

GREENPEACE-MARKTCHECK TEST "EIGENMARKEN"

MÄRZ 2019

Infos über das Angebot und das Abschneiden der Supermärkte

Inhalt des Tests

Der Greenpeace-Marktcheck hat im März die Marken der Supermärkte unter die Lupe genommen. Beurteilt wurden die herkömmlich produzierten Marken wie clever, Milfina und S-Budget, die Bio-Marken und die exklusiv in den einzelnen Supermärkten erhältliche Marken wie Alnatura und Jeden Tag. Dazu hat Greenpeace die Supermärkte zu den Standards und Leitlinien für ihre Marken befragt und diese anhand eines Warenkorbs mit 20 Produkten stichprobenartig überprüft. Bewertet wurden Qualitätskriterien wie gentechnikfreie Herstellung, Standards für Tierwohl, Verzicht auf Palmöl und faire Produktion sowie die Herkunft und die Kennzeichnung der Produkte.

Produkte im Warenkorb

- | | |
|--|---------------------------------------|
| 1. Milch, 3,5% od. 3,6%, frisch od. ESL, 1 l | 11. Schokokuchen mit Ei |
| 2. Natur-Joghurt, 3,6 %, | 12. Schokoaufstrich/Nuss Nougat Creme |
| 3. Gouda-Käse, geschnitten oder ganz | 13. Blätterteig |
| 4. Vanilleeis mit Milch, Familien-Pkg. | 14. Knabbermix/-box oder Salzstangen |
| 5. Knackwurst/Knacker evtl. Frankfurter | 15. Zwieback |
| 6. Schinken vom Schwein | 16. Backerbsen |
| 7. Biskotten | 17. Kochschokolade |
| 8. Fleckerl- oder Nudel mit Ei | 18. Trinkkakao, Kakao-/Schokopulver |
| 9. Mayonnaise | 19. Kaffee |
| 10. Doppelkeks mit Kakaocreame | 20. Schoko-Müsli |

Kriterien im Test

Die Bewertung erfolgte anhand der folgenden Kriterien

- I. Bei den Produkten des Warenkorbs:
 - A) Vier Qualitätsmerkmale mit je maximal 2,5 Punkten.:
 - gentechnikfreie Fütterung
 - Tierwohl (Haltung bei Huhn/Eier und Schwein/Fleisch)
 - Einsatz von heimischen Ölen (und Fetten) statt Palmöl, für das Regenwälder zerstört werden

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa

Fernkorn-gasse 10, 1100 Wien
Telefon: (+43) 01 545 45 80
Email: service@greenpeace.at

GREENPEACE

- faire Zertifizierung
- B) Herkunft aus Österreich (Produktionsort, Herkunft Zutaten)
- C) Kennzeichnung der Produkte:
 - Haltungsform der (verarbeiteten) Eier, Tierwohl-Infos (bei Fleisch),
 - gentechnikfreie-freie Fütterung (Produkte mit tierischen Zutaten) sowie Infos
 - über Herkunft der Rohstoffe, Produktionsland, soziale Zertifizierung, ...
- II. Standards und Leitlinien der Eigen- und Exklusiv-Marken
 - D) Standards der Bio-Handelsmarken
 - E) Standards der herkömmlich hergestellten Marken

TESTSIEGER: HOFER

Note „Gut“ (71%)

A. Vier Qualitätsmerkmale im Warenkorb:

Hofer erreicht bei den Qualitätsmerkmalen insgesamt 6,5 von 10 möglichen Punkten: 2 Punkte für die gentechnikfreie Fütterung, 2 Punkte bei Tierwohl, 1 Punkt für die Verwendung heimischer Öle/den Verzicht auf Palmöl und 1,5 Punkte für die faire Zertifizierung von kakao- oder kaffeehaltigen Produkten.

B. Herkunft: 69 % der Artikel des Warenkorbs werden in Österreich hergestellt; 31 % in den Nachbarländern. Bei 50 % dieser Artikel stammen die Zutaten aus Österreich; bei 25 % (auch) aus den Nachbarländern.

C. Kennzeichnung: Die Artikel im Warenkorb erfüllen zu gut 60 % die Anforderungen von Greenpeace zur Kennzeichnung (siehe Auflistung der Vorgaben oben).

D. Standards der Bio-Eigenmarken: Hofer punktet bei seinen Bio-Eigenmarken „Zurück zum Ursprung“ und „Natur aktiv“ vor allem mit der Transparenz bei der Kennzeichnung der Produkte, dem Ersatz von Palmöl durch heimische Öle und den Tierwohl-Projekten.

