

Presseinformation

8. September 2006

Land forciert Dachmarke „So schmeckt Niederösterreich“

Pröll, Plank: Garant für qualitativ hochwertige Lebensmittel

Heimische Lebensmittel und regionale Spezialitäten sollen noch mehr als bisher in die Auslage gestellt werden, und zwar unter der Dachmarke „So schmeckt Niederösterreich“. Die Initiative steht für qualitativ hochwertige und gesunde Lebensmittel aus der Region, für kurze Transportwege und auch für eine klare Herkunft der Produkte. Schließlich sollen im Rahmen von „So schmeckt Niederösterreich“ auch bereits bestehende regionale Aktivitäten genutzt und unterstützt, zusätzliche Initiativen gesetzt und die Kooperationen mit Wirtschaft, Tourismus und Handel forciert werden.

Für Landeshauptmann Dr. Erwin Pröll, der heute gemeinsam mit Landesrat Dipl.Ing. Josef Plank in der Landwirtschaftlichen Fachschule Phyra im Rahmen einer Pressekonferenz sozusagen den Startschuss für diese Initiative gab, hat dieses Thema angesichts der aktuellen Diskussion (Stichwort „Gammelfleisch“) derzeit besondere Aktualität. „Die Konsumenten sollen wissen, dass niederösterreichische Produkte für Qualität, für Regionalität und für Zuverlässigkeit stehen. Und das soll auch sichtbar gemacht werden.“

Der Konsum heimischer Lebensmittel Sorge zudem für regionale Wertschöpfung und sichere Tausende Arbeitsplätze in verarbeitenden Betrieben, in der Gastronomie etc., so Pröll weiter. Darüber hinaus würde der ländliche Raum zusätzlich aufgewertet, die Identifikation mit der eigenen Heimat gefördert und auch das Image Niederösterreichs über die Grenzen des Landes hinaus geprägt.

Mit „So schmeckt Niederösterreich“ werde vor allem dem Bedürfnis der Konsumenten nach gesunden, frischen und qualitativ hochwertigen Lebensmitteln Rechnung getragen, meinte Plank. „60 Prozent der Österreicher sind stolz auf die in der Heimat produzierten Lebensmittel. Und jeder zweite Österreicher spricht sich für gentechnikfreie Lebensmittel aus.“ Plank ist es wichtig, das heimische Angebot in seiner Vielfalt zu präsentieren, alle Aktivitäten zu vernetzen und mit diesem Thema in die Breite zu gehen. Dazu brauche es auch Motivationsarbeit. „Würden alle heimische Produkte kaufen, könnten 5.000 bis 6.000 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden“, ist Plank überzeugt.



Presseinformation