

# einblicke

Juni 2013 | 22. Jahrgang  
ISSN 1029-9823

Zeitschrift des Verbandes der  
Ernährungswissenschaftler Österreichs

## 02/13

### Blumenkäse

Bericht ab Seite 3

### Food News und Food Trends

Veranstaltungsbericht ab Seite 5

### „Ernährungsinformation, die schmeckt“ Verleihung des VEÖ-Medienpreises 2011/12

Veranstaltungsbericht ab Seite 8

### Jahresbericht 2012

Bericht ab Seite 9

Neue Mitglieder .....	Seite 11
VIP-Mitglieder .....	Seite 12
Neues von den VIPs .....	Seite 13
Neues vom IfeW .....	Seite 15
Infosplitter .....	Seite 16
Buchtipps .....	Seite 17
Webtipps .....	Seite 19

## ► Veröffentlichung gem. § 25 (1) Mediengesetz

### Medieninhaber, Herausgeber

Verband der Ernährungswissenschaftler Österreichs

### VEÖ Geschäftsstelle

Grundlgasse 5/8, 1090 Wien

Tel.: +43 1 333 39 81

Fax: +43 1 333 39 81-9

E-Mail: [veoe@veoe.org](mailto:veoe@veoe.org)

ZVR-Zahl: 614746509

**Geschäftsführerin:** Mag.<sup>a</sup> Rebecca Kandut

### VEÖ-Vorstand 2012 – 2015

**Vorsitzende:** Mag.<sup>a</sup> Ursula Umfahrer-Pirker,

Mag.<sup>a</sup> Sonja Reiselhuber Schmölder

**SchriftführerInnen:** Mag.<sup>a</sup> Viktoria Scherrer,

Mag. Dr. Manuel Schätzer

**KassierInnen:** Mag. DI Andreas Schmölder, Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Birgit Wild

### Grundlegende Richtung

Informationsweitergabe über Ernährung. Die Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Sie transportieren ausschließlich die Meinung der VerfasserInnen.

In dieser Publikation wurde für die wesentlichsten Personenbezeichnungen die geläufige Form der geschlechtergerechten Schreibung (mit „Binnen-I“) angewendet. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde jedoch in einigen Fällen nur die männliche Form verwendet, die selbstverständlich gleichwertig für Frauen und Männer gilt.

**LeserInnenbriefe an:** [veoe@veoe.org](mailto:veoe@veoe.org)

## ► Impressum

**Redaktionsleitung und Anzeigenannahme:** Mag.<sup>a</sup> Rebecca Kandut

**Layout/Grafik:** Mag.<sup>a</sup> Alexandra Wolfschütz

**Korrektur:** Conny Vrbicky

**Grafik/Design:** Susan Tadayyon-Gilani

### MitarbeiterInnen dieser Ausgabe:

Mag.<sup>a</sup> Bernadette Arnoldner

MMag.<sup>a</sup> Sabine Brandstetter

Dr.<sup>in</sup> Eva Derndorfer

Mag.<sup>a</sup> Rebecca Kandut

Mag.<sup>a</sup> Bianca Kraff

Eva Luger, MSc.

Dipl. oec. troph.<sup>in</sup> Dipl.-Päd<sup>in</sup> Britta Macho

Martin W. Reichel, Bakk.rer.nat.

Mag. Martin Schiller



Liebe Kolleginnen und Kollegen!

Die einblicke widmen sich diesmal ausgiebig dem Thema „Food News und Food Trends“.

Wir starten mit einem Fachbericht über „Blumenkäse“, bei dem getrocknete Blütenkörbe einer Distelart als Alternative zu tierischem Lab eingesetzt werden.

Im Rahmen der 9. VEÖ-Jahrestagung gaben ExpertInnen Einblick in ihre jeweilige „Trendküche“. Wir haben für Sie die wichtigsten Informationen im Veranstaltungsbericht ab Seite 5 zusammengefasst. Für alle, die sich mit den aktuellen Entwicklungen am Ernährungssektor eingehend beschäftigen wollen, während unserer Veranstaltung aber verhindert waren, besteht die Möglichkeit, den Tagungsband unter [veoe@veoe.org](mailto:veoe@veoe.org) zu bestellen (Kosten: € 16, – inkl. Versand). Den Presstext des Arbeitskreises Öffentlichkeitsarbeit sowie Presseclippings zur Jahrestagung können Sie der VEÖ-Homepage entnehmen: [www.veoe.org/tagung-2013.html](http://www.veoe.org/tagung-2013.html)

Erfahren Sie zudem in einem interessanten einblicke-Bericht Details über den VEÖ-Medienpreis, der zum zweiten Mal verliehen wurde.

Da ein zielführender Wandlungsprozess einer guten Basis bedarf, berichten Ihr Vorstand und die Arbeitskreise im Jahresbericht 2012 über die Aktivitäten im vergangenen Jahr.

Das Rad des Fortschritts dreht sich unentwegt, daher bietet der VEÖ als Interessensvertretung der ErnährungswissenschaftlerInnen allen Beteiligten im Ernährungsbereich eine Kommunikationsplattform. Mit dem Ziel, die VEÖ-Mitglieder zeitnah mit Informationen über relevante Neuheiten am Ernährungssektor zu versorgen, ermöglicht es die Rubrik „Neues von den VIPs“ den fördernden VEÖ-Mitgliedern, mittels Text und Inserat über Aktuelles aus der jeweiligen Branche oder einen spezifischen Schwerpunkt zu informieren.

Neben Updates aus Wirtschaft und Industrie bietet Ihnen der VEÖ selbstverständlich wieder Neuheiten aus Wissenschaft und Forschung: Wir freuen uns, Sie über ein Forschungsprojekt des IfEW zur Koffeinaufnahme informieren zu dürfen. Erfahren Sie zudem im Infosplitter von den neuen Referenzwerten der EFSA für die Kalorienaufnahme und vieles mehr.

In den Buchtipps finden Sie unter anderem interessante Werke zu den Themen Nachhaltigkeit, LM-Sensorik und Ernährungskommunikation. Die Webtipps fokussieren diesmal den Social-Media-Trend.

Beste Grüße

Mag.<sup>a</sup> Rebecca Kandut

[veoe@veoe.org](mailto:veoe@veoe.org)

## Blumenkäse

**Blumenkäse ist kein mit getrockneten Blumen affinerter Käse, sondern Käse, bei dem anstelle von tierischem Lab die Distel *Cynara cardunculus* zur Milchgerinnung eingesetzt wird. Die mit der Artischocke verwandte Pflanze stammt ursprünglich aus dem Mittelmeerraum und wurde nach Australien, Südafrika, Südamerika und Kalifornien verbreitet. Distelkäse werden traditionell auf dem spanischen Festland, auf Gran Canaria, sowie in Portugal produziert. Der leicht bittere Geschmack reizt Käse-affine Genießer, die Käse sind aber auch bei strengen Vegetariern willkommen.**

### Labmahl

Werfen wir zunächst einen Blick auf die Käseherstellung. Die Dicklegung der Milch kann bei der Käseherstellung grundsätzlich auf verschiedene Weise erfolgen:

Bei der *Süßgerinnung* werden Milchgerinnungsenzyme zum Fällen des Milchkaseins eingesetzt. Sie kommen bei der Herstellung von Weich-, Schnitt- und Hartkäsen zum Einsatz. Die Aufgaben dieser Enzyme sind vielfältig: Neben der Koagulation des Milcheiweißes zur Gallertbildung sind sie auch an der Käsereifung, dem Eiweißabbau und der damit einhergehenden Geschmacksbildung beteiligt.

Im Gegensatz zur Süßgerinnung wird das Milchkasein bei der *Säuregerinnung* mit Säure gefällt. Frischkäse werden entweder ausschließlich mit Säure (Industrietopfen für Sauermilchkäse) oder in Kombination mit Säure und Lab (Speisetopfen, Gervais) gefällt, es gibt aber auch reine Labtopfenfrischkäse.

Für die Süßgerinnung bieten sich verschiedene Milchgerinnungsenzyme an:

- Kälbermagen-Lab: enthält drei Chymosin-Haupttypen und mindestens drei Untertypen sowie Pepsine
- Pepsin aus den Mägen von Rindern, Schweinen oder Hühnern
- Lammagen-Paste: enthält neben Chymosin und Pepsin auch lipolytische Enzyme und wird in mediterranen Ländern bei der Produktion mancher Schafkäse eingesetzt
- Mikrobiell erzeugte Labaustauschstoffe
- Biotechnologisch erzeugte Labaustauschstoffe, die mit Hilfe von GVO seit den 1980er-Jahren erzeugt werden: in diesen kommt – im Gegensatz zum Kälberlab – nur ein Chymosin-Typus vor
- Pflanzliche Labaustauschstoffe: Der bekannteste stammt aus der Distel *Cynara Cardunculis*. Es können frische oder getrocknete Stiele und Blüten, wässrige Extrakte oder gefriergetrocknetes Pulver eingesetzt werden.

Die derzeitige Weltproduktion von ca. 17,9 Millionen Tonnen Käse ließe sich nicht allein mit Kälberlab bewältigen. Rinderlab gäbe es genug, die auch den europäischen Standards entsprechen, die Weltkäseproduktion könnte also rein theoretisch mit Naturlab verschiedener Tierspezies erfolgen.

### Lactovegetabil

Gründe, warum es pflanzliche Alternativen gibt, sind unterschiedlicher Natur: ethisch, religiös, finanziell, traditionell, geografisch. In Indien, wo Kühe heilig sind, wird der Frischkäse *Paneer* mit Zitronensaft gefällt. Im Mittelmeerraum wachsen Disteln auf vergleichsweise kargen Böden, auf denen Schafe und Ziegen, aber nur wenig Kühe grasen. Wo es keine Kühe gibt, gibt es auch kein Kälberlab. Es machte dort also Sinn, frühzeitig Lab-Alternativen zu finden.