E. Standards der herkömmlich hergestellten Eigenmarken:

Hofer hat ein eigenes Transparenz-System für alle Eigenmarken: Bei „Check-your-product“ können die Produkte online bis zum Ursprung zurückverfolgt werden; Produktgruppen wie Obst, Fisch und Fleisch tragen dazu einen QR-Code auf der Verpackung. Das Tierwohl-Leuchtturm-Projekt „Fairhof“ für konventionell hergestelltes Schweinefleisch erfüllt hohe Standards. Bei Obst und Gemüse führt Hofer strenge Kontrollen zur Reduzierung der Belastung von Pestiziden durch. Wesentliche Anstrengungen unternimmt Hofer auch bei der sozialen Zertifizierung von Kakao- und Kaffee-Artikeln sowie bei der Reduktion des Verpackungsaufkommens: Hofer will die Mengen an Plastikverpackungen bis 2025 um 30 Prozent reduzieren. Die Hersteller der Produkte sind auf den Hofer Eigenmarken auf der Verpackung immer angegeben.

PLATZ 2: MERKUR/REWE, EX AEQUO MIT INTERSPAR/SPAR

Note „Gut“ (64 %)

A. Vier Qualitätsmerkmale im Warenkorb:

Merkur erreicht bei den Qualitätsmerkmalen insgesamt 6,5 von 10 möglichen Punkten: 2 Punkte für die gentechnikfreie Fütterung, 2 Punkte bei Tierwohl, 1 Punkt für die Verwendung heimischer Öle/den Verzicht auf Palmöl und 1,5 Punkte für die faire Zertifizierung von kakao- oder koffeinhaltigen Produkten.

B. Herkunft: 81 % der Artikel des Warenkorbs werden in Österreich hergestellt; 13 % in den Nachbarländern. Bei 31 % dieser Artikel stammen die Zutaten aus Österreich; bei 6 % (auch) aus den Nachbarländern.

C. Kennzeichnung: Die Artikel im Warenkorb erfüllen zu gut 50 % die Kennzeichnungsanforderungen von Greenpeace.

D. Standards der Bio-Eigenmarken: Merkur punktet mit der Rewe-Bio-Eigenmarke „Ja! Natürlich“ vor allem bei der österreichischen Herkunft der Produkte, bei Projekten zur Verbesserung der Tierhaltung, beim Ersatz von Palmöl durch heimische Öle und den Verpackungszielen im Rahmen von „Green Packaging“ für Obst und Gemüse.

E. Standards der herkömmlich hergestellten Eigenmarken:

Merkur hat ein Tierwohl-Leuchtturm-Projekt „Merkur Fair zum Tier“ und strenge Leitlinien für seine Eigenmarken unter anderem auch für die soziale Zertifizierung von Kakao- und Kaffee-Artikeln. Die Konzernmutter Rewe betreibt ein eigenes Programm zur Reduktion der Pestizid-Belastung bei Obst und Gemüse mit strengen Auflagen für die Produkte selbst und für den Anbau.

PLATZ 2: INTERSPAR/SPAR, EX AEQUO MIT MERKUR/REWE

Note „Gut“ (64 %)

A. Vier Qualitätsmerkmale im Warenkorb:

Spar/Interspar erreicht bei den Qualitätsmerkmalen insgesamt 7 von 10 möglichen Punkten: 2 Punkte für die gentechnikfreie Fütterung, 2 Punkte bei Tierwohl, 2 Punkte für die Verwendung heimischer Öle/den Verzicht auf Palmöl und 1 Punkt für die faire Zertifizierung von kakao- oder koffeinhaltigen Produkten.

B. Herkunft: 69 % der Artikel des Warenkorbs werden in Österreich hergestellt; 25 % in den Nachbarländern. Bei 50 % dieser Artikel stammen die Zutaten aus Österreich; die restlichen Zutaten kommen vorwiegend aus der EU.

C. Kennzeichnung: Die Artikel im Warenkorb erfüllen zu gut 50 % die Kennzeichnungsanforderungen von Greenpeace.

D. Standards der Bio-Eigenmarken: Spar/Interspar punktet mit der Bio-Eigenmarke „Spar Natur pur“ bei der Herkunft der Produkte, bei Projekten zur Verbesserung der Tierhaltung und beim Ersatz von Palmöl durch heimische Öle.

E. Standards für alle Eigenmarken, bio und herkömmlich hergestellt:

Spar/Interspar wird in Kürze die Umstellung von Palmöl auf heimische Öle bei allen Eigenmarken, biologisch und konventionell, abgeschlossen haben. Mit „Spar wie früher“

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa

Fernkorn gasse 10, 1100 Wien
Telefon: (+43) 01 545 45 80
Email: service@greenpeace.at

bietet der Spar Konzern auch eine Marke zur Steigerung der Artenvielfalt mit Raritäten und regional produzierten alten Sorten.

