

**Schaufenster**

*Journal für Ernährungsmedizin 2009; 11 (3-4), 33*

**Homepage:**

**[www.aerzteverlagshaus.at](http://www.aerzteverlagshaus.at)**

**Online-Datenbank mit  
Autoren- und Stichwortsuche**

MIT NACHRICHTEN DER



# Erschaffen Sie sich Ihre ertragreiche grüne Oase in Ihrem Zuhause oder in Ihrer Praxis

## Mehr als nur eine Dekoration:

- Sie wollen das Besondere?
- Sie möchten Ihre eigenen Salate, Kräuter und auch Ihr Gemüse ernten?
- Frisch, reif, ungespritzt und voller Geschmack?
- Ohne Vorkenntnisse und ganz ohne grünen Daumen?

**Dann sind Sie hier richtig**



# Schaufenster

## PARTNER FÜR FORSCHUNG: NOVO NORDISK UND EFSD

Die Firma Novo Nordisk und die EFSD (European Foundation for the Study of Diabetes) haben eine Forschungspartnerschaft gegründet. In deren Rahmen werden Arbeiten zur Erforschung der Ursachen und zur Behandlung von Diabetes mit 3 Millionen Euro unterstützt. Bewerbungen können von Non-Profit-Einrich-



tungen in Europa eingereicht werden. Die Projekte können alle Bereiche der Grundlagenforschung oder klinischen Forschung zu Diabetes betreffen. Unterlagen zur Einreichung können unter [foundation@easd.org](mailto:foundation@easd.org) angefordert werden.

[www.europeandiabetesfoundation.org](http://www.europeandiabetesfoundation.org),  
[www.novonordisk.com](http://www.novonordisk.com)

## AUSGEZEICHNET: AIQA-GETRÄNKE

Die junge Innsbrucker AiQA GmbH konnte mit ihren Erfrischungsgetränken beim diesjährigen europäischen Beverage Innovation Award beachtliche Erfolge erzielen. Immerhin gabe es mehr als 340 Einreichungen in 20 Kategorien aus mehr als 40 Ländern. In der Kategorie „Best newcomer brand or business“ erhielt AiQA den Titel „Highly recommended“. Nach Angaben der Firma werden die AiQA-Produkte mit verschiedenen hochwertigen Süßungssystemen hergestellt. Damit will man der Fettleibigkeit als „größtem Gesundheitsproblem des 21. Jahrhunderts entgegenwirken“. Das Produktsortiment wurde „nach neuesten ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen und in Kooperation mit Ärzten und Sportlern“ entwickelt und umfasst derzeit AiQA Kids, AiQA Life und AiQA Sports. Erhältlich sind die Getränke in MPPreis-Filialen, BP-Tankstellen und einigen Thermen.

[www.beverageawards.com](http://www.beverageawards.com)



online auf  
[www.aiqa.at](http://www.aiqa.at)

## ÖSTERREICHISCHE INNOVATIONEN

Beim Innovationswettbewerb bei der ANUGA in Köln – die wichtigste Lebensmittelmesse der Welt – wurde eine Reihe österreichischer Produkte prämiert. **Dazu gehören:**

- „Kindergemüse“ der Zimmermann Gemüseverwertungs GmbH – Geschnittene Gemüsestücke aus z.B. Karotten und Gurken.
- „Rhabarber-Drink“ von Rauch – Ein Drink des zunehmend beliebter werdenden Rhabarbers.
- „Joghurt-Topfennockerl + Dessert-Sauce“ von Berglandmilch – Die Nockerl können direkt angerichtet werden.

[www.wko.at](http://www.wko.at), APA OTS

## 5 JAHRE JOYA

Die vor 5 Jahren eingeführten Soja-Produkte der Mona-Gruppe haben ein beträchtliches Umsatzwachstum aufzuweisen. Von 2008 auf 2009 betrug das Plus immerhin 99,5 Prozent, wie es in einer Aussendung des Unternehmens heißt. In Wert liegt der Marktanteil derzeit bei 38 Prozent. Fast zwei Drittel des Joya-Umsatzes wird mit Firscheprodukten generiert, also Produkten, die im Kühlregal angeboten werden. Auch die Exportquote kann sich sehen lassen. Sie macht knapp 50 Prozent aus. Joya ist in 17 Ländern auf dem Markt, wobei der Schwerpunkt auf Süd-Ost-Europa liegt.

[www.joya-soja.at](http://www.joya-soja.at)



## WACHSTUMSMARKT NEUTRACEUTICALS

Einer Untersuchung von The Freedonia Group zufolge dürfte der Weltmarkt für Inhaltsstoffe von Nutraceuticals in den kommenden Jahren weiter wachsen und bis 2013 ein Volumen von rund 21,8 Milliarden US-Dollar erreichen.

Die stärksten Zuwächse werden bei Sojaproteinen, Lutein, Lycoplen, Omega-3-Fettsäuren, Probiotika, Phytosterolen und den Vitaminen A, E und D erwartet. Weiters gelten Kalzium und Magnesium, Gingko-Extrakte sowie Glukosamin, Chondroitin und Coenzym Q10 als wachsende Sektoren. Die USA dürften weiterhin der größte Markt für Nutraceuticals bleiben, allerdings wird eine Verringerung der Zuwachsraten von derzeit 7,7 Prozent pro Jahr auf 5 Prozent erwartet. Als die am raschesten wachsenden Märkte gelten China und Indien.

Decision News Media SAS

## 15 JAHRE AMA-GÜTESIEGEL

Geschaffen wurde das AMA-Gütesiegel vor 15 Jahren vom damaligen Landwirtschaftsminister Franz Fischler.

Heute hat es nach Angaben der AMA einen Bekanntheitsgrad von 95 Prozent und ist damit das bekannteste Qualitätszeichen für Lebensmittel in Österreich. Rund 12.000 Landwirte und 5.000 Betriebsstätten nehmen am Gütesiegel-Programm teil. Mehr als 5.000 Vor-Ort-Kontrollen und 20.000 Einzelanalysen werden jährlich zur Sicherung der Qualität durchgeführt. Insgesamt tragen derzeit rund 3.000 Lebensmittel das AMA-Gütesiegel.

**Die Marktdurchdringung in den einzelnen Produktbereichen gemessen an der heimischen Produktion:**

- Trinkmilch: 95 %
- Milchprodukte: 60 – 80 %
- Frischfleisch: 35 – 40 %
- Fleischerzeugnisse: 5 – 6 %
- Obst & Gemüse: 80 %
- Eier: 80 %
- Pute: 50 %