



© dpa/Tm Brakemeier

Ein Joghurt könne man laut Greenpeace noch sechs Monate nach Überschreiten des Mindesthaltbarkeitsdatums genießen.

Joghurt-Rettung

Verkostungsaktion auf der Wiener Mariahilfer Straße:
Abgelaufenes Joghurt ist „gut und genießbar“.

WIEN. 600 Mio. Joghurtbecher werden jährlich in Österreich gekauft; 25 Mio. davon landen im Müll, obwohl das Joghurt noch genießbar wäre. Diese Zahlen hat die Umweltschutzorganisation Greenpeace auf Basis öffentlicher Verbraucherzahlen errechnet. Joghurt, dessen Haltbarkeitsdatum überschritten ist, sei noch „gut und

genießbar“, ist Nunu Kaller, Konsumentensprecherin bei Greenpeace in Österreich, überzeugt.

Joghurt übersteht Monate

Eine Greenpeace-Aktion ließ nicht lange auf sich warten. Am Dienstagvormittag ließ die Organisation unter dem Motto „Rettet das Joghurt“ verschiedene Sorten auf der Mariahilfer

Straße in Wien an Passanten verteilen. Diese durften davon kosten und erraten, ob das Mindesthaltbarkeitsdatum bereits überschritten war. Mehr als die Hälfte konnte nicht herausschmecken, ob das Joghurt frisch war oder (laut Angaben) bereits abgelaufen.

„Wenn das Joghurt richtig gelagert ist“, so Kaller weiter,

„kann es sogar mehrere Monate nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums gegessen werden.“ Dies belegt Greenpeace auch mit einer Langzeitstudie; darin wurde ein Naturjoghurt noch sechs Monate nach Überschreiten des

„

Das Mindesthaltbarkeitsdatum ist kein Verfallsdatum, sondern eine Herstellergarantie. Ob Joghurt verdorben ist, lässt sich mit eigenen Sinnen feststellen.

Nunu Kaller
Greenpeace

“

Datums noch als mikrobiologisch unbedenklich eingestuft und somit als verzehrbar. Die Angaben seien lediglich „Herstellergarantien“ und damit keine rote Grenze hin zum Verfall.

Und trotzdem werden Millionen von ungeöffneten Joghurtbechern weggeworfen. Deswegen fordert Greenpeace nun vereinheitlichte Lagertests. (APA/red)

Spielwarenmesse 2018

Messe in Nürnberg wird zum Branchentreffpunkt.

NÜRNBERG. Über 400 Unternehmen werden auf der Spielwarenmesse in Nürnberg zwischen 31. Jänner und 4. Februar ihre Baby- und Kleinkindartikel präsentieren; dabei rücken immer mehr Baby- und Kleinkindartikel in den Fokus.

Nach längerer Pause sind u.a. Skip Hop (USA) und Bieco Spielwaren (Deutschland) wieder mit dabei. Gründungsmitglied Steiff

kehrt nach vier Jahren wieder zurück. Dazu Simone Pürckhauer, Leiterin der PR Deutschland: „Wir freuen uns sehr, wieder Teil der Spielwarenmesse zu sein. Der Bereich Baby- und Kleinkindartikel hat spürbar an Bedeutung gewonnen, wir wissen die hohe Qualität der internationalen Fachbesucher zu schätzen. Die Weltleitmesse ist und bleibt der Branchentreffpunkt.“ (red)



© Alex Schelbert

Auf dem Areal u.a.: Babyspielzeug und -Ausstattung, Pflege, Ernährung.