PLATZ 4: BILLA/REWE

Note „Gut“ (61 %)

A. Vier Qualitätsmerkmale im Warenkorb:

Billa erreicht bei den Qualitätsmerkmalen insgesamt 5,5 von 10 möglichen Punkten: 1,5 Punkte für die gentechnikfreie Fütterung, 1,5 Punkte bei Tierwohl, 1 Punkt für die Verwendung heimischer Öle/den Verzicht auf Palmöl und 1,5 Punkte für die faire Zertifizierung von kakao- oder koffeinhaltigen Produkten.

B. Herkunft: 81 % der Artikel des Warenkorbs werden in Österreich hergestellt; 13 % in den Nachbarländern. Bei 31 % dieser Artikel stammen die Zutaten aus Österreich; bei 6 % (auch) aus den Nachbarländern.

C. Kennzeichnung: Die Artikel im Warenkorb erfüllen zu gut 50 % die Kennzeichnungs-Anforderungen von Greenpeace.

D. Standards der Bio-Eigenmarken: Billa punktet mit der Rewe-Bio-Eigenmarke Ja! Natürlich bei österreichischer Herkunft der Produkte, bei Projekten zur Verbesserung der Tierhaltung, beim Ersatz von Palmöl durch heimische Öle und den „Green Packaging“ Verpackungszielen für Obst und Gemüse.

E. Standards der herkömmlich hergestellten Eigenmarken:

Für die Produkte der Billa-Eigenmarken gelten strenge Leitlinien für die soziale Zertifizierung von Kakao- und Kaffee-Artikeln. Die Konzernmutter Rewe betreibt ein eigenes Programm zur Reduktion der Pestizid-Belastung bei Obst und Gemüse mit strengen Auflagen für die Produkte selbst und für den Anbau.

PLATZ 5: LIDL, EX AEQUO MIT MPREIS

Note „Befriedigend“ (54 %)

A. Vier Qualitätsmerkmale im Warenkorb:

Lidl erreicht bei den Qualitätsmerkmalen insgesamt 6 von 10 möglichen Punkten: 2 Punkte für die gentechnikfreie Fütterung, 1,5 Punkte bei Tierwohl, 1 Punkt für die Verwendung heimischer Öle/den Verzicht auf Palmöl und 1,5 Punkte für die faire Zertifizierung von kakao- oder koffeinhaltigen Produkten.

B. Herkunft: 38 % der Artikel des Warenkorbs werden in Österreich hergestellt; 63 % in den Nachbarländern. Bei 31 % dieser Artikel stammen die Zutaten aus Österreich, die restlichen Zutaten kommen vorwiegend aus der EU.

C. Kennzeichnung: Die Artikel im Warenkorb erfüllen zu gut 60 % die Kennzeichnungs-Anforderungen von Greenpeace.

D. Standards der Bio-Eigenmarken: Lidl punktet bei seiner Bio-Eigenmarke „Ein gutes Stück Heimat“ bei der Herkunft der Zutaten und dem Verzicht auf Palmöl in seinen Produkten.

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa

Fernkorngasse 10, 1100 Wien
Telefon: (+43) 01 545 45 80
Email: service@greenpeace.at

E. Standards der herkömmlich hergestellten Eigenmarken:

Seit 2018 führt auch Lidl ein Tierwohl-Projekt, bei dem Schweine zu besseren Bedingungen gehalten werden. Bei 100 % der Eigenmarken sind die Kakao-Produkte sozial zertifiziert; alle Produkte der Marke „Fairglobe“ haben ein Siegel von Fairtrade. Im Bereich der Verpackungsreduktion will Lidl die Mengen an Plastikverpackungen bis 2025 um 20 Prozent reduzieren. Die Hersteller der Produkte sind auf den Verpackungen der Lidl Eigenmarken fast immer angegeben.

PLATZ 5: MPREIS, EX AEQUO MIT LIDL**Note „Befriedigend“ (54 %)****A. Vier Qualitätsmerkmale im Warenkorb:**

MPreis erreicht bei den Qualitätsmerkmalen insgesamt 5,5 von 10 möglichen Punkten: 1,5 Punkte für die gentechnikfreie Fütterung, 1,5 Punkte bei Tierwohl, 1,5 Punkt für die Verwendung heimischer Öle/den Verzicht auf Palmöl und 1 Punkt für die faire Zertifizierung von kakao- oder koffeinhaltigen Produkten.

