



Bunt ist besser

Wir «sehen» nur schlechtes Olivenöl – auch im Restaurant.
Warum das so ist, erklären die Experten der ZHAW.

🫒 Seit 13 Jahren wird der International Olive Oil Award – Zurich (IOOA) von den Olivenölexperten der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) durchgeführt. Im Rahmen der «Gourmesse» können die Messebesucher eine Auswahl dieser Öle degustieren und die Experten der ZHAW zum Thema Olivenöl befragen. Dabei stösst die Farbe der Olivenölflasche jeweils auf grosses Interesse. Denn von Konsumentenseite wird häufig bemängelt, dass viele Olivenöle in bunten Flaschen verkauft werden und die Qualität deshalb nicht beurteilt werden kann. Dass die Olivenölflasche jeweils bunt statt durchsichtig ist, hat allerdings einen guten Grund. Olivenöl ist – wie

übrigens jedes Fett und Öl – aufgrund seiner chemischen Zusammensetzung (unter anderem ungesättigte Fettsäuren) äusserst empfindlich hinsichtlich dem Einfluss von Temperatur, Luft oder besser gesagt Sauerstoff und Licht. Eine schnelle – durch komplexe Reaktionen – entstehende Veränderung des Öls findet im Zusammenwirken dieser Einflüsse statt. Aufgrund dieser rasch verlaufenden Oxidationsreaktionen macht sich schnell eine sensorische Veränderung bemerkbar, wobei «ranzig» an erster Stelle der Fehlgerüche steht. Dabei genügt es bereits, das Öl tagsüber in einer durchsichtigen Flasche dem Tages- oder Sonnenlicht sowie der Umgebungstemperatur auszusetzen.

Weiterführende Informationen
zum International Olive Oil Award (IOOA) – Zurich 2014 gibt es unter www.oliveoilaward.ch. Am 24. April findet an der ZHAW in Wädenswil die Bekanntgabe der Gewinner statt. Vom 10. bis 13. Oktober werden im Kongresshaus Zürich anlässlich der «Gourmesse» sämtliche teilnehmenden Öle des IOOA vorgestellt. An der Olivenölbar können die Besucher nach Herzenslust probieren und den Publikumsliebling bestimmen.



Leider ist in der Gastronomie noch häufig zu beobachten, dass das Olivenöl gerne in durchsichtigen Glasbehältnissen präsentiert wird. Setzt sich die Präsentation über mehrere Tage unter Lichteinfluss fort, insbesondere bei höheren Temperaturen im Aussenbereich, erfüllt das Olivenöl die Bezeichnung «extra vergine» in kurzer Zeit nicht mehr. Dies, weil sich aufgrund der Oxidation nicht nur deutlich sensorisch wahrnehmbare Fehler entwickeln, sondern auch die in der EU-Verordnung festgelegten analytisch-chemischen Parameter eine Veränderung erfahren und die gesetzlichen Grenzwerte überschritten werden. Eine einfache und sinnvolle Abhilfe sind braune oder grüne Behältnisse, weil hier energiereiche Wellenlängen des Lichts vom Glas absorbiert werden und der schädliche Einfluss deutlich gemindert wird.

Was sagt nun aber die Farbe des Olivenöls über die Qualität aus? Um es auf Italienisch zu sagen: «... assolutamente niente...». Aufgrund der Farbe des Olivenöls kann nicht auf die Qualität

geschlossen werden. Die Farbtöne eines Olivenöls können abhängig von den in den Oliven enthaltenen Substanzen und vom Reifezustand variieren. Bei grünem Olivenöl ist ein erhöhter Chlorophyllanteil für die Färbung verantwortlich, während es bei goldgelben Ölen carotinoide Substanzen sind. Die empfundene Fruchtigkeit, Bitterkeit und Schärfe des Olivenöls ist jedoch unabhängig von seiner Farbe, sondern abhängig von der Sorte, vom Reifegrad der Oliven und weiteren Faktoren.

Als Essenz ist festzuhalten, dass die Qualität des Öls leidet, wenn es «zu offen» präsentiert wird. Insofern sehen wir – wenn wir das Öl in einer durchsichtigen Flasche betrachten – mehrheitlich nur «schlechtes» Öl. Je weniger wir also das Öl zu Gesicht bekommen, desto mehr wird es uns mit seiner Qualität erfreuen. An die Gastronomie ergeht daher der Wunsch, Olivenöle in ihren gefärbten Originalflaschen zu belassen und die durchsichtigen Flaschen aus Qualitätsgründen zu ersetzen. ■

Über die letzten vier Jahre betrachtet, wurden durchschnittlich sechs Prozent der beim IOOA angemeldeten Öle in durchsichtigen Flaschen eingereicht. Dies spricht einerseits dafür, dass bei den allermeisten Produzenten und Importeuren das Bewusstsein für diese Problematik durchaus vorhanden ist. Andererseits gibt es leider immer noch transparente Flaschen auf dem Markt.

Autoren

Annette Bongartz und Reinhard Schneller, Fachstelle Sensorik am Institut für Lebensmittel- und Getränkeinnovation (ILGI) der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Wädenswil

bona@zhaw.ch/scll@zhaw.ch

www.ilgi.zhaw.ch/sensorik

www.oliveoilaward.ch