Sämtliche spanischen und portugiesischen Distelkäse werden ausschließlich oder überwiegend aus Schafmilch hergestellt. Diese mit Hilfe von *Cynara cardunculus* erzeugten Blumenkäse haben jahrhundertelange Tradition und tragen daher eine geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U. = DOP). Diese bedeutet, dass Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung des Käses in einem bestimmten geografischen Gebiet nach einem anerkannten Verfahren erfolgen:

- Der kanarische Blumenkäse *Queso de flor de Guía DOP* (Abb. 1) besteht zu mindestens 60 % aus Schafmilch von kanarischen Schafsrassen, maximal 40 % Kuhmilch von Kühen kanarischer Rassen und deren Kreuzungen sowie maximal 10 % Ziegenmilch kanarischer Rassen. Die Milchgerinnung erfolgt ausschließlich durch das pflanzliche Lab aus getrockneten Blütenkörben von *Cynara cardunculus* und *Cynara scolymus*.
- Für den *Queso de Media flor de Guía* gelten die gleichen Anforderungen an die Milch, jedoch wird die Milch nur zu mindestens 50 % pflanzlich gefällt.

Auf Gran Canaria werden die Disteln im Juli geerntet und drei bis vier Monate in Höhlen getrocknet (Abb. 2). Die Käseproduktion erfolgt während der Laktationszeit von Jänner bis Juli. Bei manch anderen mediterranen Schafkäsesorten wird hingegen auf Enzyme des Lämmermagens zurückgegriffen, etwa beim spanischen *Idiazabal* oder beim italienischen *Pecorino Romano*.

## Schafkäse zum Löffeln

Kanarische Blumenkäse werden in Laiben zwischen 0,5 bis 5 kg produziert. Der Käseteig ist kompakt, die Käse werden nicht gelöffelt, sondern geschnitten. Viele andere Distel-Käse werden allerdings in Form kleiner Laibe produziert. Sie werden oben aufgeschnitten und das weiche Innere wird herausgelöffelt. Dazu zählen der *Queijo de Azeitão DOP* (Abb. 3) und der *Queijo Serra da Estrela DOP* aus Portugal sowie die spanischen Käse *Cañarejal*, *Torta del Casar DOP*, *Torta La Serena DOP* und *Torta de Barros*.

## Dem Geschmack auf der Spur

Blumenkäse wird eine dezente Bitternote attestiert, die jedoch keineswegs unangenehm ist. Ich habe mich auf Gran Canaria selbst davon überzeugt.

Auch eine wissenschaftliche Sensorikstudie fand, dass *Murcia al Vino DOP*, ein spanischer Ziegenkäse, der zweimal mit Rotwein eingerieben wird, etwas bitterer schmeckt, wenn dieser mit pulverisiertem Distellab statt konventionell mit tierischem Lab erzeugt wurde. Ein Sensorikpanel bewertete die Käse nach 30, 45 und 60 Tagen. Die Bitterkeit der Käse unterschied sich jedoch erst nach 60 Tagen Reifezeit, wobei der Distelkäse nicht nur geringfügig bitterer, sondern generell geschmacksintensiver war. Nach 30 und 45 Tagen gab es keinen geschmacklichen Unterschied. Hinsichtlich Textur unterschieden sich die Käse bereits nach einem Monat Reifezeit. Der Distelkäse war weicher, cremiger und weniger körnig als der herkömmliche Labkäse. Optisch unterschieden sich die Käse nach 45 Tagen, wobei der Distelkäse eine intensivere Farbe aufwies und mehr Löcher hatte.

In einer australischen Studie wurden Pecorinos – Käse aus Schafmilch – mit wässrigem Distelextrakt, Kälberlab und mikrobiologischem Lab nach 30, 60 und 90 Tagen Reifezeit sensorisch verglichen. Ein trainiertes Panel bewertete die Härte, Cremigkeit, Bitterkeit und die Akzeptanz der Käse. Nach 90 Tagen bewerteten zusätzlich 287 untrainierte Konsumenten die Akzeptanz der Käse. Die mit Distelextrakt gefüllten Käse waren

signifikant weicher und cremiger als die anderen beiden Käse. Die Bitterkeit aller drei Käse war von Anfang an gering und reduzierte sich im Laufe der Lagerung noch weiter. Interessanterweise war die Bitterkeit des Distelkäses nach 30 und 60 Tagen sogar geringer als bei den anderen Käsen, nach 90 Tagen unterschieden sich die Käse mit Lab und Distel nicht mehr voneinander. Die Konsumenten präferierten den Distelkäse gegenüber den anderen Varianten.

Bei sensorischer Marktforschung gilt: Ergebnisse sind länderspezifisch, und Präferenzen können nicht von einem Land auf ein anderes extrapoliert werden. Individuelle Vorlieben können so wieso nur auf eine Weise eruiert werden: durch Verkosten!

### Literaturverzeichnis:

Addis M., Piredda G., Pinsi A.: The Use of Lamb Rennet Paste in Traditional Sheep Milk Cheese Production. *Small Ruminant Research* 79, 2008, 2-10.

Chen S., Agboola S., Zhao J.: Use of Australian Cardoon Extract in the Manufacture of Ovine Milk Cheese – a Comparison with Commercial Rennet Preparations. *International Journal of Food Science and Technology* 38, 2003, 799-807.

Handler C.: Lab und Labersatzenzyme in der Käseherstellung. Diplomarbeit, Universität Wien, 2009.

Harbutt J. (Hrsg.): *World Cheese Book*. Dorling Kindersley 2009.

Grubhofer J., Hartl J., Rogenhofer M.: *Käseherstellung und Käsetechnologie*. Skriptum, Ausbildung Diplom-Käsesommelier, WIFI 2009.

La Queseria de Guía: mündliche Auskunft am 4.4.2013.

Pachschwöll W.: Lab und Labaustauschstoffe. *Deutsche Molkereizeitung* 25.6.2010.

Tejeda L., Abellán A., Cayuela J.M., Martínez-Cacha A.: Sensorial Characteristics During Ripening of the Murcia al Vino Goat's Milk Cheese: The Effect of the Type of Coagulant Used and the Size of the Cheese. *Journal of Sensory Studies* 21, 2006, 333-347.

Verordnung (EU) Nr. 783/2010 vom 3.9.2010.

Wikipedia: <https://de.wikipedia.org/wiki/Lab>

Wikipedia: [http://de.wikipedia.org/wiki/Cynara\\_cardunculus](http://de.wikipedia.org/wiki/Cynara_cardunculus)



Abb. 1: Kanarischer Blumenkäse  
Queso de flor de Guía DOP



Abb. 2: Distel



Abb. 3: Queijo de Azeitão DOP

**MMag.ª Sabine Brandstetter**  
office@klartext.or.at

## Food News und Food Trends

Als „inhomogene Gruppe mit unterschiedlichsten Schwerpunkten“ beschreibt **Mag.ª Ursula Umfahrer-Pirker**, 1. Vorsitzende des VEÖ, uns ErnährungswissenschaftlerInnen. Damit liegen wir voll im Trend, denn auch das Ernährungsverhalten folgt vielfältigen Bedürfnissen und entwickelt sich rasant weiter. Ausgewählte ExpertInnen von TrendforscherInnen über Marktanalysten bis hin zu RechtsexpertInnen präsentierten bei der 9. VEÖ-Jahrestagung am 25. und 26. April 2013 Neuigkeiten auf dem Ernährungssektor und kamen trotz aller Komplexität des Themas zu einem einheitlichen Schluss: Die KonsumentInnen bestimmen den Weg in die Zukunft und der könnte vielfältiger und spannender nicht sein.



Gesundheitsminister **Alois Stöger** betont, wie wichtig die Rolle der ErnährungswissenschaftlerInnen in der Umsetzung des Nationalen Aktionsplans Ernährung sei. Fachliche Kompetenz ist Voraussetzung, um bei der Frage der VerbraucherInnen „Wie setze ich das im Alltag um?“ unterstützend zur Seite stehen zu können. Was bewegt und wodurch der Alltag bestimmt wird, unterliegt aktuellen Trends.

### Besonders versus Convenience

Ein großes, buntes U-Bahn-Netz zeigt schematisch, wie verzweigt und vielseitig gesellschaftliche Weiterentwicklungen sind. **Mag.ª Hanni Rützler** (futurefoodstudio) entführt in einzelne Stationen der Megatrend-Map 2.0. Der Wertewandel manifestiert sich in der Gesellschaft und spiegelt sich auch in unserer Esskultur wider. Der stressige, kurzlebige und energieaufwendige Alltag ruft ein Bedürfnis nach Entspannung hervor, welches in der Natur und im eigenen Garten Erfüllung findet. Durch das neue Gesundheitsverständnis „Soft Health“ rücken Genuss und Essens-Qualität wieder in den Mittelpunkt. Die Anzahl der „Flexitarier“, also der „Zeitweise-Vegetarier“, steigt.



Flexibel und an den gegenwärtigen Bedürfnissen orientiert sind Nutzer von Pop-up-Restaurants und TeilnehmerInnen von No-Agenda-Meetings. Die

Kommunikation über Neue Medien und gelebte Kreativität machen es möglich, das zu tun, was gerade Priorität hat. Kreativ präsentiert sich auch die Gastronomie: So zaubert die nordische Küche mit Moosen, Flechten und Fischen Naturerlebnisse auf die Teller. Unser tägliches Essen sieht anders aus – hier manifestiert sich ein anderer Trend: Convenience und Auswärts-Essen. **Mag. Johannes Mayr** (keyQuest Marktforschung GmbH) sieht den Grund dafür in der Zunahme von Single-Haushalten. Marktanalyse-daten belegen steigende Ausgaben für den Außer-Haus-Verzehr bei gleichzeitig leicht rückläufigen Haushaltskosten. Einerseits geht es in einem von Stress und Zeitmangel gekennzeichneten Alltag um Erleichterung bei Einkauf, Lagerung und Zubereitung, was die Wachstumsraten bei Selbstbedienungsartikeln, länger haltbarer und vorbereiteter Produkte erklärt. Andererseits dient Essen als Ausdruck der eigenen Individualität und sogenannte „weiche“ Kauffaktoren wie Bio, Gesundheit und Regionalität gewinnen an Wert. Für die Kaufentscheidung bleiben harte Fakten wie der Preis relevant.



