschweiz halten die Partner die Massnahme für wichtig und sehr begrüssen sie. Eine frühzeitige Kontaktaufnahme würde ihnen helfen, ihre Aktivitäten besser zu organisieren. Sie schlagen auch Verbesserungen für die mobile Version der Website und des Rechners vor.

g. Politische Massnahmen

Während der Ausgabe 2024 von *MAYbe Less Sugar* wurden vier politische Vorlagen eingereicht:

- 1) Postulat Marius Diserens & consorts «Zucker mit bitterem Geschmack», Gemeinde Nyon, 22. Mai 2024.
- 2) Postulat Géraldine Dubuis et al. «Taxons le sucre» (Zucker besteuern), Grosser Rat des Kantons Waadt, 24. Mai 2024.
- 3) Interpellation Yolanda Müller Chabloz «Zucker mit bitterem Geschmack», Gemeinde Mont-sur-Lausanne, 28. Mai 2024.
- 4) Frage Léonore Porchet «Weniger Süsstoffe für weniger nicht übertragbare Krankheiten?», Nationalrat, 29. Mai 2024.

Seit dem letzten Evaluationsbericht der Ausgabe 2024 ist das Postulat von Géraldine Dubuis und Konsorten «Taxons le sucre» vom 24. Mai 2025 beim Waadtländer Grossen Rat hängig.

Darüber hinaus wurden nach der Ausgabe 2024 drei politische Vorlagen im Zusammenhang mit zugesetztem Zucker eingereicht:

- 1) Interpellation Romane Benvenuti, Gemeinde Lausanne, «Du sucre au goût amer» (Zucker mit bitterem Geschmack), 29. Mai 2024 (siehe [Anhang 8a](#)).
- 2) Postulat Sylvie Fay im Namen der Fraktion der Grünen «Vorbeugung gegen übermässigen Zuckerkonsum bei Jugendlichen», Gemeinde Morges, 19. Juni 2024 (siehe [Anhang 9a](#)).
- 3) Frage von Manuela Weichelt, «Zuckerreduktion in der Schweiz. Wie geht es weiter?», Nationalrat, 11. September 2024 (siehe [Anhang 10](#)).
- 4) Frage von Manuela Weichelt, «Auswirkungen des Zuckerkonsums auf die Krankenkassenprämien», Nationalrat, 4. Dezember 2024 (siehe [Anhang 11](#)).

- 5) Postulat von Laurence Fehlmann Rielle, «Angesichts der Gefahr einer Adipositas-Epidemie muss die Schweiz wirksamere Massnahmen ergreifen», Nationalrat, 20. Dezember 2024 (siehe [Anhang 12](#)).
- 6) Postulat Manuela Weichelt, «Aromatisierte Getränke. Welche Anforderungen gelten für die Begrenzung des Zuckerzusatzes?», Nationalrat, 20. Juni 2025 (siehe [Anhang 13](#)).

Im März 2025 antwortete die Stadtverwaltung von Lausanne auf die Interpellation von Romane Benvenuti und hob *MAYbe Less Sugar* als Möglichkeit hervor, um das Bewusstsein für die Problematik von zugesetztem Zucker zu schärfen (siehe [Anhang 8b](#)).

Die Gemeinde Morges hat ebenfalls auf das Postulat von Frau Sylvie Fay reagiert und eine Reihe von Massnahmen vorgeschlagen, darunter die Verbesserung des Getränke- und Speiseangebots, Prävention und Sensibilisierung in Schulen, Sportvereinen und Kindertagesstätten (siehe [Anhang 9b](#)).

Was die Postulate an den Nationalrat betrifft, schlägt der Bundesrat vor, das Postulat von Laurence Fehlmann Rielle (siehe [Anhang 12](#)) am 12. Februar 2025 abzulehnen und das Postulat von Manuela Weichelt am 20. August 2025 anzunehmen und einen Bericht über die Umsetzung des eingereichten Vorhabens zu erstellen.

Diese politischen Entwicklungen sind erfreulich, da bis Ende 2026 insgesamt zehn politische Vorstösse im Zusammenhang mit *MAYbe Less Sugar* eingereicht werden sollen. Allerdings müssen die Bemühungen in diesem Bereich fortgesetzt werden, um eine echte Veränderung zu erreichen.

