



**Nährstoffe von Rohpökelwaren unter der Lupe**

3

**Functional-Food-Trend bei Metzgereiprodukten**

4

**Hamburgers: fastfood avec un potentiel gourmet?**

14

## Inhalt

Nährstoffgehalt von Rohpökelfleisch unter der Lupe	3
Functional-Food-Trend auch bei Metzgereiprodukten	4
News	5–6
Agenda und Messe-Tipp	6–7
MPV aktuell	12
Kurs-Tipps	12–13
Partie française	14–15
Parte italiana	16

## EDITORIAL

# Wie sinnvoll ist Functional Food?



Editorial von «foodaktuell»-  
Chefredaktor Guido Böhler

Functional Food ist seit Jahren ein Megatrend, der sich trotz heute höheren Anforderungen an die Beweisbarkeit der Wirkungen fortsetzt. Die führenden Firmen wie Nestlé, Danone, Unilever, aber auch Emmi, viele Getränke- und Süßwarenhersteller vermeiden umstrittene harte Werbeaussagen und verlegen sich auf weiche wie «harmonisierend», «vitalisierend».

Und eine früher dogmatisch vertretene Marketingregel, nur Produkte mit ohnehin hohem Gesundheitsimage als Functional Food zu positionieren, ist Schnee von gestern. Sicherlich ist es einfacher, Milchprodukte und Fruchtsäfte mit Vitaminen & Co angereichert als gesund zu bewerben, aber der Gesundheitstrend ist heute so stark, dass Produkte mit Ungesundimage immer mehr an Boden verlieren. Es sei denn, man tut etwas für ihr Image, und wenn es nur ein paar Prozent Joghurt im Rezept sind. Ob allerdings symbolische Mengen jene Bedeutung haben, die in der Werbung suggeriert wird, ist eine berechnete Frage. Eine andere veraltete Marketingregel ist, Genussprodukte nicht zu Functional Food aufzuwerten, da Wellness und Genuss widersprüchliche Kaufmotive seien. Aber heute erwarten Herr und Frau

Schweizer Produkte mit Mehrfachnutzen, wozu immer mehr sogar noch ökologische und Fair-Trade-Vorteile kommen. Die stetig steigende Nachfrage nach Bioprodukten ist eine Folge davon.

Nicht alle Produkte mit traditionellem Gesundheitsimage verdienen ihre Beliebtheit, andere dagegen wie Gemüse und Vollkornbrot wären wichtiger, werden aber nicht so stark nachgefragt wie volksgesundheitlich sinnvoll wäre. Fleisch-/Wurstwaren haben immer noch oft ein Ungesundimage und sind mit vielen Vorurteilen behaftet. Obwohl unsere Grossmütter beispielsweise Hühnerbouillon sogar als Heilmittel betrachteten. Ernährungsgurus kritisieren bei Fleisch/Wurstwaren die Fett- und Salzgehalte und Konsumentenschützer die Zusatzstoffe.

Positive Aspekte bei Fleischwaren generell auszuloben wie die Gehalte an hochwertigem Protein, Vitaminen und Mineralstoffen ist allerdings für Marketingstrategen nicht interessant, denn sie wollen primär ihre eigenen Produkte als gesund bewerben. Also entwickeln sie Functional Food und erzielen damit ausserdem noch zusätzliche Effekte: Solche Produkte sind schwer imitierbar und erzielen höhere Preise. Beides sind berechnete Anliegen, wenn man Entwicklungsaufwand treibt. Aber Wellness-Wüsten & Co. sollte

Fortsetzung auf Seite 13

Rohpökelfleisch leisten einen wertvollen Beitrag an die Vitamin- und Mineralstoffversorgung und haben ihren Platz in einer ausgewogenen Ernährung.

Les salaisons crues peuvent fournir une précieuse contribution à l'approvisionnement en vitamines et sels minéraux et ils ont ainsi leur place au sein d'une alimentation équilibrée.

**foodaktuell** 

Fachjournal für Fleisch und Delikatessen  
Journal spécialisé pour la viande et des produits fins  
Rivista specializzata per la carne e il mangiarino

### IMPRESSUM

89. Jahrgang  
«foodaktuell» ist das offizielle Organ des Metzgereipersonal-Verbandes der Schweiz und der Swiss Barbecue Asso ciation, ISSN 16623703

### Herausgeber

Metzgereipersonal-Verband der Schweiz MPV  
**Geschäftsstelle**  
Metzgereipersonal-Verband der Schweiz MPV  
Berninastrasse 25, 8057 Zürich,  
Tel. 044 311 64 06,  
Fax 044 311 64 16,  
E-Mail mpv@mpv.ch,

Internet [www.mpv.ch](http://www.mpv.ch),  
Postkonto 80-177958

### Redaktion

Chefredaktion:  
Dr. Guido Böhler (GB),  
Fachjournalist BR, Dr. sc. techn.,  
Freyenstr. 4, CH-8004 Zürich,  
Tel. 044 242 85 20,  
Fax 044 242 85 22, E-Mail:  
[redaktion@foodaktuell.ch](mailto:redaktion@foodaktuell.ch)  
Redaktion: Arthur Rossetti (AR)  
**anzeigen**  
Brunner AG, Druck und Medien,  
Arsenalstr. 24, 6010 Kriens,  
Fax 041 318 34 70

Verkauf:  
Samuel Abt,  
Tel. 041 318 34 85,  
E-Mail [s.abt@bag.ch](mailto:s.abt@bag.ch)

Administration:  
Fabienne Thalmann,  
Tel. 041 318 34 67,  
E-Mail [f.thalmann@bag.ch](mailto:f.thalmann@bag.ch)

### Herstellung und Versand

Brunner AG, Druck und Medien,  
Arsenalstr. 24, 6010 Kriens,  
[www.bag.ch](http://www.bag.ch)  
Konrad Busslinger,  
Tel. 041 318 34 26,  
E-Mail [k.busslinger@bag.ch](mailto:k.busslinger@bag.ch)

### anzeigenschluss

Freitag der Vorwoche, 16.00 Uhr  
**erscheinungsweise**  
Alle 14 Tage, Freitag  
**Beglaubigte auflage**  
Druck 6068  
(WEMF-beglaubigt 2008-09)  
**Jahresabonnement**  
Fr. 60.–, Ausland auf Anfrage

Die irgendetwas geartete Verwertung von in diesem Titel veröffentlichten Inhalten und Inseraten oder Teilen davon, insbesondere durch Einspeisung in einen Online-Dienst, durch nicht autorisierte Dritte ist untersagt.