Verbraucher konkret

Mitgliedermagazin der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.



AQUAKULTUR: VIELFÄLTIG, PROBLEMATISCH UND HOFFNUNGSTRÄGER | LEBENSMITTEL: CLEVER EINKAUFEN | BETRIEBLICHER GESUNDHEITSSCHUTZ | ERZIEHUNG: KINDER & MEDIENNUTZUNG







Nachhaltiger

durch die Feiertage

Die Feiertage stehen vor der Tür – und mit ihnen der alljährliche Konsumrausch. Viele Verbraucher machen sich Gedanken, wie Sie die Festtage nachhaltiger gestalten können. Mit guter Planung und schon kleinen Veränderungen gelingt Ihr "grünes" Fest. Wir zeigen Ihnen, wie dies geht.

8 AQUAKULTUR: VIELFÄLTIG, PROBLEMATISCH UND HOFFNUNGSTRÄGER

Weltweit stagnieren die Wildfänge von Salzund Süßwasserfischen. Etwa 33 Prozent der weltweiten Fischbestände sind überfischt und 60 Prozent maximal genutzt. Wir informieren zum Thema.

11 TIPPS: FISCH BEWUSST GENIESSEN

Die negativen Schlagzeilen rund um Fisch und Meeresfrüchte verunsichern Verbraucher. Wir geben Ihnen Tipps für den unbesorgten Genuss der gesunden Delikatessen.



LEBENSMITTEL: CLEVER EINKAUFEN

Supermärkte nutzen zahlreiche Tricks, um ihre Kunden zum Kaufen zu verführen. Wir zeigen welche.

BETRIEBLICHER GESUNDHEITSSCHUTZ

INTERVIEW: "SINNVOLLE ARBEIT ERHÄLT GESUND"

Als Vorsitzender des Berufsverbands der Präventologen weiß der Arzt und Gesundheitspolitiker Dr. Ellis Huber wie "gute Arbeit" in Betrieben aussehen sollte und warum sie wichtig ist.

GESUNDHEITSSCHUTZ ALS KAUFKRITERIUM

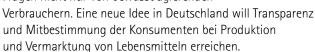
Ein Extra-Label könnte Gesundheitsförderung in Unternehmen zum Kaufkriterium machen.

KRANKE UND GESUNDE BETRIEBE

Aus Erfahrungen der Organisationsentwicklung, wissenschaftlichen Analysen und eigenen Beobachtungen hat Dr. Ellis Huber definiert, woran "kranke" oder "gesunde" Unternehmen zu erkennen sind.

DIREKTER DRAHT ZWISCHEN
BAUERN UND VERBRAUCHERN

"Wo kommen unsere Lebensmittel her?" "Wie werden sie produziert?" – das sind Fragen nicht nur von bewusst agierenden





INTERVIEW: "PROFIT DARF NICHT MEHR WERT SEIN ALS DAS WOHL DER LÄMMER"

Erster Erfolg der Merino-Unterschriftenaktion: Der Abgeordnete Marc Pearson brachte die Petition ins Parlament von Canberra ein und kämpft für mehr Schutz der geschundenen Lämmer. Warum erzählt er exklusiv im Interview.



NATUR- UND BIOKOSMETIK: NACHHALTIG AUSWÄHLEN

Bei den Siegeln den Überblick zu behalten und das Passende für die eigenen Bedürfnisse zu finden, ist gar nicht so einfach. Zusätzlich erschweren Produkte die Auswahl, die natürlicher und grüner daherkommen als sie tatsächlich sind.



ERZIEHUNG: KINDER UND MEDIENNUTZUNG

Wenn Geburtstag oder Weihnachten näher rückt, stellt man sich die Frage, was man den Kindern schenken soll. Immer öfter landen Mobiltelefone, Tablets und Laptops unter dem Weihnachtsbaum. Wir zeigen, was Eltern, Großeltern & Co. beim Schenken beachten sollten.