4. Partner und Danksagungen

Die Aktion «MAYbe Less Sugar» wird mit folgenden Partnern durchgeführt:



Die Veranstaltungen der Aktion konnten dank der folgenden Veranstaltungspartner stattfinden:



Der folgende Medienpartner hat die Ausgabe von *MAYbe Less Sugar* 2025 unterstützt:



Wir danken den Institutionen, die *MAYbe Less Sugar* für die Ausgabe 2025 finanziell unterstützt haben, insbesondere dem Kanton Waadt, Gesundheitsförderung Schweiz, der Loterie Romande, der Fondation Gustave Piotet, der Fondation Philanthropique Famille Sandoz, der Fondation Sana, der Fondation Dutmala und den Lions Clubs La Venoge und Lavaux.



Dieses Projekt wurde in Zusammenarbeit mit der Abteilung Gesundheitsförderung und Prävention von Unisanté und mit Unterstützung von Expert:innen, Patient:innen, Studierenden und Vertreter:innen der Zielgruppen entwickelt.

Der Erfolg der dritten Ausgabe von *MAYbe Less Sugar* beruht auf dem Engagement des Komitees, des Teams und der Freiwilligen von *diabètevaud* sowie von trivialmass für die Kommunikation.

Allen herzlichen Dank für ihr Engagement!

Besonderer Dank gilt Philippe Ligron, Simon Romang, Daniel Marquis, Irène Rolfo und den zahlreichen Partnern.

5. Finanzbilanz der Ausgabe 2025 (Stand vom 01.01.2025 bis 30.06.2025)

Einnahmen 2025 – Stand am 30.06.2025	Beträge
Gesundheitsförderung Schweiz	CHF 47'350
Loterie Romande	CHF 70'000
Stiftung Piotet	CHF 20'000
Stiftung FreiAide	CHF 1'000
Kanton Waadt	CHF 40'000
Verschiedene Beiträge	CHF 5'549
Saldo 2024 übertragen*	CHF 108'940
Eigenkapital	CHF 4'700
GESAMT	CHF 297'539

Kosten 2025 – Stand am 30.06.2025	Beträge
Löhne	CHF 179'950
Kommunikation und Veranstaltungen	CHF 92'312
GESAMT	CHF 272'262

**Davon die Beiträge der Fondation Philanthropique Famille Sandoz, der Fondation Sana, der Fondation DSR der Fondation Dutmala, Gesundheitsförderung Schweiz und des Lions Club La Venoge und Lavaux, die 2024 ausgezahlt werden.*

Da einige Finanzierungen erst spät bestätigt und ausgezahlt wurden und/oder sich auf die Jahre 2025 und 2026 beziehen, steht noch ein positiver Saldo zur Verfügung. Dieser wird ab Sommer 2025 für die Umsetzung eines Teils der unten aufgeführten Massnahmen verwendet.

6. Fazit und Ausblick 2026

a. Fazit

Nach den ersten beiden Ausgaben in der Westschweiz und der Deutschschweiz in den Jahren 2023 und 2024 wurde die Aktion *MAYbe Less Sugar* im Jahr 2025 weiterentwickelt. Seit diesem Jahr wird die nationale Initiative, die mittlerweile rund 90 Partner umfasst, auch in der italienischen Schweiz ausgeweitet. Diese Ausweitung markiert einen wichtigen Meilenstein für die Aktion, die ein breiteres Publikum erreichen will und eine nachhaltige Änderung der Ernährungsgewohnheiten im ganzen Land fördern will. Die Website und der Rechner für zugesetzten Zucker sind nun auch auf Italienisch und Englisch verfügbar. Den Partnern wurde mehr Informationsmaterial für die Gestaltung von Ständen zur Verfügung gestellt, und auf der Website sind neue Rezepte für Getränke und Lebensmittel ohne Zuckerzusatz verfügbar.

In diesem Jahr hat sich Philippe Ligron, Koch und Kulinarikhistoriker, der Initiative angeschlossen und drei Rezeptvideos – für Ketchup, Chips und Brotaufstrich – auf den sozialen Netzwerken von *MAYbe Less Sugar* geteilt. In Zusammenarbeit mit Simon Romang wurden ausserdem Videos über zuckerhaltige Getränke veröffentlicht.

Die Aktion wird nach wie vor als nützlich, interessant und wirkungsvoll empfunden. Trotz der umfangreichen und kontinuierlichen Kommunikationsbemühungen würde sie laut dem Feedback der Teilnehmenden und Partner mehr Sichtbarkeit verdienen, um die gesamte Bevölkerung und insbesondere die am stärksten betroffenen Personen zu erreichen.

b. Entwicklungsperspektiven für 2026

Die allgemeinen Entwicklungsaussichten von *MAYbe Less Sugar* für 2026 sehen vor, dass bis Ende 2026 die Aktion:

- 100'000 Menschen in den sozialen Netzwerken und auf der Website erreicht;
- 100 Partner vereinen;
- 18'000 Nutzerinnen und Nutzer des Rechners hat;
- 90 Veranstaltungen mit 40'000 Teilnehmern organisiert werden können;
- ein Dutzend politische Vorlagen eingereicht werden.

