

**Bio-affin**

Laut WWF-Studie könnte eine Umstellung des Einkaufs auf einen gesunden Warenkorb den Bio-Anteil kostenneutral auf 70% steigern.

# Bio-Einkauf laut WWF kein Luxus

NGO macht sich für klimafreundlichen Einkauf stark; der sei mit mehr Obst und weniger Fleisch bewerkstelligbar.

WIEN. Der WWF hat eine Warenkorbstudie zum Thema nachhaltiger Konsum erstellt. Sie zeigt auf, dass bio, gesund und klimafreundlich eingekauft werden kann, ohne mehr ausgeben zu müssen. Das hätte dann eine bis zu 40%ige Verringerung der ernährungsbedingten Treibhausgase zur Folge.

Demnach könnte eine vierköpfige österreichische Familie den Bio-Anteil ihres durchschnittlichen Wocheneinkaufs – ohne Mehrkosten – auf 70% des Gesamtwarenkorbs steigern, wenn die Ernährungsempfehlungen des Gesundheitsministeriums beim Einkauf berücksichtigt werden. Das ist dann möglich, wenn weniger Fleisch, aber dafür mehr Obst und Gemüse gekauft wird. Die Treibhausgas-

emissionen des Warenkorbs könnten so um bis zu 40% reduziert werden.

„Im Kampf gegen Umweltzerstörung und Klimakrise bildet

”

*Der WWF-Warenkorbvergleich zeigt deutlich, dass nachhaltige und gesunde Ernährung auch leistbar sein kann.*

**Helene Glatter-Götz**  
WWF

“

unsere Ernährung einen der größten Hebel. Der WWF-Warenkorbvergleich zeigt deutlich, dass nachhaltige und gesunde Ernährung auch leistbar sein kann. Bio-Einkauf ist kein Luxusthema“, erklärte die NGO-Expertin Helene Glatter-Götz.

**Ein Drittel Billig-Einkauf**

Für die WWF-Warenkorbstudie „Bio, gesund und leistbar – geht das?“ hat das Forschungsinstitut für Biologischen Landbau (FiBL) den durchschnittlichen Wocheneinkauf einer vierköpfigen Familie (zwei Erwachsene, zwei Kinder unter 14 Jahren) untersucht. Im Warenkorb finden sich Einkäufe um 119 €, zu einem Drittel aus Billigprodukten und zwei Dritteln aus Markenprodukten. (APA/red)

**ENERGYDRINKS**

## Red Bull verkauft 6,79 Mrd. Dosen

FUSCHL. Red Bull hat 2018 weltweit 6,79 Mrd. Dosen verkauft – ein Plus von 7,7%. Der Umsatz stieg auf über 5,5 Mrd. € (+3,8%). Vor allem in Indien (+30%), Brasilien (+22%) und Osteuropa (+22%) zog das Geschäft ordentlich an. Künftig liegt der Fokus stark in den USA und Westeuropa. (APA)

**MINERALWASSER**

## Waldquelle mit Wolfgang Böck



KOBERSDORF. Bereits zum 16. Mal ist das Kobersdorfer Familienmineralwasser Unterstützer der Schloss-Spiele mit Intendant Wolfgang Böck. Entsprechend geben die Rücketiketten der Waldquelle Glasflaschen ab Februar einen Vorgeschmack auf das sommerliche Familienspektakel.

**Freunde seit 2003**

Insgesamt werden 4 Mio. Glasflaschen zur Ankündigung der langjährigen Partnerschaft genutzt: Seit 2003 unterstützt und fördert Waldquelle die Schloss-Spiele in Kobersdorf. Geschäftsführerin Monika Fiala dazu: „Wir sind stolzer langjähriger Partner und freuen uns, unsere kulturelle Verantwortung in der Region heuer erneut auf unseren Glasflaschen sichtbar zu machen.“ (red)