

30 Jahre VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

Liebe Leserin, lieber Leser,

30 Jahre sind eine lange Zeit. Mit vielen einzelnen Aktivitäten und gleichzeitig mit zahlreichen kontinuierlich bearbeiteten Themen. Nach wie vor aktuell sind unsere Themenfelder Umwelt, Ernährung und Gesundheit. Geändert hat sich oft unser Vorgehen – Studien und Marktforschung waren früher nicht vorstellbar. Komplett verändert hat sich die Kommunikation – sechs Webseiten, monatlich erscheinende Themenhefte, zielgruppenspezifische Kampagnen, sendefertige Radiobeiträge etc. waren früher undenkbar.

Werfen Sie auf den folgenden Seiten einen Blick auf 30 Jahre VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. Wir haben für Sie zumindest spotartig einige Aktivitäten aus drei Jahrzehnten unserer Arbeit zusammengestellt.

Aus der Gründung einiger weniger Ehrenamtlicher im Wohnzimmer ist heute ein Bundesverband geworden, der von Tausenden unterstützt wird und der mit

seinen Themen Millionen Menschen erreicht. Der gemeinnützige Verband ist damit auch ein gutes Beispiel für unabhängige Verbraucherarbeit ohne staatliche oder unternehmerische Grundfinanzierung.

Aber auch zukünftig sind wir abhängig: Von möglichst vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern, die uns mit ihrer Einzelspende oder ihrer Mitgliedschaft unterstützen. Vielleicht gehören auch Sie zukünftig dazu?

Wir freuen uns auch über Ihre Unterstützung.

Beste Grüße

Bettina Knothe

Dr. Bettina Knothe
(Bundesvorsitzende)



1985

Am 8. Juni trafen sich

12 Menschen in einer Privatwohnung am Bonner Hochstadtenring. Viele waren im Bundesverband Bürgerinitiativen

Umweltschutz (BBU) aktiv und gaben die „Consum Critik“, den Informationsdienst für bewusstes Ver-
brauchen, heraus.

Laut Einladung ging es darum, „eine unabhängige, bundesweite Verbraucherinitiative zu gründen, die sich bemüht, die vielen Einzelaktivitäten zu koordinieren und die Interessen kritischer Verbraucher wahrzunehmen“.

Einstimmig beschließt man die Vereinsgründung, erster Vorsitzender wird Gerd Billen. | Die „Consum Critik“ erscheint ab Jahresende unter dem Dach des neuen Vereins. | Die VERBRAUCHER INITIATIVE startet im Dezember eine bundesweite Kampagne gegen Dosen und Einwegflaschen („Einweg ist kein Weg“).



1986

Der Verein entwickelt sich: stundenweise ist das Büro besetzt, der „Arbeitskreis Formaldehydgeschädigter“ gründet sich, erste Kontaktstellen in Aachen und Münster entstehen. | Die Kampagne für ein EG-weites Verbot radioaktiver Bestrahlung von Lebensmitteln startet, im Juli werden dem Europäischen Parlament 50.000 Unterschriften übergeben. | Der Verband veröffentlicht nach dem Unfall in Tschernobyl regelmäßig Werte aus Radioaktivitätsmessungen.



1987

Der Verein richtet Arbeitskreise zu Agrarpolitik, Chemie im Haushalt und Abfall ein, die Zahl der Kontaktstellen wächst auf 17, rund 1.500 Personen unterstützen den Verein. | Der Verband wirbt für einen besseren Strahlenschutz. | Erstmals erscheint das „Verbraucher Telegramm“ zunächst als Beihefter zur Consum Critik.

www.verbraucher.org

Bundesverband

Die Verbraucher
Initiative e.V.