Im Jahr 2026 soll das Projekt auf individueller Ebene weiter ausgebaut werden, aber auch Entscheidungsträger:innen, Industrie und Fachleute weiterhin für einen systemischen Wandel sensibilisiert werden. Das Ziel ist eine Ausweitung auf die ganze Schweiz. Es werden auch Schritte unternommen, um die Zahl der Partner, die sich an der Aktion beteiligen, zu erhöhen. Auf der Grundlage der Erkenntnisse aus den vergangenen Ausgaben wird ein besonderer Schwerpunkt auf die in den folgenden Kapiteln beschriebenen Elemente gelegt:

Organisation von Veranstaltungen

Es werden zahlreiche Veranstaltungen organisiert, darunter:

- Informationsstände an öffentlichen Orten, um praktische Ratschläge, visuelle Hilfsmittel und wichtige Daten zu den Auswirkungen von Zucker auf die Gesundheit zu verbreiten;
- Vorträge von Gesundheitsexperten (Erährungsberater, Ärzte, Forscher), um über die Probleme im Zusammenhang mit zugesetztem Zucker aufzuklären und Fragen aus dem Publikum zu beantworten;

- partizipative Workshops, insbesondere Kochkurse, in denen man lernen kann, wie man leckere Gerichte mit wenig oder ganz ohne Zuckerzusatz zubereitet und natürliche Alternativen entdeckt;
- Interaktive Quizze und Spiele ermöglichen es den Teilnehmer:innen, ihr Wissen auf unterhaltsame Weise zu testen, insbesondere über versteckten Zucker in Alltagsprodukten.
- Kreativwettbewerbe (Rezepte, Slogans, Plakate, Videos) motivieren alle, sich auf spielerische Weise zu engagieren.
- Bei Vergleichsverkostungen können zuckerhaltige Produkte und ihre zuckerreduzierten oder zuckerfreien Alternativen entdeckt werden, um das Bewusstsein für den natürlichen Geschmack von Lebensmitteln zu schärfen.
- Gezielte Massnahmen in Schulen, Unternehmen und Vereinen werden die Botschaften an verschiedene Zielgruppen anpassen und eine nachhaltige Änderung der Ernährungsgewohnheiten fördern.

Entwicklung der Kommunikation

Im Bereich der Kommunikation sind folgende Massnahmen vorgesehen:

Kommunikation für die breite Öffentlichkeit

- Erstellung eines Videos zur Vorstellung der Aktion nach dem Vorbild der Videos aus den Jahren 2024 und 2025³;
- Plakatkampagne in öffentlichen Verkehrsmitteln und an öffentlichen Orten (sofern Mittel verfügbar sind);
- Verteilung von Flyern an öffentlichen Orten (z. B. Bahnhöfen);
- kurzer Podcast (3 bis 5 Min./Folge): „Le sucre et moi“ (Zucker und ich) mit jungen Gästen, Eltern, Ärzten, Köchen (sofern Mittel verfügbar sind).

Digitale und interaktive Tools

- Weiterentwicklung des Online-Rechners;
- Inhalte auf der Website der Aktion sowie auf Facebook und Instagram: Quiz, Kochrezepte, Tipps und Tricks usw.;

³ <https://maybeless-sugar.ch/tout-savoir/#video>

- Verbreitung von Videos mit einem Comedian, der über zuckerhaltige Getränke spricht und auf spielerische Weise die Auswirkungen des übermässigen Konsums von zugesetztem Zucker auf die Gesundheit thematisiert.

Kommunikation durch die Partner

- Integration in Mitteilungsblätter, Newsletter und Netzwerke der Partner (Unisanté, Gemeinden, Krankenhäuser usw.);
- Aushang an Partnerstandorten: Krankenhäuser, Arztpraxen, Wartezimmer von Kinderärzten usw.;
- Teilnahme an externen Veranstaltungen (z. B. Miam Festival, Internationaler Tag der Familie usw.) mit speziellen *MAYbe Less Sugar*-Aktivitäten.