30 SICHER UNTERWEGS IM NETZ

Viele Kinder und Jugendliche bewegen sich heute ganz selbstverständlich im Netz. Wir stellen Webseiten rund um das Thema Medien- und Internetnutzung von Kindern vor.

- **18** FINANZTIPPS
- 19 MELDUNGEN
- **22** RECHTSTIPPS
- **32** BROSCHÜRENÜBERSICHT

Liebe Leserin, lieber Leser,

in einigen Tagen endet das alte Jahr, das Neue beginnt mit gemütlichem Zusammensein, Musik und Tanz. Farbenfrohes, lautstarkes Feuerwerk erfreut Viele und soll traditionell die bösen Geister vertreiben. Seit den Anfängen der Feuerwerkerei in China vor über 600 Jahren verbreitete sich dieser Brauch weltweit. Im Zeitalter des Barocks und Rokokos ließ es der Adel bei jedem Anlass – vom Sieg über Feinde bis zur Geburt des Thronfolgers – knallen und blitzen. Geld für die gewaltigen Inszenierungen spielte zu diesen Zeiten und in diesen Kreisen keine Rolle.

Geld spielt offenbar auch heutzutage keine Rolle, geballert wird, was der private Geldbeutel hergibt. So betrug der deutschlandweite Silvesterumsatz mit dem meist in Fernost gefertigtem Feuerwerk im Jahr 2018 133 Millionen Euro. Geld, das sich in wenigen Minuten im wahrsten Sinne in Luft auflöst.

Und das hat Folgen: Ohrenbetäubender Lärm und grelle Blitze sorgen bei Haus- und Wildtieren für Panik. Unachtsamkeiten beim Hantieren, selbstgebautes Feuerwerk, illegal importierte Pyrotechnik oder Mutproben meist alkoholisierter Böllerfans sorgen für volle Notaufnahmen in den Krankenhäusern. Trotz aller Informationen haben vor allem Augen- und Ohrenverletzungen zugenommen. Doch die Gesundheit ist nicht nur bei diesen - oft jungen, männlichen - Verletzten gefährdet. Das Einatmen des freigesetzten Feinstaubs gefährdet die menschliche Gesundheit.

Am ersten Tag eines Jahres ist nämlich an vielen Orten die Feinstaub-Konzentration so hoch wie sonst im ganzen Jahr nicht. Die freigesetzten 4.500 Tonnen Feinstaub entsprechen laut Umweltbundesamt 15,5

Prozent der jährlich im Straßenverkehr abgegebenen Menge an Feinstaub. Angesichts der Klimadebatte nicht mehr zeitgemäß!

Verlassen wir uns nicht auf die städtischen Reinigungskräfte, die die liegengelassenen Müllberge wegräumen. Verlassen wir uns nicht auf die Feuerwehr, die die Brände schnell löscht. Verlassen wir uns nicht auf kräftigen Wind, der für eine schnelle Verteilung der Schadstoffe sorgt. Beschäftigen wir uns mit den sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Auswirkungen der Knallerei. Letztendlich handelt es sich um Kleinsprengstoffe! Und die gehört nicht in die Hand von zumeist alkoholisierten Laien.

Schon heute sind wie in Düsseldorf oder München einzelne Stadtteile für die archaische Schwarzpulver-Böllerei gesperrt. Eine Petition bei change.org fordert ein generelles, ganzjähriges Verbot privater Knallerei. Erste Supermärkte und Baumärkte verzichten auf den Feuerwerk-Verkauf.

Für mich ist eine zentrale örtliche Veranstaltung sinnhafter: Mit Lasershow, Feuer- und Nebelmaschinen und gerne auch einem von professionellen Pyrotechnikern gestaltetem Feuerwerk. Das hilft Umwelt, Tieren und Gesundheit, reduziert den Müll und senkt den Energieaufwand bei der Herstellung des Feuerwerks.