### Drin ist, was drauf steht?

Im Kampf um den Point of Sale setzen alle großen Marktteilnehmer stark auf den Eigenmarkensektor, dem **Mag.ª Gabriele Jiresch** von der Handelszeitung (Wien) ein weiteres Wachstum prognostiziert. Die Handelsmarke „Spar enjoy“ soll beispielsweise speziell den „Convenience-Kunden“ ansprechen und wird daher mit Vor-Ort-Verzehrsmöglichkeiten kombiniert. Andere Mitbewerber setzen auf Regionalität und Nahversorgung mit dem Trend zu kleineren Verkaufs-



flächen und multifunktionalem Angebot. Die richtige Marktstrategie ist die Fortführung einer guten Produktentwicklung. Während ein Produkt früher rund 20 Jahre am Markt war, sind heute Lebenszyklen von drei bis vier Jahren der Durchschnitt, so **DI Dr. Gernot Zweytick** (Fachhochschule Wieselburg). Beim Produktdesign wird versucht, auf alle Sinne Einfluss zu



# veranstaltungsbericht

nehmen: Mit Farbsymbolik und Formen sollen positive Assoziationen erzeugt werden, die zum Produktkauf motivieren. Der

Grad zwischen Semantik, Täuschung und Enttäuschung ist ein schmaler, weiß

**Mag.<sup>a</sup> Sonja Reiselhuber-Schmölzer** (Ernährung e<sup>3</sup>). Hersteller setzen vermehrt auf „Clean Labelling“, was bedeutet, dass keine Zusatzstoffe in der Zutatenliste aufscheinen. „Clean Claiming“, also das freiwillige Hinweisen auf die Abwesenheit bestimmter Stoffe wie Allergenen oder Zusatzstoffen ist für AllergikerInnen wichtig, jedoch nicht unumstritten. Fußnoten informieren, wenn ein Produkt

ohnehin von Natur aus oder gesetzlich den entsprechenden Inhaltsstoff nicht enthält bzw. enthalten darf, damit die „Frei von“-Auslobung nicht als „Werbung mit Selbstverständlichkeit“ geahndet werden kann. Ob diese „Sternchenlösung“ für KonsumentInnen verständlich ist, bleibt offen. Der Ruf der VerbraucherInnen nach Ehrlichkeit und Transparenz auf Lebensmittel-Etiketten ist unüberhörbar.

## Hightech-Lebensmittel und Küchen-Roboter

Technischer Fortschritt bestimmt unseren Alltag mitsamt unserem Essen. D-Tagatose schmeckt gleich süß wie Zucker, wirkt präbiotisch, hat einen nur begrenzten blutzuckersteigernden Effekt und ist nicht kariogen. D-Tagatose ist ein zugelassenes „Novel Food“, ihr Verzehr gilt als sicher. „Novel Foods“ sind „neuartige Lebensmittel oder Lebensmittelzutaten“.

**Mag. Klaus Riediger** von der AGES ist für die Zulassung neuartiger Lebensmittel verantwortlich und weiß daher bestens Bescheid, welche Neuheiten wir in Zukunft im Supermarkt finden werden. Ein Trend zeigt sich im Versuch, verwertbare Produktionsrückstände zu nutzen. Rapsprotein als Nebenprodukt der Rapsölproduktion wartet als neue, alternative Eiweißquelle auf die Zulassung. Mit UVC-Licht behandelte Milch weist einen erhöhten Vitamin-D-Gehalt und eine geringere Keimzahl auf. Dadurch hält mit UVC-Licht behandelte Milch statt zwölf 21 Tage lang, das Zulassungsverfahren läuft



noch. Einmal mehr lautet das Schlagwort Convenience, was sich wie ein roter Faden bis hin zu Küchen und Kochgeräten spannt. Leichte Handhabung ist heute ein Muss: Ein- und Hochbaumodelle boomen, gute Zukunftschancen gibt **Dr.<sup>in</sup> Elvira Baier** (Institut für Haushaltstechnik und Ökotrophologie, Kranzberg) ergonomischen und intelligenten Türlösungen mit zum Beispiel Farberkennung für heiß. Einfache Bedienung mit Programmautomatiken und



Touch- oder Multitouchscreens und Reinigungshilfen werden vorausgesetzt. Neben einem schicken Design muss der Energieverbrauch stimmen. Die Energieeffizienz ist durch ein verpflichtendes Energylabel sofort vergleichbar und muss im Verhältnis zum Preis stimmen.

## Jeder is(s)t anders und alle sind online

Was und wie gegessen wird, hängt zwar stark, aber nicht linear von aktuellen gesellschaftlichen Trends ab, erklärt **ao. Univ.-Prof. Dr. Karl-Michael Brunner** (WU Wien). Dabei konkurrieren



Veränderungsfaktoren wie die Individualisierung, der Strukturwandel der Arbeit und aktuelle Lebensmittelskandale mit Stabilitätsfaktoren – dazu gehören unter anderem Geschmacksozialisation, regionale Gebundenheit und alltagsweltliche Vorstellungen. Neben anderen Aspekten hängt unsere Esskultur entscheidend von der alltäglichen Lebensführung ab. Häufig gibt es ganz konkrete Vorstellungen von gesundem Essen, nur die Umsetzung funktioniert nicht. In

diesem Zusammenhang verwundert die Vielzahl an Web-Angeboten zur Ernährungsumstellung nicht. Ganz im Trend – jederzeit und von überall bequem verfügbar, anonym und doch

bis zu einem gewissen Grad individuell gestaltet – erfüllen Online-Ernährungsprogramme fast alles, was das trendbewusste Konsumentenherz wünscht. Ernährungswissenschaftlerin **Mag.<sup>a</sup> Mariella Lahodny, MSc** (Bubble Foods e.U.) hat verschiedene Softwareportale getestet und kommt zu folgendem Schluss:

Jedes hat seine Vor- und Nachteile, einige österreichische Plattformen punkten mit einer sehr gut zu handhabenden Datenbank bzw. mit einer tollen Fotoübersicht, die das Einschätzen der Portionsgrößen erleichtert. Andere bemühen sich um die bisher stark unterrepräsentierte männliche Zielgruppe und haben dafür ein eigenes maskulin designtes Portal eröffnet. Die Programme sind zwar praktisch und kostengünstig, mit Erfolgen ist aber nur zu rechnen, wenn sowohl das Ernährungs- als auch das Bewegungsverhalten angesprochen wird und sich das Angebot in den individuellen



Lebensstil integrieren lässt. Obwohl Essen langsamer als andere Bereiche seinen Weg ins World Wide Web findet, ist **MMag. Michael Schuster** (Speedinvest) überzeugt, dass Abnehmportale längst nicht das Ende der Fahnenstange darstellen. Die Zahl der Lebensmittel-Aboangebote und Frei-Haus-Lieferservices im Internet wächst. Als Alternative zum Supermarkt finden Liebhaber des guten Geschmacks



# veranstaltungsbericht

besondere Angebote in Online-Shops, wie Beispiele für Tee-Liebhaber oder zum Selbst-Mixen des Lieblingsfrühstücks zeigen. Die Preisunterschiede zwischen Online-Diensten und dem herkömmlichen Handel sind nicht mehr relevant. Der Internet-Shop ist immer und überall erreichbar, es muss keine kostbare Zeit fürs Einkaufen aufgewendet werden. Beim Essen im Netz geht es aber längst nicht mehr nur darum „Essen zu essen“, sondern Essen dient als Ausdruck der eigenen Persönlichkeit. Ganz nach dem Motto „Ich esse, also bin ich“ gibt es zahlreiche Apps zum Thema Essen. Speisen können bildlich mit anderen geteilt werden, Restaurantempfehlungen und Essensbewertungen sind via Handy punktgenau abrufbar. Neue (Ess-)Gesellschaften entstehen, wenn nicht Freunde entscheiden, wohin sie essen gehen, sondern wenn jeder für sich sein Essen wählt und sich überraschen lässt, wer an diesem Abend dieselbe Küche bevorzugt.

## Zurück zu den Wurzeln

City Farming und Container Gardening sind zwar keine neuen Erfindungen, aber wieder stark im Kommen. Vor allem in der Stadt werden Flächen für den Anbau von Gemüse und Kräutern genützt. Eine Vielzahl von Nutzpflanzen wächst hervorragend in Gefäßen und eignet sich daher auch für den Anbau auf Terrassen, Balkonen oder in Fensterblumenkästen. Damit das Gemüse auch schön gedeiht, holt man sich am besten Insider-Tipps von erprobten „City Farmern“. **Dipl.-Ing. Andrea Heistinger** (Agrarwissenschaftlerin) berichtet von Regenwurmkompost als natürlichen „Wunderdünger“, von im Handel erhältlichen Hornmüll, der auch bestens durch die eigenen Haare ersetzt bzw. zumindest ergänzt werden kann sowie von „Growbags“, die ein bequemes Pflanzen direkt im Erde-Sack ermöglichen.



Die Gründe für das neu entdeckte Gärtnern sind vielfältig: sei es, um qualitativ hochwertige Lebensmittel konsumieren zu können, Entspannung, Natur-Erfahrung für die eigenen Kinder oder der Erhalt alter und seltener Sorten, die im Handel nicht zu finden sind. Dafür spricht sich **Dipl.-Ing. Clemens G. Arvay** (Agrarbiologe) aus. Er sieht die Arten- und Sortenvielfalt in Gefahr, da die Essensproduktion immer stärker von gro-

ßen Handelsketten geprägt wird. Diese setzen sowohl in der konventionellen Landwirtschaft als auch im Bio-Landbau auf den Einsatz ertragreicher Hybridsorten. Da sich diese nicht zur Fortpflanzung eignen, stehen Bauern in starker Abhängigkeit ihrer Vertragspartner. Zudem sind die zum Einsatz kommenden Hochleistungssorten nicht standortangepasst und daher für den ökologischen Landbau wenig geeignet. Probleme wie zum Beispiel das Phänomen des Federkannibalismus bei Hühnern können auch in der biologischen Landwirtschaft die Folge sein. Eine Umorientierung auf dezentrale und regionale Versorgungsstrukturen könnte laut dem Agrarbiologen ein sinnvoller Lösungsansatz sein.

