

Inhalt

Einführung	7
I. Die Strategien der Giganten in der Nahrungsmittelbranche	15
Der Lebensmittelfluss	16
Subventionen: Hohe Kosten für billige Lebensmittel	21
Beispiel Unilever: Gigant mit Forschungsgruppe	31
Marketing-Meals statt schlichter Mahlzeiten	34
2. Functional Food – das Marketingversprechen	40
Was ist Functional Food?	41
Kein Unbedenklichkeitsbonus für Functional Food	45
Probiotische Produkte als Umsatzgaranten	54
Prebiotische Nahrung mit Inulin und Oligofructose	61
Sekundäre Pflanzenstoffe SPS	64
Functional Food: Lebensmittelrecht in der Schwebe	72
Hauptsache, das Image ist gesund	75
3. Zusatzstoffe – die Werkzeuge der Milliardenmacher	81
Wie kommt eine Substanz zu ihrer E-Nummer?	85
Süßstoffe – süßes Gift?	90
Konservierungsstoffe	108
Farbstoffe	134
Deklaration – vom Glauben an die Zutatenliste	151
Heißt »E« wirklich essbar?	160

Ohne Deklaration: Nanopartikel und Nanofood	168
4. Rohstoffe – natürlich und gesund, mehr oder weniger	182
Verschlusssache BSE	183
Gentechnik und Genfood	222
Pestizide	250
Acrylamid – ein Zubereitungsproblem	263
Bisphenol A – Basissubstanz mit Gefahrenpotenzial	270
Strahlende Aussichten	273
5. Die gesellschaftlichen Folgen des Lebensmittelgeschäfts . .	275
Schwergewichtige Schäden für die Volkswirtschaft	276
Verengte Blutgefäße, drohende Milliardenklagen	282
MTS – das Bierbauch-Syndrom	283
Demenz auf Kochrezept	286
6. Ausblick: Erst informieren, dann kaufen	289
Vom Siegel-Segen	289
Über die Macht der Verbraucher	305
Anmerkungen	311
Register	327