



Am Messestand
Margarete Gumprecht, Spartenobfrau Handel WK Wien, mit Aussteller Sebastian Rauer (l.) und Ali Celik, Gremialobmann Agrarhandel WK Wien.

Local Exotics und steirischer Shiitake

Über 100 Aussteller präsentierten bei der „Genuss statt Masse“-Messe in Wien Spezialitäten und Food-Trends.

WIEN. Zum nunmehr vierten Mal fand am Dienstag und Mittwoch die „Genuss statt Masse“-Fachmesse des Wiener Lebensmittelhandels statt; dem Namen entsprechend, sollen dort Produzenten regionaler und hochwertiger Produkte mit Unternehmern der Lebensmittelbranche zusammengebracht werden.

In Summe fanden mehr als 100 Aussteller den Weg in die Messe Wien und präsentierten dort die „Spezialitäten-Trends von morgen“.

Delikate Differenzierung

„Trotz der allgemein steigenden Lebenshaltungskosten ist das Bio- und Hochpreis-Sortiment in Wien stark nachgefragt – vor allem heimische Spezialitäten stehen hoch im Kurs“, erklärt Margarete Gumprecht, Handels-

obfrau der Wirtschaftskammer Wien. Gerade kleinere Händler, die in den letzten Jahren durch das ständig wachsende Filialnetz der großen Handelsketten, aber auch durch den Online-Handel unter Druck geraten sind, würden im Kampf um ihre Existenz stärker auf „Genuss statt Masse“ setzen – und liegen damit genau richtig, meint Gumprecht.

„Anfangs belächelte Nischenprodukte wandern, fast von heute auf morgen, in den Handel und eröffnen neue Wirtschaftszweige. Abseits bekannter Marken und Massenware haben Lebensmittelhändler eine große Chance, sich abzuheben“, ist Gumprecht überzeugt.

Der Obmann für den Wiener Lebensmittelhandel, Ali Celik, fügt hinzu: „Die Konsumenten

hinterfragen ihr Ernährungsverhalten immer stärker und wollen wissen, *woher* das Produkt kommt. Nachhaltigkeit und Regionalität sind in der hart umkämpften Lebensmittelbranche eindeutig zu einem wichtigen Differenzierungsfaktor für die Händler geworden.“

Messe-Highlights

Geboten wurde schließlich ein kreativer Mix delikater Raritäten: Die Pilzmanufaktur „Gut behütet“ aus dem Vulkanland präsentierte veredelte Shiitake-Pilze und Rosenseitlinge „made in Styria“, das Indoorfarm-Startup PhytonIQ Wasabi und Safran aus dem Burgenland. Weitere Highlights: Steirischer Lupinenkaffee, Algensnacks aus Niederösterreich und Champagnerbier aus Wien-Döbling. (red)

BEWUSSTSEINSBILDUNG

Nachhaltigkeit im Fokus bei Bipa

WIENER NEUDORF. Bei Bipa ist was los: Nach einer Reihe von Neu- und Wiedereröffnungen (zuletzt am Hohen Markt in Wien, in Wien-Wieden, Wien-Meidling, Retz und Traun) rief der Drogeriefachhändler die „Bipa Nachhaltigkeitstage“ aus: Heute und morgen gibt es in fast allen Bipa-Filialen des Landes gratis Produktproben, in über 20 Standorten Beratung durch Bipa-Visagistinnen und Mitarbeiterinnen zum Thema „grüne Produkte“ und in fünf Geschäften Beratung durch Greenpeace zum Thema Umweltschutz (konkrete Infos unter bipa.at/nachhaltigkeitstage). Besonders im Fokus steht dabei auch die vor acht Jahren lancierte grüne Eigenmarke „bi good“.

Pink Ribbon-Initiative

Munter geht es im Oktober weiter mit der Brustkrebsinitiative „Ich achte auf mich“, die der von Bipa unterstützten „Pink Ribbon“-Aktion der Österreichischen Krebshilfe Rechnung trägt; mit einer bi good Pink Ribbon Limited Edition will Bipa dazu beitragen, Menschen für die Wichtigkeit der Brustkrebsvorsorge und -früherkennung zu sensibilisieren. (red)



© Bipa