## Fazit

Gesellschaftliche Phänomene wie Individualisierung, Globalisierung und Mobilität bilden die Basis für Änderungen unserer Ernährungsweise. Doch gerade weil Essen eines der ureigsten Grundbedürfnisse ist und tagtäglich passiert, gibt es nicht „den“ Essenstrend schlechthin. Unsere Esskultur ist die Summe unterschiedlichster, sich ständig im Wandel befindlicher Bedürfnisse. Trends erzeugen Gegentrends, und durch die rasche Entwicklung des Internets erhöht sich das Tempo, mit dem Veränderungen stattfinden. Was heute angesagt ist, kann morgen bereits als überholt gelten, und so gilt es für ErnährungswissenschaftlerInnen einmal mehr, nichts anbrennen zu lassen und am Puls der Zeit zu bleiben.



Mag.<sup>a</sup> Bernadette Arnoldner  
presse@veoe.org

## „Ernährungsinformation, die schmeckt“ Verleihung des VEÖ-Medienpreises 2011/12

**Der VEÖ vergab am 25. April 2013 im Rahmen der 9. Jahrestagung zum zweiten Mal den JournalistenInnenpreis für „Ernährungsinformation, die schmeckt“.**

Ernährungsaufklärung zählt zu den bedeutendsten Zielen der Ernährungswissenschaft. Medien bieten die beste Chance dazu. Sie können dem breiten Publikum ernährungswissenschaftliche Botschaften schmackhaft machen und so deren Gesundheitskompetenz fördern. „Ernährungsinformation, die schmeckt“ – zubereitet aus ernährungswissenschaftlich richtigen Inhalten und serviert mittels verständlich anschaulichen Beiträgen – wurde vom VEÖ ausgezeichnet und prämiert.

Die Jury, welche sich aus **Ass.-Prof.<sup>in</sup> Dr.<sup>in</sup> Petra Rust** (Department für Ernährungswissenschaften, Universität Wien), **Dr.<sup>in</sup> Susanna Sklenar** (Journalistin, Frauenbüro/Das andere Medienbüro), **Mag.<sup>a</sup> Ursula Umfahrer-Pirker** (1. Vorsitzende des VEÖ) und **Dr. Wolfgang Wagner** (Journalist, Austria Presse Agentur) zusammensetzte, suchte journalistische Arbeiten, die Ernährungsthemen in den Bereichen Prävention und Gesundheitsförderung darstellen, fachlich richtig und aktuell gestaltet sind. Dieses Jahr durften wir aufgrund eines Punktegleichstands zwei Gewinnerinnen zum VEÖ-Medienpreis 2011/12 in der Kategorie Print- und Online gratulieren und ein Preisgeld von je € 1.000,- überreichen.

**Mag.<sup>a</sup> Karin Kirschbichler** widmete sich in ihrem Beitrag „Stolpersteine: Warum nehme ich nicht ab?“ (Medizin Populär 4/2011) in erfrischender Weise einem ansonsten sehr strapazierten Thema: dem Abnehmen. Allgemein verständlich beleuchtet sie in ihrem Artikel jene Aspekte, die bei diesem Vorhaben oft vernachlässigt werden. Dabei bietet sie LeserInnen einen umfassenden und anschaulichen Überblick, was den Abnehmerfolg verhindern könnte und vermittelt praktische sowie motivierende Lösungsansätze.

**Bertram Weiß** erläutert in seinem Beitrag „Warum wir essen, was wir essen“ (GEOkompakt Nr. 30/2012) verständlich und spannend die evolutionsbiologische Relevanz unserer Geschmackspräferenzen. Besonders beeindruckend sind seine umfassende Recherche und die lebendig vermittelten Studienergebnisse. Der Autor verurteilt nicht, versucht nicht reißerisch zu polarisieren. Wenn er wertet, dann sehr behutsam und differenziert. Ihm ist ein tief sinniger, verständlicher Beitrag gelungen, der viel Raum für Handlungsanreize lässt, ohne belehrend zu wirken.

Wir bedanken uns bei allen anderen TeilnehmerInnen und hoffen beim nächsten Medienpreis auf weitere zahlreiche Beiträge.



Von links nach rechts: Mag.<sup>a</sup> Karin Kirschbichler, Mag.<sup>a</sup> Bernadette Arnoldner



Festsaal des BMG

**Mag.ª Bernadette Arnoldner**  
**Mag.ª Rebecca Kandut**  
**Eva Luger, MSc.**  
**Dipl. oec. troph. Dipl.-Päd<sup>in</sup> Britta Macho**  
**Mag.ª Katharina Phillipp**  
**Mag. Martin Schiller**  
veoe@veoe.org

### Vorstand

**1.+ 2. Vorsitzende:** Mag.ª Ursula Umfahrer-Pirker,  
Mag.ª Sonja Reiselhuber-Schmölzer  
**1.+ 2. SchriftführerIn:** Mag.ª Viktoria Scherrer,  
Dr. Manuel Schätzer  
**1.+ 2. KassierIn:** Mag. Andreas Schmölzer, Dr.<sup>in</sup> Birgit Wild  
**Kooptierte Vorstandsmitglieder:** Ass.-Prof.<sup>in</sup> Dr.<sup>in</sup> Petra Rust,  
Mag. Markus Zsivkovits, MSc Tox

Schwerpunkte der Vorstandsperiode 2012 bis 2015 stellen der Relaunch des VEÖ bis 2015, die verstärkte Setzung berufspolitischer Akzente sowie der Aufbau und die Pflege von Netzwerken dar. Bei allen VEÖ-Aktivitäten finden die Budget- und Strategieverträglichkeit, der Punkt Kommunikation sowie mögliche Schnittstellen Beachtung.

Die Aktivitäten des Vorstands im Jahr 2012 umfassten die Durchführung einer Organisationsentwicklung, die VEÖ-Mitgliederbefragung 2012, die Neustrukturierung der Geschäftsstelle, das Netzwerktreffen mit den VEÖ-Arbeitskreisen am 13. September 2012, die Aktivierung des Arbeitskreises Außenbeziehungen sowie des Arbeitskreises einblicke und die Ernennung einer Vorstandsbegeleitung je Arbeitskreis. Zudem wurde eine Kooperation des VEÖ mit dem Journal für Ernährungsmedizin ins Leben gerufen.

### AK Außenbeziehung

**Leitung:** Dipl. oec. troph. Dipl.-Päd<sup>in</sup> Britta Macho  
**Vorstandsbegeleitung:** Dr.<sup>in</sup> Birgit Wild

Der AK Außenbeziehung wurde im Jahr 2012 wiederbelebt. Er steht in enger Zusammenarbeit mit dem AK Internationale Berufspolitik (AK INTBP) des VDOE, deren Leitung seit 2011 ebenfalls Dipl. oec. troph. Dipl.-Päd<sup>in</sup> Britta Macho inne hat. Da es hier sicherlich zu inhaltlichen Überschneidungen kommt, ist dies nach Beschlussfassung in beiden Verbänden eine gute Alternative und der erste Schritt zur internationalen Vernetzung. Die Treffen finden ein bis zwei mal jährlich in München statt, wobei ein reger Austausch per E-Mail stattfindet und für das Jahr 2013 bereits drei Termine per Vsee ausgemacht wurden – um beiderseitig die Kosten der Anfahrten zu reduzieren.

### AK einblicke

**Leitung:** Mag.ª Stefanie Pichler  
**Vorstandsbegeleitung:** Mag.ª Viktoria Scherrer  
**Mitarbeit:** Mag.ª Rebecca Kandut, Mag. Martin Schiller

Der Arbeitskreis einblicke wurde im Jahr 2012 ins Leben gerufen, die erste Sitzung fand am 6. Dezember 2012 statt. Ziel des Arbeitskreises ist es, kreativen Input zu erlangen und Organisatorisches zu regeln.

Im vergangenen Jahr wurden Themenschwerpunkte in jeder zweiten Ausgabe eingeführt:

- ▶ einblicke 1/12: Angewandte Ernährungstherapie
- ▶ einblicke 3/12: Ernährungsökologie
- ▶ einblicke 1/13: Ernährungsprävention im Kindesalter

Zudem wurden Fachbeiträge und Rubriken bezüglich ihrer Kontinuität und der Anzahl an Beiträgen pro Ausgabe geregelt. Jede einblicke-Ausgabe enthält Fachberichte, Veranstaltungsberichte, den Praxisdialog, die Rubrik „Neues vom IfEW/von der UMIT“ zur Vorstellung aktueller wissenschaftlicher Projekte, Infosplitter, Buchtipps, Webtipps sowie die Rubrik „Neues von den VIPs“. Das LehrerInnen-Netzwerk wird überarbeitet und soll zukünftig das Thema Ernährungsbildung umfassend aufgreifen.

### AK Förderservice

**Vorstandsbegeleitung:** Dr. Manuel Schätzer  
**Mitarbeit:** Mag.ª Tamara Haider, Mag.ª Karin Kvarda, Mag.ª Dr.<sup>in</sup> Erika Lasser-Ginstl, Mag.ª Karin Lobner, Anna Lvovskaja, Dipl. oec. troph. Dipl.-Päd<sup>in</sup> Britta Macho, Mag. Martin Schiller

Die Aktivitäten des Arbeitskreises Förderservice im Jahr 2012 umfassten die Aktualisierung und Erweiterung der Who-is-Who-Broschüre, die Vorbereitung eines „mini“-VIP-Pakets (Arbeitsmittel) für kleine ernährungswissenschaftliche Betriebe, die Wiederbelebung der früheren einblicke-Rubrik „Neues von den VIPs“ sowie ein Brainstorming zur Attraktivitätssteigerung der Serviceleistungen für VEÖ-VIP-Mitglieder.