Verstärkte Massnahmen für Kinder und Jugendliche

In dem klaren Bestreben, Kinder und Jugendliche für einen reduzierten Konsum von zugesetztem Zucker zu sensibilisieren und aufzuklären, will *MAYbe Less Sugar* seine Massnahmen in Zusammenarbeit mit wichtigen Akteuren, die bereits in diesem Bereich tätig sind, verstärken.

Dieses Teilprojekt zielt darauf ab, Kinder und Jugendliche an ihren Lebensorten – Schulen, Jugendveranstaltungen, öffentliche Räume – anzusprechen, indem beispielsweise Folgendes angeboten wird:

- interaktive Stände in Schulen oder bei Veranstaltungen mit Jugendlichen, an denen der Zuckergehalt beliebter Getränke und Lebensmittel mithilfe von physischen Demonstrationsmodellen (Flaschen mit den tatsächlichen Zuckermenge) visuell dargestellt wird, begleitet von Spielen oder Quizfragen;
- mitmachbare Kochworkshops für Kinder, Jugendliche oder junge Erwachsene, in denen einfache, lokale, preiswerte und zuckerarme Rezepte vorgestellt werden;
- die Erstellung von Unterrichtsmaterialien (Poster, Broschüren) für Lehrer, Erzieher oder Fachkräfte im Bereich der Schulgesundheit.

Menschen in prekären Lebenssituationen und Migranten

Die zwischen 2023 und 2025 durchgeführten Aktivitäten haben gezeigt, wie wichtig es ist, Menschen in prekären Lebensverhältnissen oder mit Migrationshintergrund direkt anzusprechen und konkrete und zugängliche Räume für den Austausch zu schaffen. An Ständen, die beispielsweise in Caritas-Lebensmittelgeschäften organisiert wurden, hat sich gezeigt, dass diese Zielgruppe besonders empfänglich für einfaches, greifbares und spielerisches Lehrmaterial ist – insbesondere für reale Beispiele von Produkten mit sichtbaren Zuckerangaben, preiswerte Kochrezepte mit lokalen oder Schweizer Produkten, praktische Vorführungen oder sensorische und interaktive Lehrmittel.

Diese Erfahrungen haben auch gezeigt, dass die Inhalte an die kulturelle Realität der Teilnehmenden angepasst werden müssen, indem Informationen über Lebensmittel aus ihren Herkunftsländern, die in der Schweiz erhältlich sind, einbezogen werden. Darüber hinaus hat sich die Anwesenheit von Übersetzenden als unverzichtbar erwiesen, um eine klare und wirksame Vermittlung der Gesundheits- und Präventionsbotschaften zu gewährleisten.

Mit Blick auf die Ausgabe 2026 möchte *MAYbe Less Sugar* diese Massnahmen in Zusammenarbeit mit erfahrenen Strukturen weiterentwickeln und konsolidieren.

Ziel ist es, mehrsprachiges Material, Übersetzer:innen an den Ständen, praktische Workshops und die Entwicklung kulturell angepasster Lehrmittel anzubieten. Die Website soll ausserdem in weitere Sprachen übersetzt werden.

7. Anhänge

Anhang 1a: Pressemitteilung in französischer Sprache vom 2. April 2025

https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/04/CommuniquePresse_Doux-mai-moins-sucre_MBL2025.pdf

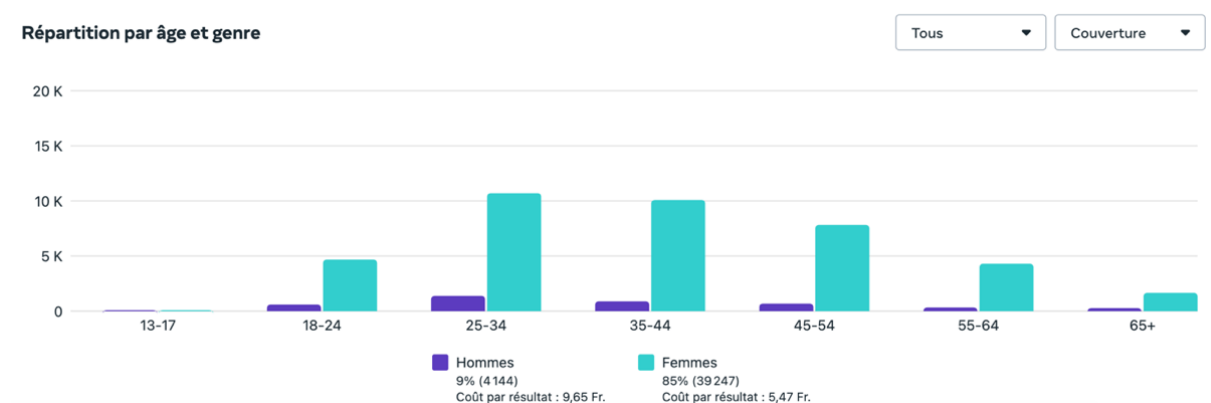
Anhang 1b: Pressemitteilung in deutscher Sprache vom 2. April 2025

https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/Pressemitteilung_Zuckerfrei-durch-den-Mai_MBL2025.pdf