Einen guten Rutsch und alles Gute für das Jahr 2020 wünscht Ihnen

Ihr Georg Abel, Bundesgeschäftsführer

MITGLIEDER-SERVICE

Bei inhaltlichen Fragen erreichen Sie die Hotline für Mitglieder unter Tel. 030/53 60 73-3. Dort beraten wir Sie montags bis donnerstags von 9.00-12.00 Uhr. Sie können Ihre Frage auch per Fax, Mail oder brieflich an uns richten: Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., Berliner Allee 105, 13088 Berlin, Fax 030/53 60 73-45, mail@verbraucher.org | Bei rechtlichen Fragen erreichen Sie unsere Anwälte mittwochs von 9.00-13.00 Uhr unter Tel. 030/53 60 73-3. | Ob Adressänderung oder Spendenbescheinigung – bei Fragen zu Ihrer Mitgliedschaft erreichen Sie Marina Tschernezki unter Tel. 030/53 60 73-40. | Unsere Bankverbindung – IBAN: DE80 3702 0500 0008 1335 00, BIC: BFSWDE33XXX, Bank für Sozialwirtschaft

IMPRESSUM | Verbraucher konkret 4/2019 - Mitgliedermagazin der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. | Dezember 2019 | ISSN 1435-3547 | Herausgeber: Verbraucher Initiative Service GmbH | Redaktion: Berliner Allee 105, 13088 Berlin, Tel. 030/53 60 73-3, Fax 030/53 60 73-45, mail@verbraucher.org, www.verbraucher.org | Erscheinungsweise: 4 x jährlich | Redaktion und Mitarbeit an dieser Ausgabe: Georg Abel (GA, V.i.S.d.P.), Miriam Bätzing (MB), Alexandra Borchard-Becker (ABB), Lisa Haarhoff (LH), Daniel Lehmann (DL), Gerd Pfitzenmaier (GP), Christoph Schlage | Fotos: Titel: iStock/ imagospot, Fotonachweise jeweils von oben nach unten oder im Uhrzeigersinn | Papier: Diese Broschüre wurde auf Circle Matt White Recyclingpapier gedruckt und erfüllt die Kriterien des Blauen Engels. | Hinweis: Wenn im Text z.B. vom "Verbraucher" die Rede ist, ist dies ein Zugeständnis an die Flüssigkeit der Sprache, gemeint sind natürlich jeweils Verbraucherinnen und Verbraucher. | Nachdruck und Vervielfältigungen, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers und Quellenangabe. | Der Bezugspreis ist im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Nachhaltiger durch die Feiertage



(MB) Die Feiertage stehen vor der Tür – und mit ihnen der alljährliche Konsumrausch. Viele Verbraucher machen sich Gedanken, wie Sie die Festtage nachhaltiger gestalten können. Mit guter Planung und schon kleinen Veränderungen gelingt Ihr "grünes" Fest. Wir zeigen Ihnen, wie sich das umsetzen lässt.

DEKO EINFACH SELBERMACHEN

Die Advents- und Weihnachtzeit ist ohne häusliche Dekoration kaum vorstellbar. Selbermachen liegt dabei im Trend. Unsere Tipps dazu:

- Basteln Sie Adventskranz und Festtags-Deko einfach selbst und verwenden Sie dafür Naturmaterialien wie Tannenzapfen und -zweige, Moos, Nüsse, rote Beeren, Zimtstangen, Sternanis und Orangenschalen. Im Garten oder beim Spazierengehen lassen sich geeignete Materialien sammeln. Mit kleinen Helfern wie Naturseil, Stoffbändern und Draht lassen sich individuelle Gestecke gestalten und in Gläsern oder auf Schalen kreativ drapieren.
- Nutzen Sie wiederverwendbare Adventskalender oder basteln Sie diese selbst. Verwenden Sie dafür z.B. kleine Stoffbeutel und befestigen Sie sie mit Naturseil an einem dekorativen Ast.
- Verzichten Sie auf Plastik-Baumschmuck und Lametta. Wählen Sie stattdessen umweltverträglichere Alternativen aus Naturmaterialien wie z. B. Papier, Stroh, Stoff, Filz, Salzteig oder hochwertigen Glasschmuck.
- Bevorzugen Sie Kerzen aus Bienenwachs, am besten regional produziert und in Bio-Qualität. Sie enthalten weder Erd- noch Palmöl und sind daher die nachhaltigere Wahl.
 - Auch wenn es schön aussieht: Lichterketten,
 -Schläuche und -Figuren sind echte Stromfresser. Bevorzugen Sie Solar- oder LEDVarianten und schalten Sie diese nachts
 aus. Glas-Windlichter mit Kerzen sind gute
 Alternativen.
 - Verwenden Sie beim Eindecken Ihrer Festtafel Stoff- statt Einwegservietten oder nutzen Sie solche aus recyceltem Papier.

