

Greenpeace-Marktcheck: Versteckte Gentechnik im Schweinefleisch

Utl.: Umweltschutzorganisation fordert einheitliche Kennzeichnung von Fleisch =

Wien (OTS) - Der Greenpeace-Marktcheck hat im November das Angebot an Schweinefleisch in den österreichischen Supermärkten unter die Lupe genommen. Der Test zeigt: Wer derzeit konventionell hergestelltes Schweinefleisch kauft, muss in der Regel davon ausgehen, dass das Tier mit gentechnisch verändertem Soja gefüttert wurde. Auf einem Großteil der Produkte steht nicht, womit die Tiere gefüttert wurden. Auch unter welchen Bedingungen das Schwein gehalten wurde, ist auf der Verpackung nicht angegeben. Greenpeace fordert daher ein einheitliches Kennzeichnungssystem für Fleisch: Haltungsform und Fütterung müssen auf einen Blick ersichtlich sein. Testsieger beim Schweinefleisch-Test wird Hofer mit dem „Fairhof“-Programm und einer guten Bewertung bei Transparenz.

Sebastian Theissing-Matei, Landwirtschaftsexperte bei Greenpeace in Österreich: "Niemand will Gentechnik am Teller. Und niemand möchte, dass das Schwein leidet. Auf den Packungen steht aber leider oft nicht, wie das Schwein gehalten oder womit es gefüttert wurde." In den meisten Schweinetrögen landet gentechnisch verändertes Soja aus Übersee, das häufig auf gerodeten Regenwaldflächen angebaut wurde. Am Produkt muss der Einsatz von gentechnisch veränderten Futtermitteln nicht gekennzeichnet werden. Greenpeace kritisiert, dass auch das rot-weiß-rote AMA-Gütesiegel Gentech-Futter erlaubt. Produkte mit dem Siegel "Ohne Gentechnik", "Donausoja" sowie alle Bio-Produkte sind hingegen gentechnikfrei.

Auch die Haltungsbedingungen von Schweinen müssen besser gekennzeichnet werden. Sechs der neun getesteten Supermärkte haben Projekte zur Verbesserung der Tierhaltung, die in mehreren Bereichen über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausgehen: "Fairhof" bei Hofer, "Merkur Fair zum Tier", "Hütthalers Hofkultur" bei MPreis, "Tann schaut drauf, Für mehr Tierwohl" bei Interspar und Spar sowie Fleisch von AMA mit dem Zusatzmodul "Mehr Tierwohl" bei Lidl. Die Standards der Projekte sind allerdings unterschiedlich streng, die Informationen auf den Verpackungen uneinheitlich und für die KonsumentInnen oft verwirrend.

Greenpeace fordert ein transparentes, einheitliches Kennzeichnungssystem. Einheitliche und leicht verständliche Angaben auf den Fleischpackungen in Form von Zahlen oder Farben erleichtern den Griff zur besseren Qualität. So hat die klare Kennzeichnung bei Frischeiern dazu geführt, dass in den Supermärkten keine Käfigeier mehr erhältlich sind. "Bei Fleisch muss sofort erkennbar sein, wie das Tier gefüttert und gehalten wurde. Dann können sich Konsumentinnen und Konsumenten bewusst für Qualität entscheiden", so Theissing-Matei.

Weitere Informationen:

Unter dem Titel "Nachhaltigkeit im Test" nimmt der Greenpeace-Marktcheck regelmäßig das Sortiment des österreichischen Einzelhandels unter die Lupe. Jeweils zu Monatsanfang wird im Hinblick auf die Erfüllung von nachhaltigen Kriterien ein Ranking der größten Supermarktketten in Österreich veröffentlicht. Alle Informationen zu den Tests finden Sie unter:
greenpeace.at/nachhaltigkeit-im-test

Bildmaterial

finden Sie unter: <https://bit.ly/2qugWCt>

Das Foto stehen für eine einmalige Verwendung unter Angabe der Photo Credits (© Greenpeace / Astrid Schwab) kostenlos zur Verfügung.

Tabelle

mit den Ergebnissen finden Sie unter: <https://bit.ly/2OnbvPj>

Fact Sheet

zu Fleisch finden Sie unter: <https://bit.ly/2SQvQjs>

~

Rückfragehinweis:

Sebastian Theissing-Matei
Landwirtschaftsexperte
Greenpeace CEE in Österreich
Tel.: +43 (0)664 61 03 995
E-Mail: sebastian.theissing@greenpeace.org

Julia Karzel
Pressesprecherin
Greenpeace CEE in Österreich
Tel.: +43 (0) 664 61 26 725
E-Mail: julia.karzel@greenpeace.org

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/99/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0007 2018-11-08/08:00

080800 Nov 18

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20181108_OTS0007