Anhang 1c: Pressemitteilung in italienischer Sprache vom 2. April 2025

https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/ComunicatoStampa_Meno-zucchero-maggiore-dolcezza_MBL2025.pdf

Anhang 2: Akquisitionskampagne – Soziodemografische Daten



Anhang 3a: Von diabètevaud organisierte *MAYbe Less Sugar*-Veranstaltungen im Jahr 2025

Évènement	Lieu	Date	Public cible	Organisateur·rices
Conférence sur les sucres ajoutés et MAYbe Less Sugar	Vevey : réunissant tou·tes les spécialistes en prophylaxie dentaire de Suisse Romande	03.avr	Spécialistes en prophylaxie dentaire	diabètevaud et ARESBD
Distribution dans les gares	Yverdon, Nyon, Renens, Payerne, Vevey, Genève, Fribourg, la Chaux de Fond, Saint-Gall, Zürich, Coire, Delémont	29 avril et 6 mai	Population générale	diabètevaud et les réseaux de santé
Stand dégustation de glace douce en sucre	Fête de la Tulipe à Morges	24 avril et 2-3-4 et 11 mai	Population générale	diabètevaud et l'Artisan glacier
Janes Walk	Balade à travers Lausanne	02.mai	Adultes	diabètevaud
Stand et distribution flyers	EHL, Lausanne	05.mai	étudiant·es et professeur·es	diabètevaud
Conférence sur les sucres ajoutés	Gymnase de Payerne	05.mai	Etudiant·es du gymnase	diabètevaud
Conférence sur les sucres ajoutés	Yverdon-les-Bains	06.mai	Personnel de la commune	diabètevaud
Stand avec roue, jeux-concours et gains à gagner	Epicerie caritas de Lausanne, Renens, Yverdon-les-Bains, Fribourg, Bulle et Genève	7- 13-15-19-20 et 27 mai	Client·es de l'épicerie	diabètevaud
Stand distribution de thé froid doux en sucre	Port de Lutry	7 et 14 mai	Famille, adolescent·es	diabètevaud et Zenithé
Stand sur les sucres avec roue	Point d'eau Lausanne	07.mai	Bénéficiaires	diabètevaud
Conférence de presse	Lugano	09.mai	Population générale	Diabètevaud et ACSI
Stand sur les sucres	Re-source festival à la Plaine du loup, Lausanne	11.mai	Population générale	Diabètevaud
Atelier sur les sucres et les boissons	BDFIL à Lausanne	11 et 17 mai	Enfant	diabètevaud
Conférence scientifique	Unisanté, Lausanne	13.mai	Population générale	Diabètevaud et Unisanté
Stand et atelier ECN action	Institution de lavigny	16.mai	Résident·es, patient·es et collaborateur·rices	Diabètevaud et Heds
Stand sur les sucres	BDFIL à Lausanne	18.mai	Population générale	diabètevaud
Atelier sur les sucres	En ligne et Fribourg	19-27 mai	Population générale	Diabètevaud et Vitalité

Conférence en ligne « Vivre sans sucre ajouté – c'est possible »	En ligne	21.mai	Population générale	Diabètevaud
				Diabètesuisse
Atelier sur les sucres	La soliderie à Nyon	21.mai	Population générale	Diabètevaud et CMCN
Stand et atelier ECN action	Institution de Lavigny à Lausanne	22.mai	Résident-es, patient-es et	Diabètevaud et Heds
Stand, conférence et dépistage	La barque la demoiselle à Pully	23.mai	Population générale	Diabètevaud et Lionsclub
Stand sur les sucres	Famille en fête à Lausanne	25.mai	Population générale (familles)	diabètevaud
Atelier sur les sucres	UAPE Morges	28.mai	Enfants	diabètevaud
Atelier sur les sucres et les boissons	Miam festival à Lausanne	09.juin	Enfants	diabètevaud
Kick-off	PSS à berne	02.avr	Partenaires et journalistes	diabètevaud