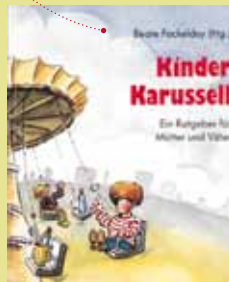
1990

Das Taschenbuch „Kinder Karussell“, der Ratgeber rund um Ernährung, Kinderpflege etc., erscheint. | Mit anderen Organisationen wird die Kritik zum Gentechnik-Gesetzesentwurf in einem 40-seitigen Memorandum zusammengefasst. | Die Kampagne „Aktion Sauberes Trinkwasser“ startet. | 36 Gruppen aus 14 Ländern folgen der Einladung zur Tagung „Herausforderung. Europäischer Binnenmarkt“. | Angesichts der BSE-Seuche verpflichten sich zahlreiche Unternehmen gegenüber der VERBRAUCHER INITIATIVE, kein britisches Rindfleisch, daraus hergestellte Wurstwaren oder Tierfuttermittel zu führen. | Der erste Landesverband in Niedersachsen wird gegründet.



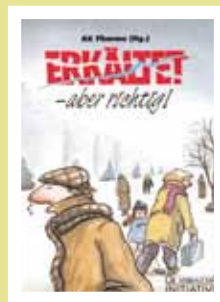
1988

Die VERBRAUCHER INITIATIVE startet die Aktion „Gesünder Essen“ und gehört zu den Mitbegründern von NEULAND für Fleisch aus tiergerechter, umweltschonender Haltung. | Die Plakatausstellung „Leben ohne Müll“ erscheint. | Der Verband fordert ein Verbot der PET-Einwegflaschen sowie das generelle Verbot von Azo-Farbstoffen. | Die Mitgliederversammlung formuliert ein klares Nein zur Gentechnik. | Das Buch „Einkaufen direkt beim Bauern“ erscheint.



1991

Bei der Aktion „Kein Krieg für Öl! Kein Geld für Krieg!“ (Infoaktion mit Gerd Billen, im Foto links) erscheint eine Schwarze Liste mit Konsumgütern von Firmen, die den Irak aufrüsteten. Es gibt mehr als 100.000 Nachfragen allein in den ersten Tagen. Vom Aufruf „Boykottiert die Kriegsgewinnler“ werden 425.000 Exemplare bestellt. | Schwerpunktthemen im Ernährungsbereich sind Lebensmittelbestrahlung und die Kennzeichnung von Bio-Produkten. | Das Buch „Erkältet – aber richtig!“ erscheint. | Die „Aktion Ökologischer Supermarkt“ startet (Foto). | Im Oktober findet die Konferenz „Verantwortliches Einkaufen – verantwortliches Verkaufen“ statt.



1989

Der Verband veröffentlicht die 12-seitige „Kunststoff Fibel für Verbraucher“, startet eine Postkartenaktion

für ein Verbot gentechnisch erzeugter Hormone (rBST) und richtet einen Rechts-hilfefonds für die Opfer von der krebs-erregenden Reinigungskemikalie PER ein. | Im August informiert der Verband zu Gesundheitsgefahren durch Benzol beim FIAT UNO, das Unternehmen bietet daraufhin eine Umrüstung an.



1992

Es wird der Holzschutzmittelfonds zur Finanzierung von Gerichtskosten eingerichtet, im Juni beginnt der Umweltstraßprozess. | Die Aktion „Rote Karte für den Grünen Punkt“ sorgt für reichlich Medienecho, die spätere Mitwirkung im DSD-Kuratorium für Kontroversen in der Umweltbewegung. | Das Rechtsgutachten „Einkaufen mit Kindern“ erscheint, die VERBRAUCHER INITIATIVE fordert eine patientengerechtere Packungsbeilage und gründet TransFair mit. | Intern wird über die Frage „Verbraucher oder Verbraucherinnen Initiative“ gestritten.