Im Jahr 2013 sind die Neustrukturierung des Arbeitskreises, Netzwerken und Kontaktpflege, der weitere Ausbau der Serviceleistungen für VIPs, die endgültige Schnürung des

# jahresbericht

„mini“-VIP-Pakets und die Erweiterung des Interessentenkreises für die VIP-Mitgliedschaft geplant. Wichtig ist für den Arbeitskreis Fördererservice in wirtschaftlich schwierigen Zeiten die intensive Kommunikation des Mehrwerts einer Kooperation von Unternehmen mit dem VEÖ für beide Seiten. Derzeit gibt es 26 VEÖ VIP-Mitglieder.

## AK Mitgliederservice

**Leitung:** Eva Luger, MSc., Maria Luger, MSc.

**Vorstandsbegleitung:** Mag.<sup>a</sup> Viktoria Scherrer

**Mitarbeit:** Mag.<sup>a</sup> Parisa Bayaty, Mag.<sup>a</sup> Jasmina Kavka, Mag.<sup>a</sup> Mariella Lahodny, MSc. (seit Dezember 2012), Elisabeth Pilz, Bakk., Mag.<sup>a</sup> Katharina Phillip, Dana Schied, Bakk. (seit Dezember 2012)

Der Mitgliederstand des VEÖ umfasste Ende 2012 406 ordentliche sowie 303 außerordentliche Mitglieder.

### Aktivitäten im Jahr 2012:

- Die beiden Schnittpunkte Klinische Ernährung und Selbstständigkeit wurden im Jahr 2012 sowohl von Studierenden als auch AbsolventInnen sehr gut besucht. Wichtige Neuerung: Die Teilnahme ist für VEÖ-Mitglieder kostenlos. Ab der zweiten Teilnahme wird für Nichtmitglieder ein Unkostenbeitrag von € 10.- eingeholt. Im Falle eines VEÖ-Beitritts im selben Jahr werden einmalig € 10.- vom VEÖ-Mitgliedsbeitrag abgezogen.
- VEÖ-Jobservice: 51 Stellen- und fünf Praktikumsanzeigen wurden 2012 versandt.
- VEÖ-Präsentation im Rahmen der Semestervorbesprechungen: Die Präsentation des VEÖ im Rahmen der Semestervorbesprechung des IfEW ist dem Arbeitskreis ein großes Anliegen, da hier die Studierenden gut in Verbindung mit ihrem Berufsverband treten und sich über die Aktivitäten und Ziele des VEÖ informieren können.
- Betreuung des VEÖ-Boards am IfEW.

## AK Öffentlichkeitsarbeit

**Leitung:** Mag.<sup>a</sup> Bernadette Arnoldner (seit Jänner 2013)

**Vorstandsbegleitung:** Mag.<sup>a</sup> Ursula Umfahrer-Pirker

**Mitarbeit:** MMag.<sup>a</sup> Sabine Brandstetter (seit April 2013), Mag.<sup>a</sup> Rebecca Kandut, Mag.<sup>a</sup> Stefanie Pichler, Mag.<sup>a</sup> Viktoria Scherrer, Mag.<sup>a</sup> Eva Unterberger

Im vergangenen Jahr wurden der VEÖ-Medienpreis 2011/12 „Ernährungsinformation, die schmeckt“ organisiert und folgende fünf Presseaussendungen wurden versandt:

- 18.01.2012: Vitamin D: Zufuhrempfehlungen vervierfacht
- 19.06.2012 und 11.10.2012: Ernährungsinformation, die schmeckt
- 06. und 09.11.2012: Auf die Plätze, fertig, los! – Sport und Ernährung im Fokus

Zudem wurden regelmäßig JournalistInnenanfragen beantwortet und ExpertInnen vermittelt, dies resultierte in ca. 20 Nennungen des VEÖ in österreichischen Medien im Jahr 2012.

### Ausblick 2013:

Mag.<sup>a</sup> Bernadette Arnoldner hat im Jänner 2013 die Leitung des Arbeitskreises Öffentlichkeitsarbeit übernommen. Es gab aus Zeitgründen zwei Austritte und mit MMag.<sup>a</sup> Sabine Brandstetter einen Zuwachs zum Arbeitskreis. Am 17. April 2013 fand ein JournalistInnenworkshop zum Thema „Morgenstund‘ hat Frühstück im Mund“ statt, welcher sehr positives Feedback und qualitativ hochwertige Pressemeldungen (u.a. Kurier, ORF, OÖN) nach sich gezogen hat. Zudem wurde und wird die InterviewexpertInnenliste aktualisiert.

## AK success

**Leitung:** Mag.<sup>a</sup> Katharina Phillip

**Vorstandsbegleitung:** Mag.<sup>a</sup> Sonja Reiselhuber-Schmölzer

**Mitarbeit:** Mag.<sup>a</sup> Renate Brüser, Mag.<sup>a</sup> Mare Heiling, Mag.<sup>a</sup> Karin Kvarda, Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Erika Lasser-Ginstl, Mag.<sup>a</sup> Karin Lobner, Dipl. oec. troph. Dipl.-Päd<sup>in</sup> Britta Macho

Im Jahr 2012 hat der VEÖ-Arbeitskreis success insgesamt acht Veranstaltungen – sechs Workshops und zwei MultiplikatorInnenveranstaltungen – organisiert. Ein Workshop musste wegen zu geringer Teilnehmerzahl abgesagt werden, alle anderen Veranstaltungen wurden planmäßig abgehalten.

### Workshops 2012:

- Am 25. Jänner 2012 wurde der Workshop **Calciumreich ..., knochenstärkend ...? Wie viel Wahrheit darf man sagen?** mit Mag.<sup>a</sup> Sonja Reiselhuber-Schmölzer und Mag. Andreas Schmölzer abgehalten. Sehr praxisnah wurden den 13 TeilnehmerInnen Inhalte über das wichtige Regelwerk – die EU-Claims-Verordnung – nahegebracht. Es wurde darauf eingegangen, was man bei der Verwendung der Claims berücksichtigen muss, wie man den passenden Claim findet und wie man bei der Textgestaltung vorgeht.
- Mit dem Workshop **Unique Selling Proposition und Corporate Identity** (acht TeilnehmerInnen) gab es am 12. März 2012 eine Fortsetzung bei den Kooperationsveranstaltungen mit der Wirtschaftskammer Wien, der speziell für Selbstständige oder diejenigen, die es noch werden möchten, interessant war.
- Der Workshop zum Thema **Klinische Epidemiologie oder der richtige Umgang mit klinischen Studien** musste leider wegen zu geringer TeilnehmerInnenzahl abgesagt werden.
- Am 24. Mai 2012 wurden die **Frauen 50 plus** in den Mittelpunkt gerückt. Drei ExpertInnen aus Medizin, Psychologie und Ernährungswissenschaft vermittelten den 16 TeilnehmerInnen alles Wissenswerte rund um das Thema Wechseljahre. Behandelt wurden u.a. Themen wie Veränderungen

des Hormonhaushalts, Hormonersatztherapie – pro und kontra, Osteoporose, körperliche Aktivität, Ernährungsverhalten usw.

- Das Herbstprogramm startete am 18. Oktober 2012 mit dem Workshop **Fein-SINN. Lebensmittelsensorik und Sinnestraining** (21 TeilnehmerInnen). Die Sensorik-Expertin Dr.<sup>in</sup> Eva Derndorfer informierte über Sinneswahrnehmung, Geschmacksschulung und Verkostungen. Mit vielen Übungen war der Workshop auch sehr praxisnah und für alle geeignet, die sich in diesem Bereich – ob beruflich oder privat – fortbilden wollten.
- Social Media ist nicht mehr aus unserem (beruflichen) Alltag wegzudenken. Deshalb hat sich auch der VEÖ diesem Thema gewidmet und am 15. November 2012 die Fortbildung **Von Facebook, Twitter und Co. Der richtige Einsatz von Social Media** mit der Expertin Mag.<sup>a</sup> Natascha Ljubic abgehalten.

## MultiplikatorInnenveranstaltungen 2012:

- Essen in aller Munde. Gemeinschaftsverpflegung im Trend.** So lautete der Titel der Frühjahrsveranstaltung vom 22. Juni 2012, zu der 85 TeilnehmerInnen kamen. Zusätzlich zu den Fachreferaten der namhaften ExpertInnen fand am Schluss eine spannende Diskussionsrunde rund um die Gemeinschaftsverpflegung statt.
- Am 9. November 2012 wurde mit großem Erfolg die Herbstveranstaltung unter dem Motto „**Auf die Plätze, fertig, los! Sport und Ernährung**“ im ausverkauften Haus des Sports (145 TeilnehmerInnen) abgehalten.

## welcome

Marion Allacher, BA.  
Rim Aly  
Natalie Bartosiewicz, Bakk.rer.nat.  
Julia Bauer, Bakk.  
Jessica Beierbach  
Julia Beisl  
Andrea Brunnmair, BSc  
Mag.<sup>a</sup> Carmen Crepaz  
Mag.<sup>a</sup> Sandra Deutschberger  
Elisabeth Dorfmayr  
Lukas Eichberger, BSc  
Mag.<sup>a</sup> Carina Eisterer  
Hannah Fabikan  
Julia Hoi, BSc

Rosa Hölzl  
Damla Karasanogullari, Bakk.  
Christina Kneidinger, Bakk.  
Mag.<sup>a</sup> Karoline Kubala  
Eva Kulovics  
Mag.<sup>a</sup> Ning Li  
Lena Luftensteiner  
Katharina Maruszczak, Bakk.  
Mag.<sup>a</sup> Gertud Pridun  
Teresa Prügl  
Catherina Prüser, BSc  
Marcus Radauer, BSc  
Fabian Reidl  
Nadine Riebler

Mag.<sup>a</sup> Irene Rückerl  
Matthias Schiestl, BMA  
Cornelia Schreder, BEd., MSc.  
Marlene Schütz, BSc  
Markus Seidl  
Mag.<sup>a</sup> Isolde Sommer, MPH  
Sonja Stegmayer, Bakk.  
Gabriele Steharnig, Bakk.  
Annika Storz  
Mag.<sup>a</sup> Barbara Stranzinger  
Jelena Trifunovic, BSc  
Julia Zeitlhuber, BSc  
Mag.<sup>a</sup> Birgit Zelinka  
Mag. iur. Dr. rer.nat. Adolf Zemmann

# vip-mitglieder

## McDonald's Österreich – ganz schön ausgewogen

**McDonald's ist der größte heimische Familien-Gastgeber und größter Gastronomie-Partner der österreichischen Landwirtschaft. Das Unternehmen ist sich seiner Verantwortung bewusst und unterstützt seine Gäste dabei, die Balance zwischen ausgewogener Ernährung, Genuss und einem aktiven Lebensstil mit ausreichend Bewegung zu finden.**

McDonald's hat das Ziel, vor allem Kinder und Jugendliche für einen aktiven Lebensstil zu motivieren. „Entscheidend ist die Kombination aus ausgewogener Ernährung und Bewegung“, erklärt Andreas Schmidlechner, Managing Director von McDonald's Österreich. So engagiert sich das Unternehmen neben der ständigen Erweiterung des Produktangebotes mit überwiegend heimischen Zutaten besonders für einen aktiven Lebensstil mit ausreichend Bewegung und Sport. Das über 25-jährige Engagement als Förderer auf internationaler, nationaler und regionaler Ebene macht McDonald's zu einem der wichtigsten Partner im Jugendsport.