Anhang 3b: MAYbe Less Sugar-Veranstaltungen, die 2025 von den Partnern organisiert werden

Évènement	Lieu	Date	Public cible	Organisateur-rices
Stand d'informations sur l'action et sur le diabète	Cave Harlekin, Rue Haute 13 (sous la Glaneuse)	02.mai	Population générale	EndoDia Centre, Lionsclub Espace Biel-Bienne
Affichage + Proposition d'un dessert moins sucré à la cafétéria	La lignière à Gland	Tout le mois	Employé-es	Clinique La Lignière
Atelier sur les boissons sans sucre	Gland	11.mai	Enfants et parents	Ville de Gland
Atelier santé : spécial sucres	Maison Internationale des Associations à Genève	21.mai	Adultes (migrant-es)	Agent de santé
Prévention et sensibilisation	Genève plage à Cologny	25.juin	Jeunes et familles	Diabètegenève
Distribution de flyers	Festival du livre à Genève	19.mars	Population générale	Swiss Food Academy
Distribution de flyers	Centres médicaux Medbase et Pharmacies Medbase de la romandie	1-2-5-6 mai	Patient-es et client-es	Medbase
Après-midi douceur	Espace Jeunes Le Noirmont	14.mai	Jeunes fréquentant l'espace jeune	Diabètejura et Espace Jeunes Franches-Montagnes
Animation sur les sucres et les boissons sucrées	CAFF Delémont et CAFF Porrentruy	21.mai	Femmes migrantes	Diabètejura et CAFF
Stand de sensibilisation	La petite maison à Onex	7-14-28 mai	Bénéficiaires aide alimentaire - adultes et enfants	Ville d'Onex
Atelier de sensibilisation	Restaurant scolaire à Onex	07.mai	Seniors	Ville d'Onex
Le sucre s'affiche	Cabinet St-Antoine à Vevey	1 au 15 mai	Patientèle	Cabinet NutriVIVA
Petit déjeuner doux en sucre	Hôpital de Morges et Hôpital de Lavaux à Cully	Tout le mois de mai	Adultes, patient-es hospitalisés et personnel soignant Patient-es diabétiques hospitalisé-es en réadaptation	EHC et Hôpital de Lavaux