1993

Im Rahmen der Aktion „Neue Kleider braucht das Land“ stellt der Verband Forderungen an Gesetzgeber und Textilproduzenten auf. | Im Mai fällt das Urteil im Holzschutzmittelprozess, die Manager der DESOWAG werden zu sechsstelligen Geldzahlungen und einer einjährigen Bewährungsstrafe verurteilt. | Im Juli startet die Kooperation mit dm-drogerie markt, in 40 Filialen der Region Köln/Bonn stehen monatlich wechselnde Informationen des



Verbandes (Foto). | Der Kölner Rechtsanwalt Dieter Kublitz wird im Oktober neuer Bundesvorsitzender, Gerd Billen kandidiert nach acht Jahren nicht erneut.



1994

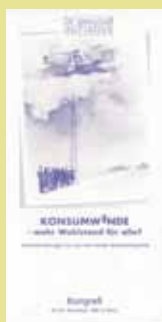
Zusammen mit 20 Organisationen startet die Kampagne „Chlor hat keine Zukunft“. | Im März werden mehrere 10.000 Postkarten gegen Genfood an das Gesundheitsministerium übergeben. | Nach Ostern sorgte der „Babykostskandal“ für Aufsehen: Ein Test der VERBRAUCHER INITIATIVE ergab, dass Babygläschen der Marke AS von Schlecker Pestizidrückstände über den Grenzwert enthielten. Aufgrund der Medienresonanz verschwinden die Produkte aus dem Regal.

1995

Der Verband fordert eine konsequente Kennzeichnung von Jodanreicherungen in Nahrungsmitteln. | Die Mitgliederaktion zu PVC startet, die VERBRAUCHER INITIATIVE spricht sich außerdem für ein generelles Verbot von Pestiziden im Haushalt aus. | Der Verband beteiligt sich am Projekt „Unternehmenstest“, bei dem zunächst die Lebensmittelbranche



an Hand von 58 Kriterien untersucht wird, u. a. entsteht ein 400-seitiges rororo-Buch. | Im November findet zum 10-jährigen Jubiläum der zweitägige Fachkongress „Konsumwende – mehr Wohlstand für alle?“ statt. | dm-drogerie markt setzt ab Oktober unsere Forderung nach Dauerpreisen um.



1996

Wegen formaler Fehler startet der Holzschutzmittelprozess im September neu (Foto: Familie Zapke als eine der Betroffenen). Er endet im November mit einer Einstellung, die beiden Angeklagten müssen je 100.000 DM zahlen, das Land Hessen erhält vier Millionen DM für einen Lehrstuhl an der Uni Gießen. | Der Verband veröffentlicht die Ergebnisse des „Gen-Dialogs“ von verschiedenen Akteuren mit Unilever. | Die Textilausstellung „Pflegeleicht und knitterfrei“ geht auf Tour. | Der Kongressreader „Konsumwende“ erscheint. | Die Kooperation mit dm-drogerie markt wird in die Region Stuttgart ausgeweitet. | Der zweite Landesverband in Nordrhein-Westfalen wird gegründet.

1997

Mit dem Fit-Food-Verlag werden Bio-Restaurants ausgezeichnet, die Kampagne „Umwelt gewinnt“ wird unterstützt. | dm-drogerie markt setzt seit Februar auf die Angabe des Grundpreises. | Der Verband fordert ein vollständiges Amalgamverbot. | Mit transgen.de startet im Oktober ein neues Informationsangebot zur Gentechnik bei Lebensmitteln. | Der zweite Unternehmenstest beschäftigt sich mit dem Kosmetikbereich. | Im September lädt die VERBRAUCHER INITIATIVE kritische Wissenschaftler und die Teppichindustrie zum Runden Tisch „Wohngesundheit“. | Der Ratgeber „Einkaufen direkt beim Bio-Bauern“ erscheint mittlerweile in 7. Auflage.



1998

Mit dem Bundesumweltministerium startet die Klimakampagne „Meine Agenda 21“ (Foto: Dieter Kublitz mit Bundesumweltministerin Angela Merkel), das entsprechende „Energie-Sparbuch“ wird 1,8 Millionen Mal abgerufen. | Der Verband beteiligt sich an der „Aktion Saubere Landschaft“. | Im Mai findet das Expertenhearing „Insekten im Haushalt“ statt. | Im Herbst diskutieren 120 Fachleute über die „Abfallwirtschaft der Zukunft“ (Foto rechts). | Die Mitgliederzeitschrift wird komplett umgestaltet, erweitert und erscheint nun als „Verbraucher konkret“. | Erstmals wird eine Rechtsberatung für Mitglieder angeboten.