### Kontakt:

Mag.ª Ursula Riegler

Unternehmenssprecherin McDonald's Österreich

E-Mail: [ursula.riegler@at.mcd.com](mailto:ursula.riegler@at.mcd.com)

### Ab Juli 2013: Vitaminkick, der Spaß macht

Ein aktiver Lebensstil verlangt eine möglichst ausgewogene Ernährung. Als Grundlagen für eine vorausschauende Ernährungsplanung informiert McDonald's Österreich deshalb seit 2006 auf Verpackungen, Tablettsets, im Restaurant und im Internet über Nährwerte und Inhaltsstoffe aller Produkte. Auch in Zukunft setzt das Unternehmen auf ein abwechslungsreiches Angebot: Mit knackig-frischen Salaten, einem „Veggie Wrap“ oder einem neuen Vitaminkick mit Obst und Gemüse im Happy Meal wird die Ausgewogenheit des Angebotes im laufenden Jahr noch weiter ausgebaut.

### Über McDonald's Österreich

McDonald's Österreich erwirtschaftete im Jahr 2012 mit 184 Restaurants und 8.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 548 Millionen Euro. Das Unternehmen kauft die für das gesamte Produktsortiment verwendeten Rohstoffe zu einem überwiegenden Teil in Österreich und ist damit der größte Gastronomie-Partner der österreichischen Landwirtschaft. 2012 konnte McDonald's Österreich in seinen Restaurants 157 Millionen Gäste begrüßen. Weitere Informationen auf [www.mcdonalds.at](http://www.mcdonalds.at)

# Für SalatesserInnen.



Probieren Sie die sieben neuen, köstlichen Salatkreationen von **McDonald's**: mit verbesserter, knackiger Salatmischung und neuen Dressings. Von **Italienischem** über Griechischen bis hin zum Backhendl-Erdäpfel Salat – hier ist für jeden das Richtige dabei!



## Coca-Cola unterstützt eine ausgewogene Ernährung und einen aktiven Lebensstil

Anlässlich seines 127. Geburtstages stellte Coca-Cola kürzlich einen ehrgeizigen Aktionsplan vor. In allen 207 Ländern, in denen Coca-Cola präsent ist, wird sich das Unternehmen verstärkt an folgenden vier Zielen orientieren:

1. Breites Angebot an kalorienarmen oder kalorienfreien Getränke-Alternativen
2. Transparente Nährwertinformationen (z. B. Kalorienangaben auf der Vorderseite aller Verpackungen)
3. Zahlreiche Programme und Veranstaltungen für mehr Bewegung im Alltag
4. Keine Werbung, die sich an Kinder unter zwölf Jahren richtet

### Jede Kalorie zählt

In Österreich sind diese Ziele schon seit vielen Jahren ein wichtiger Teil der Unternehmensstrategie von Coca-Cola. Konsumentinnen und Konsumenten können hierzulande aus einem breiten Angebot alkohol- und kalorienfreier bzw. kalorienarmer Getränke wählen und auf diese Weise abwechslungsreich, ausgewogen und bedarfsgerecht trinken. Beispiele dafür sind: Coca-Cola light, Coca-Cola zero, Römerquelle Mineralwasser, Römerquelle emotion und Römerquelle flowers (ab Juni 2013) sowie Powerade Zero. Außerdem werden Teile des Zuckers sämtlicher Nestea-Sorten durch Steviolglycoside ersetzt, wodurch der Kaloriengehalt um rund 30% reduziert werden konnte.

Unter dem Motto „Sei aktiv. Fühl dich gut.“ informiert auch die aktuelle Kampagne über den Kaloriengehalt von Limonaden (1 Dose Coca-Cola enthält 139 Kalorien) und motiviert zu Alltagsaktivitäten um im Energie-Gleichgewicht zu bleiben.

### Transparenz und werbefreie Zonen

Die klaren und verständlichen Informationen über den Energiegehalt auf den Getränken helfen gesundheitsbewussten Menschen, die für sie optimale Wahl zu treffen. Wichtig dabei: Coca-Cola richtet seine Werbung nicht an Kinder unter zwölf Jahren, respektiert Schulen als werbefreie Zonen und verkauft seit vielen Jahren keine Getränke an Volksschulen.

### Wo Sport ist, ist Coca-Cola nicht weit

Eine entscheidende Rolle bei einem gesunden Lebensstil spielt die Bewegung. Denn sportliche Aktivität leistet einen erheblichen Beitrag zu mehr Lebensqualität und Wohlbefinden. In Österreich unterstützt das Unternehmen zum Beispiel jedes Jahr rund 200 Sportveranstaltungen. 2013 nahmen über 3.000 Kinder und Jugendliche im Rahmen des Vienna City Marathons am Coca-Cola 2.0 und Coca-Cola 4.2 teil und bereits seit neun Jahren fördert Coca-Cola in Kooperation mit dem ÖFB den Nachwuchsfußball. Der Coca-Cola Cup ist ein einzigartiger U12-Pokalbewerb, der jedes Jahr knapp 2000 Jugendliche in 150 Teams und ihre Familien begeistert.

Weitere Informationen zu unserem Engagement für ausgewogene Ernährung und einen aktiven Lebensstil finden Sie unter <http://corporate.coke.at>

LIVE POSITIVELY



Coca-Cola

Sei aktiv. Fühl dich gut.

## Aktuelle Forschungsprojekte – ein Wissenschafts-Update

**Koffein ist in aller Munde. Dieses Alkaloid wird von uns tagtäglich mit Getränken wie Kaffee und Energy Drinks, aber auch über andere Lebensmittel wie Schokolade aufgenommen.**

**Die Frage, die sich jedoch stellt: Aus welchen Quellen und wie viel Koffein wird eigentlich konsumiert?**

**In einer kürzlich abgeschlossenen Studie der Arbeitsgruppe Jürgen König (Professur für Spezielle Humanernährung), wurde dieser Frage nachgegangen ...**

**Erhebung der Koffeinaufnahme – repräsentativ für die österreichische Bevölkerung (im Alter von 14 bis 39 Jahren).**

### **Welches Ziel hatte diese Studie?**

Es sollte untersucht werden, aus welchen Quellen das aufgenommene Koffein stammt und wie hoch der Beitrag der jeweiligen Lebensmittel am Gesamtkonsum ist. Es gab bereits eine von der EFSA in Auftrag gegebene Studie zu diesem Thema mit dem Schwerpunkt „Co-Consumption“ (Konsum gemeinsam mit alkoholischen Getränken).

Bisherige Studien betrachteten zumeist nur die Hauptquellen von Koffein (Kaffee, Tee, Energy Drinks und Cola-Getränke). Im Unterschied dazu wurden bei der durchgeführten Studie sämtliche relevante Produkte berücksichtigt, so auch z.B. Schokolade und Kakao. Kaffee wird auch als Zutat verschiedenen Lebensmitteln zugesetzt (u.a. Joghurt-Zubereitungen) bzw. Koffein als Medikament genutzt. Aus diesem Grund wurden auch diese erhoben.

Theophyllin und Theobromin bilden gemeinsam mit Koffein die Gruppe der Purinalkaloide und sind primär enthalten in Tee und Kakao. Diese wurden daher nur bei den Analysen erfasst, jedoch im weiteren Verlauf nicht mehr berücksichtigt.

### **Wie sah das Studiendesign aus und welche Methoden wurden angewandt?**

In einer Vorstudie wurde die Aufnahme mittels speziellem Food Frequency Questionnaire (FFQ) erhoben. Hierfür wurde das „CAT“ (Coffein Assessment Tool) genutzt, welches in einer ähnlichen britischen Studie entwickelt wurde. Dieses Tool wurde nach Rücksprache für Österreich ergänzt.

Die Validierung fand in einem kleinen Sample statt. Hierbei wurden die notwendigen Daten per FFQ, 3-Tage-Wiegeprotokoll sowie Messung der Speichelkonzentration im Plasma (Koffein und dessen Abbauprodukt Paraxanthin) erhoben. Letzteres wird nur bei der Validierung eingesetzt.

**Martin W. Reichel, Bakk.rer.nat.**  
martin.w.reichel@univie.ac.at

Bei der eigentlichen Studie wurde die Aufnahme mittels FFQ erhoben. Diese Tätigkeit führte ein Institut für Konsumentenforschung durch. Um Rückschlüsse auf den tatsächlichen Koffeingehalt zu erhalten, wurde neben der konsumierten Menge auch die Marke der Produkte erhoben.

Es wurden bewusst keine Daten aus der Literatur entnommen, sondern die entsprechenden Produkte analysiert und auf den tatsächlichen Lebensmittelverbrauch hochgerechnet. Nach entsprechender Probenvorbereitung fand die Analyse von Koffein mittels HPLC und UV-Detektion statt.

### **Welche Ergebnisse wurden erzielt bzw. gab es hierbei Überraschungen?**

Bisherige Vermutungen hinsichtlich der primären Koffein-Quelle wurden bestätigt: Es wird deutlich mehr Koffein über Kaffee aufgenommen (61 %) als vergleichsweise über Energy Drinks (12 %) oder Cola-Getränke (9,5 %).

