

**Marktcheck**

Regionalität und Bio: Hofer geht als Sieger beim aktuellen Greenpeace Marktcheck hervor; Rang 2 belegt Billa.

Die Frische im LEH ist made in Austria

Der aktuelle Greenpeace-Marktcheck lobt den hohen Regionalitätsfaktor bei Frischeprodukten.

WIEN. Der Greenpeace-Marktcheck im September: Im Warenkorb mit zehn Produkten wurde abgefragt, wie hoch der Anteil an österreichischer Ware und wie umfangreich das Bio-Angebot ist. Fazit: 88% der Artikel im Test kommen aus Österreich, 25% der Artikel sind aus heimischer und biologischer Produktion. Testsieger beim Marktcheck wird Hofer, Billa belegt Platz zwei.

Großes Angebot

„In der Coronakrise wollen viele Menschen bewusst gesund und regional einkaufen“, sagt Sebastian Theissing-Matei, Landwirtschaftsexperte bei Greenpeace in Österreich. Er folgert: „Deswegen ist es erfreulich, dass das Angebot an regionalen, saisonalen und biologischen Produkten in den Supermärkten vergleichsweise groß ist.“

In dem von Greenpeace definierten Warenkorb befanden sich neben fünf Obst- und Gemü-

sesorten wie Äpfel und Erdäpfel auch Butter, Tofu, Faschiertes, Extrawurst und Sonnenblumenöl. Abgefragt wurden in den einzelnen Produktgruppen jeweils die Anteile von heimischen Produkten und biologischer Qua-

„

In der Coronakrise wollen viele Menschen bewusst gesund und regional einkaufen. Deswegen freut uns das breite regionale Angebot in den Supermärkten.

Sebastian Theissing-Matei
Greenpeace

“

lität am gesamten Sortiment. Besonders hoch (90%) ist der Österreich-Anteil bei jenen Bio-Produkten, die als Eigenmarken vertrieben werden.

Frische contra Verarbeitung

Überdies lobt der Greenpeace-Marktcheck, dass bei frischen Produkten (Gemüse, Frischfleisch) die Herkunft für Konsumenten gut erkennbar sei. Anders stellt sich das bei verarbeiteten Produkten dar; hier bleibt die Herkunft der Zutaten oft verborgen.

Eine neue gesetzliche Regelung bringt hier Abhilfe: Seit April müssen bei allen verpackten Produkten, die mit der „Marke Österreich“ auf der Packung werben, auch heimische Rohstoffe verwendet werden oder deren Herkunft angegeben sein. Besonders schlecht steht es laut Greenpeace um die Transparenz im Außer-Haus-Bereich, also etwa in der Gastronomie. (red)

WELTMILCHTAG

SalzburgMilch und Spar spenden

SALZBURG. Seit vielen Jahren nehmen Spar und die SalzburgMilch den Weltmilchtag zum Anlass für eine Spendenaktion. Dabei gehen pro verkaufter 1 l-Salzburg-Premium-Alpenmilch vier Cent an einen gemeinnützigen Verein in Salzburg – heuer sind das 2.500 € für die Caritas Salzburg. Im Bild: Spar-Kaufmann Mirza Suceska (li.) und Andreas Gasteiger, Geschäftsführer von SalzburgMilch, übergeben den Spendenchek der Weltmilchtags-Aktion an Johannes Dines (in der Mitte) der Caritas Salzburg. (red)

**KAMPAGNE**

jö sucht weitere Herzensprojekte

WIENER NEUDORF. Der jö Bonus Club hat es sich in seiner neuen Kampagne „Wir gewinnt“ zum Ziel gesetzt, gemeinnützige Vereine zu unterstützen. Dabei wurden die Erwartungen übertroffen: In den ersten vier Wochen gab es bereits über 110 Projekteinreichungen; die Projektideen reichen dabei von der Anschaffung eines Fahrzeugs für die Nachbarschaftshilfe, über Reittherapien für benachteiligte Kinder bis hin zur Projektunterstützung im Kinderhospiz. (red)