1999

Bei den Aktionstagen Öko-Landbau NRW bietet der Verband eine Ernährungsberatung in Karstadt-Filialen an. | Unser neues Portal www.zusatzstoffe-online.de startet. | dm-drogerie markt verpflichtet sich gegenüber der VERBRAUCHER INITIATIVE zur doppelten Preisauszeichnung von DM/Euro und bei der Euro-Umstellung alle Preise abzurunden. | Mit der DAK startet die Aufklärungskampagne „Junge Haut“. | Das Energie-Sparbuch wird mit einer Auflage von 300.000 nachgedruckt. | Der Bundesverband zieht teilweise nach Berlin.



2002

Die VERBRAUCHER INITIATIVE veranstaltet im Januar die internationale Tagung „Außergerichtliche Streitbeilegung beim Online-Handel“ (Foto), stellt Forderungen zu einem „Handy-Label“ auf, beteiligt sich an der Aktion „Freie Fahrt für Mehrweg“. | Die Ergebnisse zum Projekt „Fairer Handel in Deutschland“ inkl. umfassender Marktforschungen werden veröffentlicht. | Im Rahmen der Aktionstage Ökolandbau NRW informiert der Verband Ärzte zu gesunder Ernährung. | label-online wächst auf 300 Zeichen.

2000

Die Webseite www.label-online.de wird im Januar freigeschaltet. | Die Kampagne „sinnvoll essen“ informiert in den Wartezimmern der Allgemeinärzte. | Der dritte Unternehmens-tester zu elektrischen Haushaltsgeräten erscheint. | Die VERBRAUCHER INITIATIVE verlost den 1,5 Millionsten Teppich ohne illegale Kinderarbeit (Foto). | Im Dezember erscheint das Sonderheft „Verbraucherpolitik der Zukunft“.



2003

Anfang des Jahres startet www.oeko-fair.de, das Portal zum öko-fairen Handel(n). | Die VERBRAUCHER INITIATIVE erhebt repräsentative Zahlen über die Einstellung zur Produktpiraterie. | Im Herbst folgt www.ombudsmann.de, das Portal beschäftigt sich mit der Streitschlichtung beim Online-Shopping. | Im November beginnt die mehrjährige Infokampagne „fair feels good.“. Schirmherrin ist Franziska van Almsick (im Foto links mit Bundesministerin Heidemarie Wieczorek-Zeul), zahlreiche Prominente unterstützen ehrenamtlich die Kampagne zum Fairen Handel.



2001

„Agrarwende jetzt“ ist ein umfangreicher Forderungskatalog der VERBRAUCHER INITIATIVE überschrieben. | Im März fordert der Verband mehr Transparenz im Mobilfunkmarkt und einen besseren Schutz vor Elektrosmog, Ende des Jahres startet die Kampagne „Mobilfunk und Gesundheit“. | Im Rahmen der Kampagne „FairGnügen“ werden über Stadtmagazine 600.000 Broschüren zum Fairen Handel verbreitet, ein entsprechender Flyer wird in ausgewählten Zügen ausgelegt. | Die Geschäftsstelle Bonn schließt zum Jahresende.



2004

Erfolgreicher Start von „fair feels good.“: Allein 2,6 Millionen Mal wurde die Broschüre „fair gewinnt“ verbreitet, u.a. beginnt eine deutschlandweite Infotour, 60 Prominente unterstützen die Kampagne. | Die ersten 500 Fälle bei [ombudsmann.de](http://www.ombudsmann.de) enden meist zugunsten der Konsumenten. | Anfang des Jahres startet der 12-wöchige Online-Kurs zum gesunden Abnehmen. | Im Sommer geht das Portal www.forum-elektrosmog.de online. | Im Dezember endet die regionale Kampagne „Kindergesundheit“.