Jedoch ist der Gehalt in Eistee-Produkten (4 %) nicht zu unterschätzen. Dies ist insbesondere für Familien mit Kindern, die vermehrt diese Getränke konsumieren, von Relevanz.

Überraschend waren die Ergebnisse insofern, als nahezu alle Probanden der Studie (n=700) zumindest gelegentlich Koffein aufnehmen. Der Konsum von Energy Drinks und Cola-Getränken findet ergänzend zu Kaffee statt. Mit zunehmendem Alter steigt die Koffeinzufuhr leicht an. Der österreichische Kaffee-Konsum liegt über dem europäischen Durchschnitt.

### **Sind weiterführende Studien oder Empfehlungen für Koffein angedacht?**

Es wird über Folgestudien bereits nachgedacht. Mögliche Optionen wären Untersuchungen hinsichtlich der Reaktionsfähigkeit von Personen nach einer Co-Consumption. In Europa gab es hierzu noch keinerlei Studien.

#### **Kontakt:**

Univ.-Prof. Dr. Jürgen König  
Leiter der Arbeitsgruppe der Professur für Spezielle Humanernährung  
Department für Ernährungswissenschaften  
Althanstraße 14, 1090 Wien

Telefon: +43 1 4277-54991

E-Mail: juergen.koenig@univie.ac.at

<https://nutrition.univie.ac.at/nutrigen>



### Wurst und Sterberisiko: Neue interessante Daten

Im Rahmen der EPIC-Studie hat es zuletzt wieder eine bemerkenswerte Veröffentlichung gegeben, welche den Einfluss von Wurst auf die Gesundheit betrifft. Daten von 448.568 Frauen und Männern im Alter von 35 bis 69 Jahren zeigen, dass rund 3,3 % der frühzeitigen Todesfälle auf den Konsum von verarbeiteten Fleischprodukten zurückzuführen sind. Bei 50 g Wurst pro Tag erhöht sich das Risiko eines frühzeitigen Todes um 18 %. Rechnet man Lebensstilfaktoren heraus, ergibt sich das zentrale Ergebnis der Studie: Bis zu 20 g Wurst pro Tag sind unbedenklich.

Rohrmann S. et al. Meat Consumption and Mortality – Results from the European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition. BMC Medicine 2013, 11:63.

### Hunger im Mutterleib begünstigt späteren Diabetes

Hat die Mutter in der Schwangerschaft nur wenig zu essen, könnte sich dies auf das spätere Leben des Kindes auswirken. Embryonen müssen zuerst lernen, mit wenig Zucker zu leben. Wenn dann im weiteren Verlauf des Lebens mehr Nahrung zur Verfügung steht, kommt der Körper damit offenbar nicht zurecht – das Risiko für Diabetes steigt deutlich. Das sind Erkenntnisse, welche die Med-Uni Wien aktuell präsentiert hat. Unter anderem sind Forschungen über den niederländischen Hungerwinter 1944/45 oder Daten über arme Regionen im Osten Österreichs nach dem Ersten Weltkrieg und in den 1940er-Jahren eingeflossen. Menschen, die damals ausgetragen wurden, hatten später ein deutlich höheres Diabetes-Risiko als jene Menschen in den westlichen Bundesländern.

Thurner S, Klimek P, Szell M et al. Quantification of Excess Risk for Diabetes for Those Born in Times of Hunger, in an Entire Population of a Nation, across a Century. PNAS March 19, 2013 vol. 110 no. 12 4703-4707. doi: 10.1073/pnas.1215626110.

### Die Glykämische Last – Stand der Empfehlungen

Drei Kohortenstudien legen nahe, dass die Glykämische Last (GL) nur in einem „möglichen“ Zusammenhang mit dem Adipositasrisiko bei Erwachsenen steht. Weder eine chinesische noch eine japanische Kohortenstudie ergab einen Zusammenhang zum Risiko für Diabetes Typ 2.

Positive Effekte einer Ernährung mit niedriger Glykämischer Last dürften sich in Bezug auf das HDL-Cholesterin und die Triglyceridwerte einstellen. Bei Frauen zeigten sich außerdem Zusammenhänge mit einem niedrigeren Risiko für die koronare Herzkrankheit. Bei Erwachsenen konnte man keine signifikanten Effekte auf den Blutdruck ermitteln, bei Jugendlichen hingegen waren der GI (Glykämische Index) und die GL signifikant

mit dem systolischen Blutdruck assoziiert.

Strohm D. Glykämischer Index und Glykämische Last – ein für die Ernährungspraxis des Gesunden relevantes Konzept? In: ErnährungsUmschau 1/2013 M26-M38.

### Daten zeigen: Ungesättigtes Fett schlägt gesättigtes nicht

Bereits vor 2,5 Jahren haben zwei Studien unabhängig voneinander ergeben, dass der Vergleich ungesättigte Fette versus gesättigte Fette keinen Unterschied auf die Gefäßgesundheit ergab. Einen positiven Effekt auf die Gefäße gab es nur bei isolierter Gabe von Omega-3-Fettsäuren. Somit blieb die Erkenntnis, dass Omega-6-Fettsäuren keinen Mehrwert gegenüber gesättigten tierischen Fetten aufweisen. Zum selben Ergebnis kamen nun ForscherInnen aus Großbritannien, als sie Daten der Sydney Heart Studie, die in den 1960er- und 1970er-Jahren an 458 Männern mit rezenten kardiovaskulären Ereignissen durchgeführt wurde, nochmals auswerten. Ersetzt man nämlich gesättigte Fette durch Pflanzenöle mit hohem Gehalt an Omega-6-Fettsäuren, bringt dies keinen gesundheitlichen Vorteil, im Gegenteil: Die Daten aus der Studie, die in dieser Form nie veröffentlicht wurden, zeigen sogar ein leicht erhöhtes Risiko für Koronarerkrankungen!

Ramsden CE, Zamora D, Leelarthaepin B et al. Use of Dietary Linoleic Acid for Secondary Prevention of Coronary Heart Disease and Death: Evaluation of Recovered Data from the Sydney Diet Heart Study and Updated Meta-analysis. BMJ 2013;346:e8707.

### EFSA legt Referenzwerte für Kalorienaufnahme fest

Die Europäische Lebensmittelsicherheitsbehörde hat den durchschnittlichen Energiebedarf von Kindern und Erwachsenen auf Basis eines Body-Mass-Index von 22 bei mäßiger körperlicher Aktivität festgelegt.

Die Werte lauten wie folgt:

	Alter	Bedarf in kcal/Tag
Mädchen/Buben	6	1.500 – 1.600
	12	2.000 – 2.200
	17	2.300 – 2.900
Frauen/Männer	30 – 39	2.000 – 2.600
	50 – 59	2.000 – 2.500
	70 – 79	1.800 – 2.300

Für Schwangere gilt ein zusätzlicher Energiebedarf von 70 kcal/Tag im ersten, 260 kcal/Tag im zweiten und 500 kcal/Tag im dritten Schwangerschaftsdrittel, für Stillende ein Plus von 500 kcal.

EFSA, 10.1.: [www.efsa.europa.eu/de/press/news/130110.htm](http://www.efsa.europa.eu/de/press/news/130110.htm)



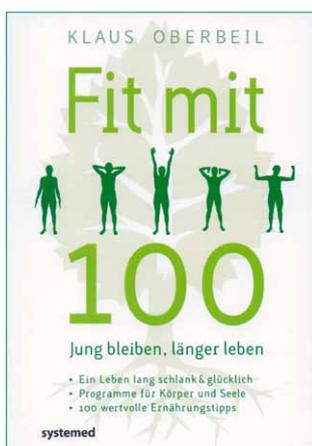
## Die 50 größten Diätlügen Irrtümer rund um Kilos, Kalorien und Schlankheitskuren

Mörixbauer A., Groll M.

207 Seiten, broschiert, Hubert Krenn VerlagsgesmbH, Wien, 2013, ISBN 978-3-99005-164-1, EUR 18,90.

Das aus einer Ernährungswissenschaftlerin und einem Journalisten bestehende Autorenteam räumt mit 50 weitverbreiteten Diät-Irrtümern auf. Durch die übersichtliche Aufbereitung (Einteilung in Diäten, psychologische Aspekte, Hilfsmittel, „fettverbrennende“ Substanzen und allgemeine Irrtümer) bietet sich das Buch auch als Vorlage einer guten Ernährungskommunikation zum Thema Diäten an. Den wissenshungrigen LeserInnen werden Erkenntnisse aus aktuellen Studien sowie Expertenmeinungen leicht verdaulich vermittelt.

**Fazit:** ein fundiertes Nachschlagewerk für motivierte und interessierte KonsumentInnen, die nicht mehr wissen, was sie dem Diät-Werbewahn glauben sollen.



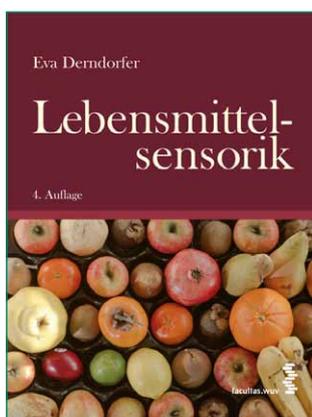
## Fit mit 100 Jung bleiben, länger leben

Oberbeil K.

144 Seiten, broschiert, zahlreiche Abbildungen, systemed Verlag, 2012, ISBN 978-3-927372-93-1, EUR 14,99 (D).

Klaus Oberbeil, bekannter Medizin-Journalist, nimmt sich diesmal des Themas Alter an. Über die Naturvölker erklärt er, wie unser Körper mit der richtigen Nahrung bis ins hohe Alter aktiv bleiben kann. Stress, Bewegungsmangel, Fehlernährung und zu wenig Schlaf lassen uns schnell altern. In eigens gekennzeichneten Informationsboxen werden Details der einzelnen Kapitel wissenschaftlich genauer beschrieben.

**Fazit:** der Altersgruppe angepasst eine große Schrift, informativ, aber leider in Ernährungsfragen etwas schwarz-weiß.