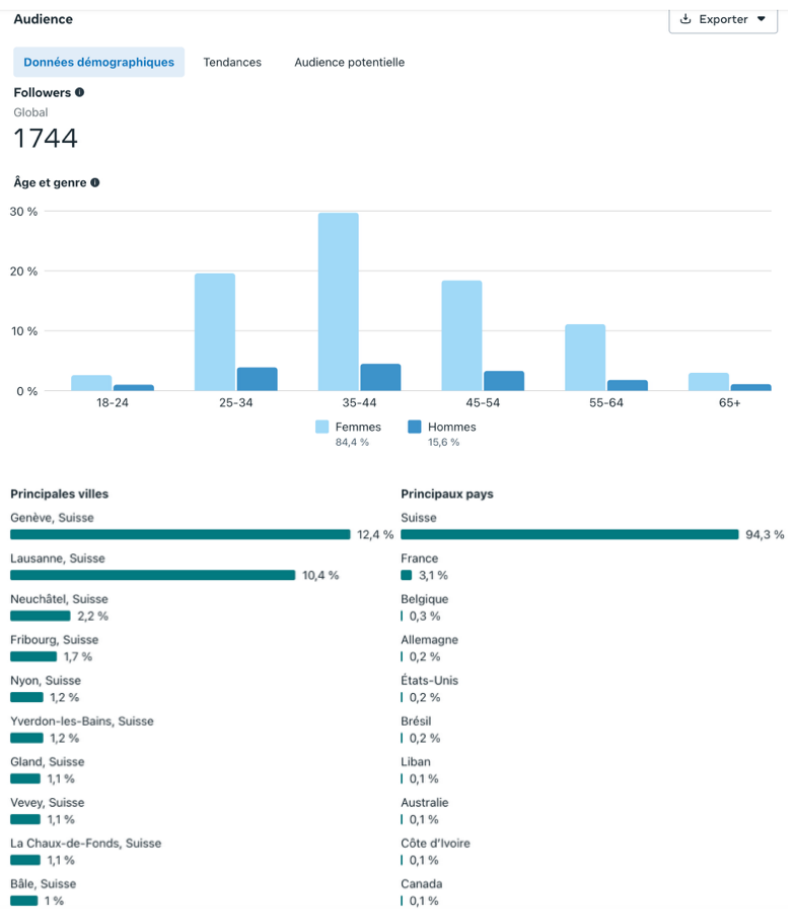
Café Santé – moins de sucre	Maison de santé Meinier / IMAD Pont-Rouge	21.mai	Parents / enfants (Maison de santé Meinier) - Collaborateurs IMAD	IMAD et Maison de santé de Meinier / Fondation Trajets
Atelier de sensibilisation à la consommation de sucre	PSPE à Châteaux d'Oex	27.mai	Bénéficiaires du CAT	PSPE
Un dessert moins sucré	PSPE à Châteaux d'Oex	28 mai puis 1x/mois	Résident-es, patient-es, personnel et bénéficiaires de repas à domicile	PSPE
Dessert moins sucré	Cafétérias du CHUV	Tout le mois de mai	Personnel du CHUV	CHUV
Quiz sur les sucre sur instagram				
Relais sur les réseaux du CHUV et les écrans				
Vidéos instagram CHUV				
Atelier clé en main sur les sucres	Maison d'enfants à Avenches	23.mai	Jeunes de 12 à 18 ans et enfants 7 à 12 ans	Zeste nutrition
Stand avec Roue de la fortune, tests de glycémies	Martigny et Monthey	8-13-14 mai	Population générale	Diabètevalais et promotion santé valais
Stand avec roue de la fortune, tests de glycémies	Martigny	08.mai	Population générale	Diabètevalais
Stand avec roue de la fortune, tests de glycémies	Monthey	13.mai	Population générale	Diabètevalais
Stand avec roue de la fortune, tests de glycémies	Clinique Romande de Réadaptation, Sion	14.mai	Population générale	Diabètevalais
Conférence	Clinique Romande de Réadaptation, Sion	14.mai	Population générale	Ligue Valaisanne contre le rhumatisme et Promotion Santé Valais
Stand d'information	Etablissements Hospitaliers du Nord Vaudois à Yverdon-les-Bains	1x/par semaine durant le mois de mai	Visiteur-euses et collaborateur-rices eHnv	eHnv
Stand thématique	Sonceboz-sombeval	03.juin	Population générale	Diabète jura bernois
Stand dans le cadre de l'Imériale	Saint-Imier	28.juin	Population générale	Diabète jura bernois
Bus prévention	les Communes de La Côte	Tout le mois de mai	Adolescent-es et jeunes adultes	Espace prévention

Affichage	Lausanne	Tout le mois de mai	Étudiant-es et collaborateur-rices	La Source
Création d'une actualité				
Diffusion du spot publicitaire				
Distribution dans la gare	La Chaux-de Fonds	06.mai	Population générale	diabèteNeuchâtel
Diffusion lors d'un dépistage	Fleurier	10.mai	Population générale	diabèteNeuchâtel
Affichage	Nyon	Tout le mois de mai	Patientèle, visiteur-rices et collaborateur-rices	CMCN
Affichage, stands, atelier, visio-conférence, desserts sans sucres ajoutés	Restaurants d'entreprise et scolaires	Tout le mois de mai	Clients des restaurants et le personnel Novae	Novae
Affichage	Hôpital Herisau, Département Psychiatrie	Tout le mois de mai	Patientèle et collaborateur-rices	Hôpital Herisau
Dessert de la semaine sans sucre ou à teneur réduite en sucre				
Conférence / stand d'information				
Conférence « Sans sucre pendant tout le mois de mai »	St. Gall	30 avril	Population générale	Ostschweizerische Diabetes-Gesellschaft
Séance d'information et de prévention	Centre commercial Sälipark Olten	10.mai	Population générale	diabetessolothurn
Suggestions de desserts à teneur réduite en sucre	Dans les magasins Caritas	A partir de mai 2025	Personnes disposant de faibles moyens financiers	Epiceries Caritas