WEIHNACHTSMARKT MIT (ALLEN) SINN(EN)

Für viele Menschen gehört der Besuch auf dem Weihnachtsmarkt einfach dazu. Mit traditionellen Märkten, wo sich regionale Handarbeit und kulinarische Spezialitäten finden lassen, haben die meisten Weihnachtsmärkte allerdings wenig gemein. Plastik-Ramsch, Lichtershow und Fastfood geben sich dort die Hand. Unterstützen Sie mit Ihrem Besuch besser bewusst solche Märkte, die Wert auf Nachhaltigkeit und Regionalität legen. Mittels Online-Suche finden sich Märkte mit entsprechender Ausrichtung.





OH, DU GRÜNER BAUM!

Rund 30 Millionen Weihnachtsbäume stehen jedes Jahr in unseren Wohnzimmern. Schon nach wenigen Tagen landen die meisten auf dem Müll. Bei konventioneller Baumzucht kommen zudem große Mengen Pestizide und Düngemittel zum Einsatz. Nachhaltig geht anders. Wir empfehlen daher:

- Kaufen Sie einen lokal produzierten Weihnachtsbaum direkt beim Förster bzw. Erzeuger.
- Bevorzugen Sie heimische Nadelbaumarten, z. B. eine naturverjüngte Fichte.
- Achten Sie auf Siegel wie z.B. den "PEFC-Standard für Weihnachtsbaumkulturen auf Waldflächen" und wählen Sie bevorzugt Bäume aus ökologischem Anbau. Eine Übersicht von Verkaufsstellen für zertifizierte Bio-Bäume gibt es z.B. unter <u>www.robinwood.de</u>.
- Denken Sie fair: Auch faire Weihnachtbäume sind eine Alternative (siehe Seite 6).
- Einen lebenden Baum mieten kann ebenfalls eine Option sein. Nach den Feiertagen kann dieser erneut ausgepflanzt werden und weiterwachsen. Fragen Sie bei Förstereien, Baumschulen und Gärtnereien nach entsprechenden Angeboten.
- Nicht immer muss es ein ganzer Baum sein. Eine schöne Vase mit bunt geschmückten Tannenzweigen kann für kleinere Feiern ein guter und kostengünstiger Ersatz sein.

WEIHNACHTSPOST

- Wählen Sie für Ihre Grußkarten plastikfreie Alternativen aus umweltfreundlichem Recyclism Papier a. P. mit dem Siegel der
 - ling-Papier, z.B. mit dem Siegel des Blauen Engels.
- Verschicken Sie Ihre Weihnachtspäckchen klimaneutral. Innerhalb einer Stadt können Sie z.B. einen Fahrradkurier beauftragen. Für überregionalen Versand können Sie z.B. das "go green"-Angebot der Deutschen Post nutzen.

