



Die Burschen haben alle Zutaten für die Jause beisammen. Darüber freuen sich Andreas (v. l.), Noah, Emre, David, Lukas, Tobias, Stefan sowie Tamara Stolzlechner (M.) und Simone Sommerauer von avos (r.).



Simone Sommerauer gibt Noah Wiegetipps. BILDER: KABÖ

## „Wo ist denn die Avocado?“

Die Drittklässler der NMS Henndorf hatten einen Auftrag. Sieben Burschen wurden mit einer Einkaufsliste ins Geschäft geschickt, um für die gesunde Jause möglichst regionale und Bio-Lebensmittel in den Korb zu füllen.

**HENNDORF.** Der rote Einkaufskorb war schon fast voll, doch „wo bitte ist die Avocado, und Petersilie und Minze fehlen uns auch noch“. Nach einer kleinen Runde im Spar-Geschäft fanden die vier Burschen der ersten Einkaufsgruppe bis auf die Minze, die leider noch nicht vorrätig war, all die Lebensmittel auf der Liste. Die sieben 12- bis 13-jährigen Schüler der 3b hatten sichtlich Spaß an ihrer Aufgabe, Obst, Gemüse, Brot, harte Eier, Milchprodukte und Putenschinken für ihre gesunde Osterjause einzukaufen. Insgesamt kamen 20 Schüler in den Genuss, mit Klassenlehrerin Tamara Stolzlechner und Simone Sommerauer, Gesundheitsreferentin von Avos (Arbeitskreis für Vorsorgemedizin), einzukaufen zu gehen.

„Wir kaufen lieber ein unverpacktes Landbrot, weil's gesünder ist“, sagt Lukas. Und der Sauerrahm? Eigenmarke oder lieber doch ein anderer? Die Wahl fällt auf den „anderen“. Die Burschen achteten auf Regionalität, wenig bis keine Verpackung, und auf Bio-Qualität. „Natürlich spielt auch der Preis eine Rolle“, sagen sie. Auf's Geld geschaut haben sie bei den Produkten und griffen auch zu Aktionsware.

Absichtlich standen auf dem weißen Einkaufszettel auch Erdbeeren drauf. „Hier müssen die Schüler auf den Preis achten sowie aufs Herkunftsland“, sagt

Stolzlechner. Grödiger Schüler waren bereits im Herbst 2016 aufgerufen, ihre Zutaten für eine gesunde Jause zu kaufen. „Danach wurde darüber diskutiert, warum man zu welchen Produkten greift“, sagt Sommerauer. Einkaufen geht Lukas auch in seiner Freizeit öfter mit seinem Bruder oder seiner Mutter. „Wir müssen ab und zu einkaufen gehen. Das freut uns überhaupt nicht“, sagen Emre und Noah.

Beim Einkaufstraining, das vom Avos in den „Gesunden Gemeinden“ initiiert und begleitet wird, soll vermittelt werden, worauf beim Einkaufen geachtet werden soll. Allen voran sollten die Lebensmittel möglichst saisonal und regional sein. „Es ist wichtig, die Schülern wissen zu lassen, wann etwas bei uns wächst und warum der weite Transport von Lebensmitteln schlecht ist“, sagt Sommerauer. Oft spiele bei den Kindern auch der Preis eine Rolle in der Entscheidung für oder gegen Bio-Produkte. „Bio ist also nicht immer das Muss, eher je nach Möglichkeit“, sagt sie.

Die Klassenlehrerin war sehr zufrieden mit dem Einkauf „ihrer“ Buben, auch deshalb, weil sie das Obst ohne Plastiksackerl in den Korb legten. Zurück in der Schulküche legten die Schüler los und bereiteten mit ihrem Einkauf einen geschmackigen Avocado- und Bärlauchaufstrich zu. kabö

## Holz im Garten – ein echter Hingucker

Ob für Fassade, Terrasse oder Hochbeet

Das Säge- und Hobelwerk Lohmühle in Faistenau ist der Profi für Gestaltung mit Holz in der Region.

Angeboten werden Hölzer für Terrassen, Fassaden oder auch Zäune in verschiedenen Verarbeitungen mit innovativen Oberflächen. Die Terrassen und Fassaden sind langlebig, pflegeleicht und optisch ein echter Hingucker. Auch ein individueller Längenschnitt ist kein Problem.

Besonders preisgünstig ist derzeit das Hochbeet um nur

€ 249,- (Aktion bis Ende Mai), das sowohl als Bausatz wie auch als Material zum Selberbauen erhältlich ist.

