

Aus der Welt der Oliven

Die Sensorik-Spezialistin Annette Bongartz erörtert den Kreislauf der Olive von der Produktion zum Verzehr. – Sie liefert Hintergründe zum Olivenöl-Weltmarkt, zur Vielfalt der Öle, deren Herstellung und Verarbeitung, gibt einen Einblick in die Eigenschaften der zahlreichen Sorten und ergründet Präferenzen und Konsumverhalten der Verbraucher.

TEXT: ANNETTE BONGARTZ*

Das Olivenöl im Weltmarkt

Im Vergleich zu anderen Pflanzenölen kommt dem Olivenöl – insbesondere dem nativen Olivenöl – auf dem Weltmarkt eine eher geringe Bedeutung zu. Betrachtet man das weltweite Handelsvolumen von essbaren Pflanzenölen, dann macht das Olivenöl gerade mal 2 % aus.

Der Marktwert allerdings, liegt einiges höher, denn immerhin deckt Olivenöl hier 15 % des Welthandels ab. Betrachtet man den menschlichen Verzehr, dann sind es im Hinblick auf den Konsum von Pflanzenölen weltweit ca. 3 % der Verzehrsmenge, die mit Olivenöl gedeckt wird. Andere Pflanzenöle sind hier stärker verbreitet; so zum Beispiel Sojaöl mit 27 %, Palmöl mit 20 %, Rapsöl mit 15 % und Sonnenblumenöl mit immerhin noch 12 % Anteil an der Verzehrsmenge (Quelle: Lucchetti, 2000).

Die Hintergründe

Um den Olivenölmarkt und die einzelnen Produkte besser verstehen und beurteilen zu können, ist es hilfreich zu analysieren, welche Charakteristik und sensorischen Eigenschaften ein Olivenöl aufweist. Zudem ist es aufschlussreich zu wissen, welche Präferenzen ein Konsument hat, bzw. warum er diese hat. Nicht zuletzt interessiert uns auch die Frage, wie das Konsumverhalten für Olivenöl beim Kunden ausgeprägt ist.

Um diesen Fragen auf den Grund zu gehen, werden in der Schweiz seit 2001 die sensorischen Eigenschaften von Olivenöl jährlich systematisch analysiert und bewertet. Dafür wurde der **International Olive Oil Award** – Zurich ins Leben gerufen.

Im Frühjahr 2006 wurden in diesem Rahmen bereits zum fünften Mal «Extra Vergine»-Olivenöle objektiv durch das Schweizer Olivenölpanel (Fachpanel der Hochschule Wädenswil) beurteilt.

Jeder Produzent und Händler hat hier die Möglichkeit, sein bestes Olivenöl gegen eine Bearbeitungsgebühr sensorisch beurteilen und prämiieren zu lassen. Von den 148 eingereichten Olivenölen der Güteklasse «Extra Vergine», die aus zwölf verschiedenen Nationen stammten, wurden insgesamt sieben Öle mit der «Goldenen Olive», zwölf Öle mit der «Silbernen Olive» und 18 Öle mit einem «Award» als herausragende Produkte ausgezeichnet.

* Annette Bongartz ist Leiterin der Fachabteilung Lebensmitteltechnologie mit dem Fachgebiet Lebensmittel-sensorik an der Fachhochschule Wädenswil. Kontakt: a.bongartz@hsw.ch

Sensorische Charakterisierungen von Olivenölen einer Auswahl bedeutenderer Sorten (VOSSEN, 2006)

Sorte	Beschreibung
Arbequina	bekannt für eine aromatische, reife Fruchtigkeit, geringe Bitterkeit und Schärfe
Coratina	ausgeprägte «grüne» Aromatik, bitter, scharf
Cornicabra	sehr fruchtig und aromatisch mit mittlerer Bitterkeit und Schärfe
Frantoio	sehr fruchtig, aromatisch mit mittlerer Bitterkeit; sehr scharf
Hojiblanca	fruchtig und aromatisch mit milder Schärfe und geringer Bitterkeit
Koroneiki	sehr fruchtig mit milder Bitterkeit und Schärfe
Lechin de Sevilla	sehr fruchtig, mit milder Bitterkeit und Schärfe
Leccino	Mittlere Fruchtigkeit, mit geringer Bitterkeit und Schärfe
Manzanillo	fruchtig, aromatisch mit mittlerer Bitterkeit und ausgeprägter Schärfe
Moraiolo	sehr fruchtig mit mittlerer Bitterkeit und Schärfe
Picudo	sehr aromatisch reife Fruchtigkeit bei mittlerer Schärfe und milder Bitterkeit
Picual	fruchtig und aromatisch mit mittlerer Bitterkeit (bei früher Ernte)
Picholine	sehr fruchtig und aromatisch bei mittlerer Fruchtigkeit, Bitterkeit und Schärfe
Taggiasca	milde Fruchtigkeit, geringe Bitterkeit und Schärfe



Die Familie der Ölbaumgewächse (Oleaceae) umfasst 25 Gattungen mit 900 Arten. Die sensorische Vielfalt nativer Olivenöle ist neben der Olivensorte auch von Faktoren abhängig wie Anbauregion, Klima, Bodenqualität, Erntetermin und Verarbeitung.

