DER DROGISTENSTERN _ 10/10 Die Zeitschrift aus Ihrer Drogerie

MEHR ALS GESUND?

ESSEN MIT MEHRWERT_8
Immer mehr Konsumenten kombinieren Bio-Lebensmittel und Functional Food.

NERVENSTARK_31
Wer Ruhe bewahrt, lebt gesünder. Tipps für Nerven wie Drahtseile.

SEX IM ALTER_40
Ein erfülltes Liebesleben ist auch in der zweiten Lebenshälfte möglich.

Leseprobe

HERBSTWANDERUNG

Unterwegs mit der ganzen Schulklasse ist schnell ein kleiner Unfall passiert. Gute Ausrüstung hilft.

VIELE WEGE FÜHREN ZUM ZIEL

Stets die Geeignete aller in der Drogerie verfügbaren Therapien zu finden, ist nicht einfach.

HEIKLE ZONE

Neuste Studien zeigen: zuckerreiche Ernährung begünstigt Scheidenpilz.

REINE NERVENSACHE

Es gibt gute Strategien, um auch in hektischen Situationen stets den Überblick zu behalten.

BIO VERSUS FUNCTIONAL FOOD

Ein Entscheid ist nicht unbedingt nötig. Kombinationen bewähren sich am besten.

INHALT

03 EDITORIAL/IMPRESSUM

06 KURZ UND GUT

08 BIO FOOD VERSUS FUNCTIONAL FOOD
Ist das Joghurt mit gesundheitlichem Zusatznutzen dem guten alten Apfel überlegen?

13 BOOKLET: «MENSTRUATION»

15 MEDIENTIPPS

16 THERAPIEFORMEN
Wir helfen, bei den vielen Therapieformen, die in Schweizer Drogerien verfügbar sind, den Überblick zu behalten.

18 KURZ UND GUT

21 HERBSTWANDERUNGEN
Wer oft mit Kindern unterwegs ist, sollte für Eventualitäten gerüstet sein.

24 GESUND DURCH DIE SCHWANGERSCHAFT
In diesen spannenden neun Monaten gilt es einiges zu beachten.

27 FRAUENSACHE

28 EMPFINDLICHE HAUT
Damit auch Ihre Haut gesund und geschmeidig bleibt.

31 BLANKE NERVEN
So überstehen Sie nervliche Belastungen besser.

34 INTIMPFLEGE
Im sensiblen Bereich der Scheide ist weniger oft mehr.

37 KREUZWORTRÄTSEL

38 PRODUKTE AUS DER DROGERIE

40 SEXUALITÄT IM ALTER
Das ist kein Tabu mehr. Dennoch müssen vor allem Männer lernen, offener darüber zu sprechen.

46 VORSCHAU
Drogistenstern November 2010

FUNCTIONAL FOOD

Hunger nach mehr Gesundheit

Leseprobe

Der Markt für Biolebensmittel boomt, und Functional Food verspricht neben Gesundheit ein Plus an Leistung und ein besseres Lebensgefühl. Viele Konsumenten fühlen sich durch diese Entwicklung verunsichert. Wir zeigen mögliche Wege durch den Lebensmittel-Dschungel.

Der wöchentliche Besuch auf dem lokalen Biomarkt ist ein Erlebnis für die Sinne. Kritische, umwelt- und gesundheitsbewusste Zeitgenossen finden hier, was ihr Gaumen begehrt respektive ihr Verstand fordert: naturbelassene, frische und saisonale Lebensmittel aus der Region. Bohnen, Broccoli, Gurken und Co. werben in sattem Grün um Käufer, und die Gunst ist ihnen sicher. Aber nicht nur bei den Lebensmitteln haben viele Konsumenten auf «Grün» umgestellt: «Seit ungefähr sieben Jahren gewinnt das Thema Ökologie bei den Kunden an Bedeutung», erklärt Thomas Rudolph, Direktor des Gottlieb-Duttweiler-Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement an der Universität St. Gallen. «Etwa 20 Prozent der Konsumenten gelten als Biofans, die bereit sind, für ein Bioprodukt deutlich mehr zu bezahlen. Der Zusatznutzen von Functional Food ist in der Wissenschaft umstritten. Dies führt zu nach wie vor im Vergleich zu Bio eher niedrigen Umsätzen», meint Thomas Rudolph. Das Interesse an Ökologie sei kein kurzfristiger Trend. Mit der gegenwärtigen Auswirkungen der Umweltverschmutzung, Lebensmittelskandalen und der Erderwärmung steige die Sorge um das Interesse der Ökologie weiter an, ist sich der Wissenschaftler sicher. Dieser «Megatrend» offenbart den Lebensstil der Konsumenten, welche auf Ökolabels setzen. Und diese gibt es längst nicht nur für Lebensmittel – auch Holz und Papier, elektronische Geräte, Textilien, Teppiche, Blumen und Pflanzen werden grün und fair produziert. Wer es sich leisten kann, baut ein Minergie-Standard-Haus, Gesundheitsbewusste mit dem nötigen Kleingeld pflegen ihren Körper mit Naturkosmetik.

DEFINITIONEN

Bio Food
Der Leitgedanke im Biolandbau ist das Wirtschaften im Einklang mit der Natur. Natürliche Lebensprozesse sollen gefördert und Stoffkreisläufe weitgehend geschlossen werden. Durch den Verzicht auf chemisch-synthetische Spritzmittel und Kunstdünger werden die natürlichen Abwehrkräfte von Pflanzen und Tieren gefordert und dadurch wiederum gefördert.

Functional Food
Dies sind Lebensmittel mit einem spezifischen Zusatznutzen, der über den ernährungsphysiologischen Nutzen der darin enthaltenen Nährstoffe hinausgeht.

QUELLEN: BIO SUISSE, BUNDESAMT FÜR GESUNDHEIT

Der Apfel ist nur ein Beispiel: Die Natur liefert alles, was wir zum Leben brauchen, direkt ab Baum.