

KÄSEKAISER

Gold, Silber und auch noch Bronze

SALZBURG. Im Rahmen des Jubiläums 25 Jahre AMA-Käsekaiser wurden zuletzt erstmalig auch besondere Leistungen der Käsebranche im Lebensmittelhandel prämiert. Die Kategorie „Bester Feinkost-Lehrling“ im Thekenwettbewerb konnte Kathrin Hinterleitner (Bild), Lehrling bei Eurospar in Rohrbach (OÖ), für sich entscheiden; sie setzte sich damit gegen rd. 170 teilnehmende Lehrlinge aus dem Lebensmitteleinzelhandel als Siegerin durch.

Platz zwei und drei gingen mit Sütcü Seher aus dem Spar-Supermarkt Biberhaufenweg in Wien und Lea Kucher aus dem burgenländischen Eurospar Neusiedl ebenfalls an den Händler aus Salzburg.

Perfekt ausgebildet

Bei Spar ist man stolz auf die Leistungen der Lehrlinge, zumal sie eine profunde Bestätigung für die herausragende Qualität der Lehrlingsausbildung darstellt. Entsprechend äußert sich Vorstand Hans K. Reisch: „Die Mitarbeitenden der Feinkosttheken sind das Bindeglied zwischen unserer Kundschaft und dem Sortiment. Solche Wettbewerbe heben das Image der Lehre im Lebensmittelhandel und unterstreichen die hohe Service-Kompetenz.“ (red)



© Spar/Helfried Daume



© PantherMedia/ASphoto777

Die Verpackung wird nachhaltig

Verpackungen von Produkten und deren Nachhaltigkeit werden derzeit so stark hinterfragt wie nie zuvor.

WIEN. Der Nachhaltigkeitsaspekt hat sich nachhaltig in den Köpfen der Konsumenten verankert, auch was die Verpackungen betrifft. Das legt eine aktuelle Studie des digitalen Markt- und Meinungsforschungsinstituts Marketagent gemeinsam mit dem Fachmagazin *Produkt* nahe. Demnach haben elf Prozent der befragten Konsumenten schon oft auf den Kauf eines Produkts verzichtet, weil es nicht nachhaltig verpackt war.

Die Gruppe derer, die das bereits ein paar Mal gemacht haben, ist dann mit 34% schon recht stattlich. Satte 40,4% können sich vorstellen, ein nicht nachhaltig verpacktes Objekt der Begierde nicht zu kaufen, und lediglich für 14,6% ist der Nachhaltigkeitsaspekt in diesem Belang egal.

Einig bei Umweltfreundlichkeit
Das umweltfreundliche Wesen der Verpackung stellt sich indes ziemlich breit auf: Bereits 89% der Hersteller, 82% der Handels-

mitarbeiter und 77% der Konsumenten messen dem Umweltgedanken in puncto Packaging große Bedeutung zu.

Als umweltfreundlichste Packaging-Lösung gilt für acht von zehn Verbrauchern eindeutig Mehrweg-Glas, gefolgt von nachwachsenden Rohstoffen wie Hanf, Algen oder Pilzen

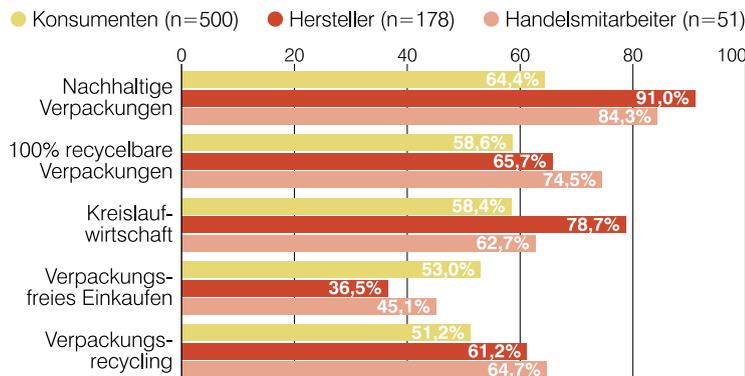
(74%), Maisstärke (73%) und Papier bzw. Karton (71%).

Handel und Hersteller wiederum sehen in erster Linie Papier und Karton als umweltschonende Lösung an (78%). Aber auch die besagten nachwachsenden Rohstoffe (71%) sowie Mehrweg-Glas (70%) und Holz (69%) stehen im Fokus. (red)

Was bei Verpackungen an Bedeutung gewinnt

Welche Aspekte sind Ihnen/in Ihrem Unternehmen wichtig?

In den meisten Aspekten gibt die Industrie das Tempo vor



Konsumenten: 29.10.–4.11.2021; Hersteller & Handel: 4.10.–4.11.2021; Mehrfachnennungen möglich; Quelle: Marketagent/CAWI