B. Herkunft: 63 % der Artikel des Warenkorbs werden in Österreich hergestellt; 31 % in den Nachbarländern. Bei 25 % dieser Artikel stammen die Zutaten aus Österreich; bei 6 % kommen sie aus den Nachbarländern.

C. Kennzeichnung: Die Artikel im Warenkorb erfüllen zu gut 40 % die Kennzeichnungs-Anforderungen von Greenpeace.

D. Standards der Bio-Eigenmarken:

MPreis punktet bei den Eigenmarken mit der Regionalität der Produkte vor allem der Bio-Marke „Bio vom Berg“: im Fleischbereich mit dem "Bio Jahrling" bei Rind und dem "Tiroler Bio-Schwein" sowie mit dem "Tiroler Alpenhendl". In allen Produkten von "Bio vom Berg" und der "Alpenbäckerei" (bio und konventionell erhältlich) werden nur heimische Öle verwendet.

E. Standards der herkömmlich hergestellten Eigenmarken:

MPreis hat mit ein Tierwohl Leuchtturm-Projekt bei konventionell hergestelltem Frischfleisch vom Schwein. 90 % des gesamten Schokolade-Sortiments hat eine soziale Zertifizierung. Mit dem generellen Verzicht auf das Gratis-Wegwerfsackerl auch im Obst- und Gemüsebereich ist MPreis Vorreiter in Österreich.

PLATZ 7: PENNYMARKT/REWE**Note „Befriedigend“ (50 %)****A. Vier Qualitätsmerkmale im Warenkorb:**

Penny erreicht bei den Qualitätsmerkmalen insgesamt 5 von 10 möglichen Punkten: 1,5 Punkte für die gentechnikfreie Fütterung, 1,5 Punkte bei Tierwohl, 0,5 Punkte für die Verwendung heimischer Öle/den Verzicht auf Palmöl und 1,5 Punkte für die faire Zertifizierung von kakao- oder koffeinhaltigen Produkten.

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa

Fernkorngasse 10, 1100 Wien
Telefon: (+43) 01 545 45 80
Email: service@greenpeace.at

B. Herkunft: 67 % der Artikel des Warenkorbs werden in Österreich hergestellt; 27 % in den Nachbarländern. Bei 33 % dieser Artikel stammen die Zutaten aus Österreich; die restlichen Zutaten kommen aus der EU und aus Übersee.

C. Kennzeichnung: Die Artikel im Warenkorb erfüllen zu gut 50 % die Kennzeichnungs-Anforderungen von Greenpeace.

D. Standards der Bio-Eigenmarken:

Penny hat eine eigene Bio-Marke „Echt Bio“ mit strengen Umwelt- und Sozialstandards.

E. Standards der herkömmlich hergestellten Eigenmarken:

Fast das gesamte Schokolade-Sortiment hat eine soziale Zertifizierung, nur einzelne Produkte sind in Umstellung. Rewe betreibt ein eigenes Programm zur Reduktion der Pestizid-Belastung bei Obst und Gemüse mit strengen Auflagen für die Produkte selbst und für den Anbau.

PLATZ 8: UNIMARKT

Note „Befriedigend“ (41 %)

A. Vier Qualitätsmerkmale im Warenkorb:

Unimarkt erreicht bei den Qualitätsmerkmalen insgesamt 4,5 von 10 möglichen Punkten: 1,5 Punkte für die gentechnikfreie Fütterung, 1 Punkt bei Tierwohl, 1 Punkt für die Verwendung heimischer Öle/den Verzicht auf Palmöl und 1 Punkt für die faire Zertifizierung von kakao- oder kaffeehaltigen Produkten.

B. Herkunft: 60 % der Artikel des Warenkorbs werden in Österreich hergestellt; 33 % in den Nachbarländern. Bei 27 % dieser Artikel stammen die Zutaten aus Österreich; bei 7 % (auch) aus den Nachbarländern.

C. Kennzeichnung: Die Artikel im Warenkorb erfüllen zu gut 40 % die Kennzeichnungs-Anforderungen von Greenpeace.

D. Standards der Bio-Eigenmarken:

Unimarkt hat eine Bio-Marke „Natürlich für uns“; Informationen über diese Marke hat Unimarkt Greenpeace für diesen Test nicht zur Verfügung gestellt.

E. Standards der herkömmlich hergestellten Eigenmarken:

Wie bei allen Eigenmarken im Test sind auch in den „Jeden Tag“-Produkten keine Käfigeier mehr enthalten, die Mindestanforderung ist Ei aus Bodenhaltung.

Wien, März 2019