## Lebensmittelsensorik

Derndorfer E.

188 Seiten, broschiert, facultas.wuv Universitätsverlag, 4. überarbeitete Auflage 2012, ISBN 978-3-7089-0878-6, EUR 19,90.

Übersichtlich und strukturiert werden alle relevanten Aspekte der Lebensmittelsensorik abgehandelt. Der inhaltliche Bogen spannt sich von der Sinnesphysiologie über sensorische Testmethoden bis hin zur Produktentwicklung und Qualitätskontrolle. Die ausführliche Zitierweise ermöglicht eine einfache Vertiefung ausgewählter Themengebiete. Grafische Darstellungen, Tabellen und Beispiele lockern die teilweise komplexeren Punkte auf und bewirken, dass die Informationen leicht verständlich und gut umsetzbar vermittelt werden. Das Buch ist daher als kompaktes Nachschlagewerk für alle LeserInnen – vom Studierenden bis zur Fachkraft im Lebensmittelbetrieb – empfehlenswert.

**Fazit:** eine ausführliche Darstellung der Grundlagen der Lebensmittelsensorik untermauert durch Studien und Beispiele.



## Nachhaltig genießen Rezeptbuch für unsere Zukunft

Von Koerber K., Hohler H.

158 Seiten, broschürt, zahlreiche Abbildungen und Rezeptfotos, TRIAS Verlag Stuttgart, 2012, ISBN 978-3-8304-6053-4, EUR 19,90 (D).

Nachhaltig genießen ist eines der Topthemen in der Ernährung, Karl von Koerber der Name, der für viele damit verbunden ist. In diesem Buch schreibt er nicht nur informativ und unterhaltsam zu diesem Thema, mit Hubert Hohler als Koch, der die Rezepte entwickelte, ist ein wunderbares Buch zu diesem Thema entstanden – ohne Zeigefingermentalität und mit genussvollen Rezepten, die nicht nur auf Grund der Nachhaltigkeit zum Kochen animieren.

Fazit: informativ und genussvoll.



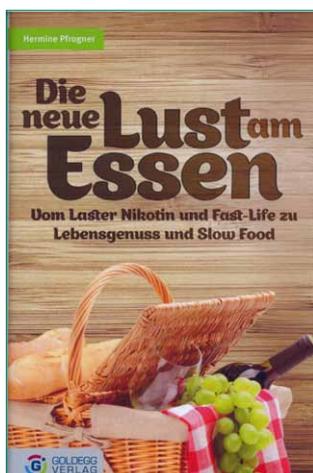
## Brot im Klartext – Die Österreichische Brotansprache

Derndorfer E., Mörxbauer A., Reiselhuber-Schmölzer S.

148 Seiten, broschiert, zahlreiche Abbildungen, Trauner Verlag, 2012, ISBN 978-3-85499-522-7, EUR 29,90.

Der Gewinner des Gourmand World Cookbook Awards 2013 in der Kategorie „Brot“ wurde vom Bundesverband der Bäcker und drei Ernährungswissenschaftlerinnen herausgegeben. Es bietet eine standardisierte und konsumentennahe sensorische Beschreibung von Broteigenschaften (39 Begriffe sowie vier Verwendungsmöglichkeiten), welche im Zuge der Bucherstellung erarbeitet wurden. Neben den ausführlichen und optisch gut unterstützten Grundlagen der Sensorik und der Kommunikation rund ums Brot umfasst das Buch Hilfe bei der Umsetzung in die Praxis des Bäckerbetriebs, Praxisbeispiele sowie einen Serviceteil. Es ist auch als Medienkoffer zur Sinnesschulung mit Farbfächern, Porenfächern, Referenzmaterialien und digitalen Vorlagen erhältlich (€ 55,-).

Fazit: ein spannendes und praxisnahes Werk für all jene, die über das Thema Brot sprechen oder Brot verkaufen wollen.



## Die neue Lust am Essen

### Vom Laster Nikotin und Fast-Life zu Lebensgenuss und Slow Food

Pfrogner H.

248 Seiten, Hardcover, ohne Abbildungen, Goldegg Verlag, 2012, ISBN 978-3-902729-86-6, EUR 22,00.

Statt Nikotin ein lustvoller Umgang mit dem Essen. Hermine Pfrogner beschreibt ihren Weg weg vom Nikotin hin zum bewussten Essen mit Slow Food – und zeigt, wie man dabei abnimmt. Sie beginnt Strategien zu entwickeln vom Barockengel und Couch Potatoe zu einem gesünderen Essverhalten und mehr Bewegung. Die beschriebene Praxis mit wenig Kohlenhydraten und mehr Eiweiß entspricht zwar nicht der gängigen ernährungswissenschaftlichen Praxis, aber das Buch ist ein Plädoyer für einen bewussteren Umgang mit dem Essen und ohne Nikotin – denn eigentlich steht der Verzicht auf Tabak im Vordergrund. Rezepte aus der Slow-Food-Küche werden am Ende des Buches präsentiert.

Fazit: leicht zu lesen und unterhaltsam, ernährungswissenschaftlich nicht ganz up to date.



In dieser Ausgabe gehen wir auf den Social-Media-Trend ein und unternehmen einen Ausflug in die Welt von Facebook. Dieses wird beruflich nicht nur von Unternehmen für Werbezwecke genutzt oder um der Präsenz willen betrieben, sondern es dient vielen Vereinen, Institutionen oder Gruppen auch für die Meinungsbildung und die Verbreitung von Neuigkeiten. Wir haben daher einige interessante Seiten recherchiert, die der Weiterbildung dienen können oder die Möglichkeit zum Meinungsaustausch in der Welt der Ernährung bieten.

### Lebensmittel Tausch- und Schenkborse Österreich

<https://www.facebook.com/groups/Scheuch3/>

In Deutschland gibt es bereits Internetportale, auf denen überzählige Lebensmittel aus privaten Haushalten zum Tausch angeboten oder einfach verschenkt werden. In Österreich hat sich nun immerhin eine fast 1.800 Mitglieder starke Community gefunden, die genau diesen Gedanken auf Facebook lebt. Es wird explizit darauf hingewiesen, dass die Lebensmittel in einem guten Zustand sein müssen und Luxusartikel nicht angeboten werden sollen.

### Food Science and Nutrition

<https://www.facebook.com/elsevierfoodscience>

Die Seite für WissenschaftlerInnen, StudentInnen und Auszubildende in der Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaft. Wer die anerkannte Seite elsevier.com kennt und des Öfteren besucht, kann sich freuen, denn der Facebook-Auftritt ist in seiner Kombination aus kritischer Leichtigkeit und seriöser Berichterstattung wirklich sehr gelungen.

### Facebook Auftritt von Foodwatch

<https://www.facebook.com/foodwatch?fref=ts>

Wer kennt sie nicht, die selbsternannten „Essensretter“ aus Deutschland, die der Industrie so gerne auf die Zehen steigen und jedes Jahr den „Goldenen Windbeutel“ für Mogelpackungen vergeben! Mit diesem Social-Media-Auftritt will man die Diskussionen unter den Konsumenten fördern und weiter zur Aufklärung beitragen. Sehr positiv: Man wendet sich explizit gegen Werbung und Beleidigungen jeder Art.

### Cool Food Planet

<https://www.facebook.com/pages/Cool-Food-Planet/288303384591564>

Hier handelt es sich um eine Seite, die sich speziell an Kinder im Alter von sechs bis zwölf Jahren richtet. Sie soll spielerisch einen Zugang zu gesundem Essen vermitteln und ist pädagogisch raffiniert gemacht!

### EUFIC

<https://www.facebook.com/pages/European-Food-Information-Council-EUFIC/154808901261377>

Das European Food Information Council hat als Institution für Lebensmittelsicherheit und -qualität nicht nur einen sehr netten und interessanten Online-Auftritt, es ist auch auf Facebook in ansprechender Form präsent. Dieser dient laut Beschreibung auch dazu, KonsumentInnen ihre aktive Rolle bei der Lebensmittelsicherheit bewusst zu machen.

Die Seite bietet eine Mischung aus erwachsenen Themen (z.B. eine Umfrage über die Wahrnehmung von Lebensmittelkennzeichnung) und einem Angebot für Jüngere, das vor allem durch die enge Kooperation mit der Seite „Cool Food Planet“ bereitgestellt wird.

### Slow Food international

<https://www.facebook.com/slowfoodinternational>

Die englischsprachige Facebook Community von Slow Food hat bereits fast 28.000 Mitglieder. Das Portal bietet Infos aus erster Hand über alle Aktivitäten der gemeinnützigen Organisation und über sämtliche Entwicklungen im Bereich des nachhaltigen Essens. Sehr positiv ist der internationale Aspekt dieser Seite, die zeigt, wie viele Menschen sich weltweit für schonende Ressourcennutzung und biologische Vielfalt im Sinne von Slow Food einsetzen.

### I fucking love science

<https://www.facebook.com/IFeakingLoveScience>

In Zeiten der beliebten Sciencebusters ist praktisch aufbereitete Naturwissenschaft wieder „in“. Die humoristische Seite der Wissenschaft, all ihre Merkwürdigkeiten und Kuriositäten, findet man auf dieser Site. Man stelle sich vor: Die Seite existiert etwas länger als ein Jahr, hat aber bereits 4,9 Millionen Likes. Über den ernährungswissenschaftlichen Tellerrand geschaut, ein absoluter Geheimtipp!

### Der große Bio-Schmäh

<https://www.facebook.com/Bioschmaeh?fref=ts&fref=ts>

Der Agrarbiologe Clemens G. Arway hat mit seinem Buch über die Bio-Branche für großes Aufsehen gesorgt. In seinem Social-Media-Auftritt beantwortet er Anfragen über die dunklen Seiten der ökologischen Landwirtschaft und veröffentlicht Medienberichte sowie neue Aufdeckungen. Ob überzogen oder nicht sei der Meinung der NutzerInnen überlassen, aber diese Seite ist es allemal wert, sich kritisch mit Bio-Lebensmitteln auseinanderzusetzen, auch weil das Diskussionsklima offen und freundlich ist.