



Öl. Das Original und die Folgen seiner schlechten Kopie

Pflanzliche Öle sind Lebenselixiere. Ihre grundsätzliche Bedeutung kommt heute jedoch nur noch in der Kulturgeschichte der Öle und ihrem spirituellen Gebrauch zum Ausdruck. Die Kulturgeschichte des Öls ist die Geschichte der Erfahrungen, der Wertschätzung, der Würde und Demut, die den Menschen im Umgang mit Öl geprägt hat. Das hat Spuren hinterlassen als Wissen, Weisheit und in Ritualen. Begriffe, Wortbilder und Merksätze rund ums Öl sind Spuren, die sich lohnen, wieder entdeckt zu werden, aufzunehmen und zu verfolgen.

Früher, und heute noch rund ums Mittelmeer, war dies zum Beispiel ein Merksatz:
„Verwende Essig wie ein Geizhals, Salz wie ein Weiser und Öl wie ein Narr“!

Unser Verstand speist sich aus aktiven Fetten und Ölen und Wortbildern: Intelligenz wird auch heute noch volkstümlich „Hirnschmalz“ genannt. Dies ist 1996 durch die Hirnwissenschaft entschlüsselt worden. Ein inhaltsvolles Wortbild – „Hirnschmalz“ - entpuppt sich als wirkmächtiges „Neurotrophicum“.

Pflanzliche Speiseöle sind die Begleiter der Evolution. Sie sind die Quellen aus denen sich ganz konkret Gesundheit, Klugheit und Schönheit speisen, wenn - ja wenn - die gut verträglichen, naturbelassenen und dem Körper angemessenen Fettsäuren unbeschädigt bleiben. ‚Ungesättigte Fettsäure‘- das Original - ist ein starkes und vor allem reales Wortbild, von hohem Informationswert, weil es reale Assoziationen weckt, zum Beispiel: Frisch und vital.

Das lebendige Wortbild ist durch eine leere Wortformel aus der Fachsprache der Fettchemie durch ‚Omega 3‘ und ‚Omega 6‘ ersetzt worden. Die Fachsprache der Wissenschaftler wird hier als Nebelbombe in der Werbesprache eingesetzt. Denn die Omega-Fettsäuren sind durch Pressverfahren und zugesetztem Vitamin E verändert worden, sie sind stabilisiert, konditioniert und konserviert worden. Es sind also keine aktiven Fettsäuren mehr, die sich sättigen bzw. binden wollen, sondern „lahme“ Fettsäuren geworden. Drastisch entwertet, ist die Bezeichnung ‚Omega‘, inzwischen ein Symbol für haltbar gemachte und leblose Fette und Öle. Diese leblosen Öle haben mit den vitalen Ölen der Kulturgeschichte nichts mehr zu tun.

Die „Omega“-Sprache, speist die Phantasie nicht mehr. Diese Sprache speist sich nicht mehr aus der Kulturgeschichte, aus der Empirie. Das lebendige Wortbild ‚u n g e s ä t t i g t‘, ist durch „Omega“ eine leere Wortformel aus der Fachsprache, ersetzt worden.

Sie schafft Verwirrung und steht für ein Öl, das der Verblödung, dem Botox und dem frühzeitigen Siechtum Vorschub leistet.

Sie steht nicht mehr für klare Aussagen zu Gesundheit, Klugheit und Schönheit.

Genau diesen Bruch zwischen hochwertigen handwerklich gepressten Ölen und minderwertigen Ölraffinaten propagierte die damalige „Deutsche Gesellschaft für Ernährungsforschung“ schon 1937. Es war das ‚Aus‘ der handwerklichen Ölmüllerei. Die wichtigsten Ölinhaltsstoffe, Phospholipide und Phenole, werden für die Industrie bis heute ‚ausgefällt‘. Der Rest wird als geschmackneutrales, lebloses, raffiniertes Speiseöl, hochehitzbar, fast unzerstörbar und gesundheitsbedenklich bis heute vermarktet. Darum redet die Nachfolge-Institution, das Sprachrohr der Industrie, die „Deutsche Gesellschaft für Ernährung – der Wissenschaft verpflichtet“ (DGE) der fettreduzierten Kost das Wort, weil das Öl seine „Ganzheit“ verloren hat. Sie predigt das Gegenteil dessen, was uns die Kulturgeschichte lehrt.

Seit Beginn der Bundesrepublik mischt die DGE die Konsumentengemeinde mit Halbwissen zu Ölen und Fetten auf. Die Diskussion zum reduzierten Gebrauch von Fetten und Ölen hat sie erst 2007 teilweise differenziert. Die DGE bleibt sich treu und weiterhin der Claqueur einseitiger und industriefreundlicher Desinformation.

Oleofactum, setzt auf das Original, d. h. die Frische der Öle, auf ungesättigte Fettsäuren, Bio-Speise-Frischöle, die noch genau so aktiv und bindungsbestrebt sind, wie in ihrem ursprünglichem Rohstoff im Saatkorn und Kern, in Nuss und in Mandel. [Weiterlesen](#). Genauso unbeschädigt und frisch sollen unsere Bio-Speise-Frischöle bei unseren Kunden ankommen. Nur der schnelle Weg im Direktvertrieb ermöglicht uns die Frischegarantie und den persönlichen Kontakt zu Ihnen – unseren Kunden - die alles genau wissen wollen und sollen... Kurz- die alles Öl & Wissen wollen!

P.S. Wir kennen die Werbung für die „Frische Vollmilch“ sogar in Bio-Qualität „Noch länger frisch – Noch länger haltbar!“ Warum ging das früher nicht?

Was sind das heute für Kühe, die solche Milch geben. Phantastisch!

Bei den Ölmühlen stellt sich die gleiche Frage, wenn Speiseöle so lange als haltbar ausgewiesen werden. – Phantastisch? – Ehrlich? Gesund? Frisch?? Vital???