2007



2005

Im Projekt „Leitsysteme für nachhaltige Produkte im Einzelhandel“ werden Praxismodule mit OBI und OTTO realisiert und u. a. in einem Workshop mit Vertretern aus Handel und Politik diskutiert. | Mittlerweile setzen sich über 70 Promis für „fair feels good.“ ein. | Die monatliche Broschürenreihe wird komplett überarbeitet, viele Mitglieder nutzen den kostenlosen Heizkosten-Check.



Über das Engagement des Handels bei der Vermarktung umwelt- und sozialverträglicher Produkte diskutieren im Februar 50 Fachleute. | „fair feels good.“ veröffentlicht zum Kampagnenende neue Marktforschungszahlen zum Fairen Handel: Rund 6,2 Millionen neue Käufer konnten in den Jahren 2003 bis 2006 hinzugewonnen werden. | Im Oktober erhält „fair feels good.“ den „GWA Social Effie“ in Silber für engagierte Kommunikation (Foto). | oeko-fair.de bietet mittlerweile u. a. 23 umfangreiche Themenspezials. | Unsere „Initiative Nachhaltig handeln.“ informiert zum klimafreundlichen Einkauf. | Nach 14 Jahren kandidiert Dieter Kublitz nicht mehr als Vorsitzender, Nachfolger wird der Bonner Rechtsanwalt Dieter Schaper.



2009

In NRW startet die erste Staffel der regionalen Seniorenkonferenzen. Die halbtägigen Tagungen beschäftigen sich mit Gesundheitsthemen. Aufgrund des Zuspruchs folgt eine 2. NRW-Staffel, eine weitere Reihe in Baden-Württemberg beginnt. | In Verbindung mit dem CSR-Projekt geht www.nachhaltig-einkaufen.de online. Branchenspezifisch wird die Umwelt- und Sozialverantwortung in den sechs umsatzstärksten Branchen untersucht, besonders engagierte Händler ausgezeichnet. | label-online wächst auf 400 Zeichen. | Der Verband fordert den Lebensmittel-Smiley nach dänischem Vorbild.



2006

„fair feels good.“ wirbt u. a. auf 10.000 Plakatgroßflächen, verbreitet 800.000 Postkarten und startet ein Gewinnspiel mit zahlreichen Radiosendern. | zusatzstoffe-online.de erscheint überarbeitet und im neuen Layout. | Die VERBRAUCHER INITIATIVE startet die „Initiative Nachhaltig handeln.“, die nachhaltigen Produkten mehr Marktchancen verschaffen soll. | Der Verband befragt 57 marktrelevante Unternehmen zu ihrem nachhaltigen Warenangebot, fordert eine bessere Lebensmittelkennzeichnung und gibt den Einkaufsführer „Bewusst reisen“ heraus.



2008

Der Verband ist am internationalen Projekt „makeItFair“ zu Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen in der Produktionskette der Unterhaltungselektronik beteiligt. | In NRW startet die Regionalkampagne zum Blauen Engel. | dm-drogerie markt verbreitet den Ratgeber „Klimafreundlich einkaufen“ 850.000 Mal in ihrer Kundenzeitschrift. | Im Sommer startet das Projekt „Umwelt- und Sozialverantwortung im Einzelhandel (CSR)“.



2010

Im Februar erfolgt der Dreh zum Videoclip „Voll korrekt“, der das Thema Fairer Handel für jüngere Verbraucher aufbereitet. | Der Verband untersuchte das CSR-Engagement in den Handelsbranchen Spielwaren, Schreibwaren und Uhren/Schmuck. | Die VERBRAUCHER INITIATIVE wird Mitglied im fünfköpfigen Beirat von PRO PLANET der REWE Group. | Die Seniorenkonferenzen werden mit dem neuen Thema „Internet“ in beiden Bundesländern fortgesetzt.