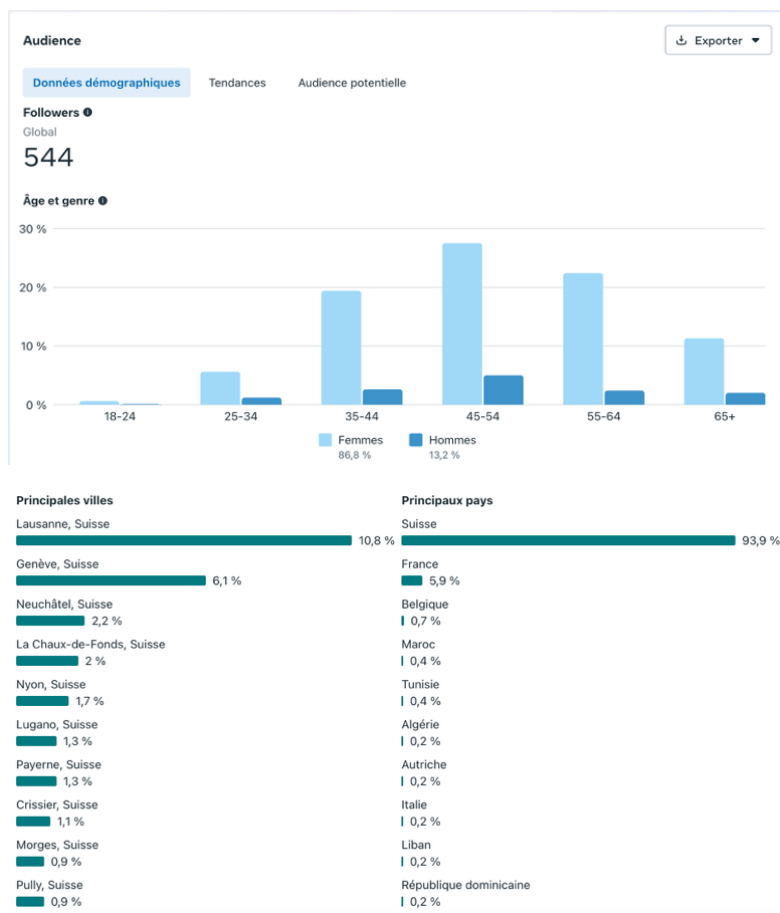
Anhang 4: Presseschau *MAYbe Less Sugar* 2025

https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/AA_Revue-de-presse-MBLS-2025_rapport.pdf

Anhang 5a: Instagram – Soziodemografische Daten



Anhang 5b: Facebook – Soziodemografische Daten



Anhang 6a: Feedback-Umfrage unter den Teilnehmenden (auf Französisch):

https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/MBLS_QuestionnaireFeedbacks_participant_2025.pdf

Anhang 6b: Feedback-Umfrage der Teilnehmenden (auf Deutsch):

https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/MBLS_QuestionnaireDEFeedbacks_participant_2025.pdf

Anhang 7a: Feedback-Umfrage der Moderatorinnen und Moderatoren an den Ständen

https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/MBLS_EvaluationStandBenevoles_2025.pdf

Anhang 7b: Feedback-Umfrage für Passanten an den Ständen

https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/MBLS_SondageStandPassant-es_2025.pdf

Anhang 8a: Interpellation Romane Benvenuti et csrt., Gemeinde Lausanne, «Du sucre au goût amer» (Zucker mit bitterem Geschmack), 28. Mai 2024

<https://www.lausanne.ch/apps/agir/affaire/doc/eb/ebdc5da977ff4863948b396abb5c64f8.pdf>

Anhang 8b: Antwort auf die Interpellation von Frau Romane Benvenuti, Gemeinde Lausanne, 13. März 2025

<https://www.lausanne.ch/apps/actualites/Next/serve.php?id=16092>

Anhang 9a: Postulat Sylvie Fay im Namen der Grünen «Vorbeugung gegen übermässigen Zuckerkonsum bei Jugendlichen», Gemeinde Morges, 19. Juni 2024

<https://www.morges.ch/media/document/2/postulat-verts-se-premunir-de-la-surconsommation-de-sucre-chez-les-jeunes-developpement.pdf>

Anhang 9b: Antwort auf das Postulat von Frau Sylvie Fay, Gemeinde Morges, 15. April 2025

<https://www.morges.ch/media/document/3/enf-rapport-postulat-vert-e-s-sucre.pdf>

Anhang 10: Frage von Manuela Weichelt, «Zuckerreduktion in der Schweiz - wie weiter?», Nationalrat, 11. September 2024

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20247633>

Anhang 11: Anfrage Manuela Weichelt, «Zuckerkonsum und Belastung der Krankenversicherung», Nationalrat, 4. Dezember 2024

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20247855>

Anhang 12: Interpellation Laurence Fehlmann Rielle, «Bevor Adipositas zur Epidemie wird. Die Schweiz muss wirksamer handeln», Nationalrat, 20. Dezember 2024

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20244604>

Anhang 13: Postulat Manuela Weichelt, «Anforderungen an die aromatisierten Getränke in die Verordnung aufnehmen!» Nationalrat, 20. Juni 2025

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20253887>