Neu im Sortiment sind die Eichen-Fertigparkett-Landhausdielen in verschiedensten Oberflächen zum Einführungspreis von € 42,90 inkl. MWSt. pro m<sup>2</sup>.

### Säge- und Hobelwerk Lohmühle GmbH

Lohmühle 12  
5324 Faistenau  
0664/225 26 28

Geöffnet: Mo.–Do. 7.30–12  
& 13–17 Uhr, Fr. 7.30–12 &  
13–16 Uhr, Sa. 8–12 Uhr oder  
nach Terminvereinbarung

[www.lohmuehle.at](http://www.lohmuehle.at)



BILD: LOHMÜHLE

ANZEIGE

## Biergut Wildshut lädt zu „Auszeit“

Im Stiegl-Gut Wildshut wird künftig der Sonntagsbrunch zelebriert.

**ST. PANTALEON.** Im Stiegl-Gut Wildshut ist jetzt mit der „Wildshuter Auszeit“ jeden letzten Sonntag im Monat ab 10 Uhr „slow food“ angesagt. Aufgetischt wird hauptsächlich, was die eigene Bio-Landwirtschaft, die Vollholzbrauerei und der Wildshuter Brotofen hergeben. Was nicht am Gut wächst, wird von regionalen Partnern bezogen. Und weil der Brunch auf einem Biergut stattfindet, gibt's statt dem obligatorischen Glaserl Prosecco bierige Kostproben von den Wildshuter Bieren. Der „Krämerladen“ ist klein und fein, daher sollte man rechtzeitig reservieren.

Wer von Salzburg aus umweltfreundlich anreisen möchte, kann dies mit der Salzburger Lokalbahn tun. In unmittelbarer Nähe zum Biergut gibt es die barrierefreie Lokalbahn-Haltestelle.



Produkte aus der eigenen Bio-Landwirtschaft prägen die „Wildshuter Auszeit“ jeden letzten Sonntag im Monat. BILD: STIEGL/Franz Neumayr

## 849 Besucher bei der 850. Bildungswoche

**BERNDORF.** Unter dem Motto: „Berndorf – wo die große Welt Probe hält“ fand im März die 7. Berndorfer Bildungswoche statt – die 850. im Land Salzburg. Dabei konnten Bildungswerkleiterin Ursula Eder und der Vorsitzende des örtlichen Bildungswerks, Bgm. Josef Guggenberger, in zehn Veranstaltungen exakt 849 Besucherinnen und Besucher begrüßen. „Offenbar haben wir mit den Versuch, die weltweiten, globalen Veränderungen der vergangenen 30 Jahre auf unser Leben im Dorf herunterzubrechen, den Nagel auf den Kopf getroffen“, sagt er. Der Bogen der Bildungswoche umfasste Themen wie „Zua-gr'oast oder dahoam“, „Berndorf auf dem Weg ins Abseits?“, „Wirtschaftswachstum und Globalisierung“.

## Frischer Wind für Ideen. HYPO Salzburg

Neue Kampagne nun auch auf den SVV-Bussen.

Wer „frische Ideen“ braucht, wer „sicher in eine gute Zukunft“ begleitet werden möchte, hat einen zuverlässigen Ansprechpartner: Die HYPO Salzburg. Die Bus Kampagne – Heck und Seitenfronten – betont die Key Message: „Gemeinsam mit unseren Kunden für den Erfolg unserer Kunden.“

„Busse sind mobil, unübersehbar und Eyecatcher für einprägsame Slogans und Bilder. Deshalb setzen wir auf Out-of-Home-Werbung. Dabei vertrauen wir schon seit vielen Jahren auf einen verlässlichen Partner“, sagt Prokurist Norbert Holdampf von der HYPO Salzburg.

Stabil und zukunftsweisend ist auch die Kooperation zwischen Progress Werbung und dem Salzburger Verkehr. „Wir ergänzen einander. Progress Werbung hat



Prok. Norbert Holdampf, HYPO Salzburg und Prok. Dominik Sobota, Progress Werbung (v.l.n.r.).

das Werbe Know-how, wir die Flächen, die Routen und die ständig wachsenden Frequenzen. Die Bus-Werbung kommt gut an, das

meinen auch die Fahrgäste“, sagt Mag. Allegra Frommer, Geschäftsführerin vom Salzburger Verkehrsverbund. Mit dabei: Do-

minik Sobota, Prokurist der Progress Werbung: „Auch für uns gilt – gemeinsam mit unseren Kunden zum Erfolg unserer Kunden.“

ANZEIGE