



© 12 September 2003, 08:05 (CEST)

GIFT UND GENTECHNIK IN METROS SUPERMARKT DER ZUKUNFT



“Bei ‚Extra‘ werden die Kunden für dumm verkauft”, so Corinna Hölzel, Greenpeace-Verbraucherexpertin. “Computerdisplays an jedem Einkaufswagen und Hightech-Info-Terminals sollen dem Kunden angeblich ausführliche Informationen über Inhaltsstoffe von Lebensmitteln bieten. Doch Metro verschweigt, ob in den Produkten Pestizide und Gentechnik enthalten sind. Der Konzern vertauscht hier bewusst Werbung mit tatsächlicher Information.”

Die überwiegende Mehrheit der Verbraucher lehnt laut einer Eurobarometer-Studie (2001) Gentechnik im Essen ab. Die Metro AG, die sich selbst eine “ausgeprägte Bereitschaft” bescheinigt, sich Kundenwünschen flexibel anzupassen, muss deshalb Gentechnik aus ihrem Sortiment nehmen und sofortige Maßnahmen zum Schutz der Verbraucher vor Pestiziden einleiten.

Im Greenpeace-EinkaufsNetz engagieren sich zur Zeit rund 30.000 Verbraucher. Das EinkaufsNetz setzt sich für eine ökologische und sozial gerechte Lebensmittelproduktion ohne Gentechnik sowie gegen Pestizide in Lebensmitteln ein. Die Verbraucher haben die Macht am Markt. Handelsketten müssen Verbraucherinteressen akzeptieren, sich für bessere Qualität, eine naturnahe Landwirtschaft und gegen Gentechnik einsetzen und auf Importeure und Hersteller Druck ausüben.

ÜBER GREENPEACE DEUTSCHLAND

Greenpeace ist eine internationale Umweltorganisation, die mit direkten gewaltfreien Aktionen für den Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen von Mensch und Natur und Gerechtigkeit für alle Lebewesen kämpft.

 pr.co

GREENPEACE

Greenpeace Deutschland