Im Herbst 2006 wurden dieselben Öle anlässlich der **Gourmesse** in Zürich beim Messepublikum einem Konsumententest unterzogen. Die Rangliste umfasste alle 148 Öle. Die fünfzehn beliebtesten Öle wurden mit einem «Olio» prämiert. Die Ergebnisse (siehe www.oliveoilaward.ch/ www.gourmesse.ch) ergaben nicht in allen, aber doch in sehr vielen Punkten eine Übereinstimmung zwischen der objektiven Sichtweise der Experten und der subjektiven Empfindung der Konsumenten.

Auf dem Prüfstand der Konsumenten

Wie nimmt nun aber der Konsument diese Eigenschaften von Olivenöl wahr? Was weiss er über Olivenöl? Welche Präferenzen hat er oder sie? – Aus einer Befragung zum **Konsumverhalten von Olivenöl** sowie einem **Konsumententest**, welche beide im Winter 2006/2007 an der Hochschule Wädenswil durchgeführt wurden, werden im Folgenden ausgewählte Aspekte vorgestellt.

Die Konsumentenumfrage mit insgesamt 522 Teilnehmern umfasste zum einen Fragen zur Produktkenntnis, wie ernährungsphysiologische Wirkweisen, Fettsäurezusammensetzung, Herkunft, Produktionsverfahren, Klassifizierungsstufen, Einflussfaktoren auf die Haltbarkeit und Qualität von Olivenöl im Vergleich zu Rapsöl. Andere Fragen bezogen sich dann auf die Befragten persönlich, wie Konsumhäufigkeit, Bevorzugung bestimmter Herkunftsländer, Verwendungszweck und Geschmackspräferenzen. Zuletzt wurden auch soziodemografische Angaben der Befragten erhoben, wie Geschlecht, Alter, Haushaltsgrösse, Ausbildung, Tätigkeitsbranche. Der Konsumententest mit 85 Teilnehmern wiederum sollte die Beliebtheit von sechs verschiedenen Ölen aus Italien von unterschiedlicher Provenienz ermitteln.

Die Auswertung der Befragung und des Konsumententestes kam zum Ergebnis, dass sich Olivenöl über alle Altersklassen hinweg grosser Beliebtheit erfreut. Dabei fällt auf, dass Männer Olivenöl tendenziell lieber haben als Frauen. Im Konsumententest, wo die sechs italienischen Öle aus verschiedenen

Regionen mit unterschiedlichen Charakteristika getestet wurden, zeigte sich, dass milde bis maximal mittel-intensive Öle (Intensität der Fruchtigkeit zwischen 2.5 und 3.5) generell bevorzugt werden. Im vorliegenden Test waren dies beispielsweise Öle aus der Region Ligurien (Taggiasca), der DOP Region Garda (Casaliva) oder Apulien (Coratina).

Intensiver fruchtige Öle (Intensität der Fruchtigkeit zwischen 4.0 und 5.0) der Region Toscana (Frantoio, Moraiolo, Lecchino), Apulien (Coratina) und Sizilien (Tonda Iblea) wurden weniger präferiert. Gründe hierfür dürften vorwiegend in der ausgeprägteren Bitterkeit und Schärfe zu suchen sein. Im Grunde sind dies jedoch sehr typische und positive Eigenschaften von Olivenöl, an denen sich offenbar jedoch die «Geister der Beliebtheit» scheiden.

Die Preisbereitschaft der Konsumenten ist bei den beliebteren Ölen selbstverständlich deutlich höher als bei den weniger beliebten Ölen. Für 500 ml eines präferierten Öls würden die meisten KonsumentInnen 15 bis 20 Schweizer Franken ausgeben. Nur wenige wären bereit, für Ihr Lieblingsöl auch 20 oder sogar 25 Schweizer Franken zu bezahlen. Für wenig beliebte Öle ist der Konsument logischerweise nicht bereit gleich viel zu zahlen. Die Angaben lagen entsprechend bei rund 10 Franken.

AUSBLICK / TERMINE

[H^SW]
Hochschule Wädenswil



- 6th International Olive Oil Award – Zürich 2007 im März 2007



- 6th International Olive Congress – Zürich 2007 am 22.03.2007 in Wädenswil

- Olio (Gourmesse) von 04.10. bis 10.10.2007 in Zürich

www.oliveoilaward.ch/ www.hsw.ch