2011

Die Wiederholungsbefragung der CSR-Aktivitäten des Handels startet, es gibt Verbesserungen bei Unternehmen zu verzeichnen (Foto: Dieter Schaper bei einer Infoaktion). | Die Seniorenkonferenzen werden fortgesetzt. | In NRW erscheint die Broschüre „Ihr gutes Recht“, die sich vor allem an Senioren wendet. | 100.000 Exemplare der Broschüre „Gut zu wissen: Energie sparen in Bayern“ werden regional über den



Fachhandel verbreitet. | Das Pilotprojekt mit der gleichnamigen Webseite verpackungsbarometer.de startet. | Eine repräsentative Verbraucherbefragung untersucht die Verbrauchereinstellung zur Nachhaltigkeit.

2012

Im Januar geht www.resterechner.de online, damit werden die Informationen zum Thema Lebensmittelverschwendung ergänzt. | Die repräsentative Studie „Smart Shopping“ untersucht die Verbrauchewünsche an den mobilen Handel und wird im Februar mit Fachleuten diskutiert. | Die erstmalige Untersuchung der CSR-Aktivitäten von Herstellern aus sechs Branchen endet, 30 Hersteller werden ausgezeichnet. | Die Studien zur „verbrauchergerechten CSR-Kommunikation“ werden im Sommer auf einer Tagung diskutiert. Zehn Leitlinien werden veröffentlicht. | In der Gut-zu-wissen-Reihe erscheint die Broschüre „Gütezeichen in Bayern“, die Energie-Broschüre wird 75.000 Mal nachgedruckt.



2013

Mit der richtigen Lebensmittelverpackung beschäftigt sich ein Fachforum im März. | In NRW startet ein Modellprojekt, Multiplikatoren für die Zielgruppe 60plus über Online-Stammtische zu qualifizieren. | Die VERBRAUCHER INITIATIVE untersucht die CSR-Kommunikation von Einzelhändlern, 26 Unternehmen werden ausgezeichnet. | Der Ratgeber „Gut zu wissen: Rat finden in Bayern“ erscheint. | Im Dezember wird die komplett überarbeitete Webseite label-online freigeschaltet. | Der Verband ist im siebenköpfigen „Experten- und NGO-Beirat“ vertreten, der das Nestlé-Qualitätsprogramm begleitet. | Die Diplom-Biologin Dr. Bettina Knothe wird neue Vorsitzende, Dieter Schaper tritt nicht erneut an.



2014

Im März werden Online-Supermärkte getestet. | Für viel Medienresonanz sorgt die im April vorgestellte Label-App, u.a. werden über 108 Millionen Radiohörer erreicht. | Die Studie Getränkeverpackung wird erstellt und mit zahlreichen Stakeholdern u.a. auf einem Workshop diskutiert. | Zum neunten Mal erscheint mit 80.000 Exemplaren der 200-seitige Fairtrade-Kalender. | Der Verband beteiligt sich an der Aktion gegen Massentierhaltung in Brandenburg, tritt dem „Textilbündnis“ bei und informiert zum Interneteinkauf von Kosmetika. | Die Seniorenkonferenzen behandeln das Thema Energie. | label-online informiert zum Jahresende zu über 600 Zeichen. | oeko-fair.de bietet u.a. über 50 Themenspezials.



2015

Im Februar erscheint die Studie zum CSR-Engagement klein- und mittelständischer Unternehmen, untersucht wurden die Branchen Kfz-Werkstätten, Pflege und Friseure. | Im März erscheint „Gut zu wissen. Nachhaltig konsumieren in Bayern“, vorgestellt von Bayerns Verbraucherministerin Ulrike Scharf. | Im Mai starten neue Seniorenkonferenzen mit dem Thema „Abzocke im Alltag“, die bisherigen 77 Veranstaltungen besuchten durchschnittlich 83 Personen | Die Label-App ist Teil des Deutschen Pavillons auf der EXPO in Mailand ●●●