NACHHALTIG GENIESSEN

Keine Frage: Weihnachten, Naschen und gutes Essen gehören unbedingt zusammen. Mit unseren Tipps gelingt Ihr nachhaltiges Festessen:

- Jedes Essen beginnt mit dem Einkauf. Planen Sie daher genau, was Sie über die Feiertage benötigen und gehen Sie mit einer gut sortierten Liste einkaufen. Benutzen Sie wiederverwendbare Einkaufsbeutel oder -körbe.
- Kaufen Sie für Ihr nachhaltiges Festmahl möglichst regionale und saisonale Zutaten, z.B. auf Wochenmärkten und in Hofläden. Welche Gemüse- und Obstsorten auch im Winter Saison haben, zeigt Ihnen ein Saisonkalender.
- Bevorzugen Sie Produkte aus ökologischer Landwirtschaft. Sie kommt mit weniger Pestiziden und Düngemitteln aus und schont die Böden.
- Probieren Sie doch mal etwas Neues und entscheiden sich bewusst für ein Festmahl ohne Fleisch. Wenn Sie auf Fleisch nicht verzichten möchten, wählen Sie am besten regionale Bio-Qualität und bevorzugen Sie Geflügel- gegenüber Rind- und Schweinefleisch. Dies ist klimafreundlicher.
- Kaufen Sie (möglichst regionale) Wein- und Sektflaschen mit Korken. Kork kann vollständig recycelt werden.
- Backen Sie Stollen, Lebkuchen und Plätzchen doch mal vegan. Der Verzicht auf tierische Produkte schont das Klima
- Bevorzugen Sie Schokolade (z. B. im Adventskalender) und andere Süßigkeiten aus fairem Handel. Siegel wie z. B. "FAIRTRADE" oder "GEPA" geben Ihnen Orientierung.

Mit diesen Tipps kochen und backen Sie zuhause klimafreundlicher:

- Nutzen Sie Restwärme zum gar werden, Kochtöpfe sollten der Kochplatte entsprechen.
- Kochen Sie mit geschlossenem Deckel.
- Nehmen Sie nicht benötigte Bleche vor dem Backen aus dem Ofen.
- Backen Sie Plätzchen bei Umluft statt Ober-/Unterhitze und auf mehreren Ebenen.
- Vorheizen ist nicht nötig.



TIPP: Kennen Sie schon "Crowd-Butching"? Dahinter steckt die Idee, dass nur so viel Fleisch produziert wird, wie auch gekauft wird. Zudem wird auf transparente Herstellung und artgerechte Tierhaltung wertgelegt, Bio—Qualität ist optional wählbar. Mehr erfahren Sie z. B. unter www.kaufnekuh.de.







KLIMAFREUNDLICH VON A NACH B

Über die Feiertage besuchen viele Menschen ihre Lieben – und reisen dafür quer durch die Republik. Verstopfte Straßen, lange Staus und heftige Unfälle sind die Folge. So kommen Sie nachhaltiger ans Ziel:

- Fahren Sie Bahn. Buchen Sie Ihre Fahrten so früh wie möglich und denken Sie an eine Sitzplatzreservierung. Prüfen Sie rechtzeitig, ob es Sparangebote gibt.
- Suchen Sie sich eine Mitfahrgelegenheit, z. B. über Vermittlungsplattformen wie <u>www.mitfahren.de</u> oder <u>www.blablacar.de</u> oder nehmen Sie selbst jemanden im Auto mit. Von einer besseren Auslastung profitieren Verkehr und Klima.
- CO₂-kompensieren Sie Ihre Fahrten mit Bahn, Bus und Auto oder (wenn nicht vermeidbar) Flüge. Das geht entweder direkt über die Anbieter oder über Organisationen wie z.B. <u>www.atmosfair.de</u>, die sich darauf spezialisiert haben und mit den Einnahmen Klimaschutzprojekte finanzieren.
- Am selben Ort: Gehen Sie doch zu Fuß zu Ihren Verwandten und Freunden. Genießen Sie auf dem Weg bewusst die weihnachtliche Entschleunigung.

FAIRE TANNENBÄUME

(GA) Weihnachten steht vor der Türe und damit stellt sich auch die Frage nach dem Weihnachtsbaum. Besonders gefragt sind hierzulande Baumgrößen bis zwei Meter.

Weihnachtsbäume schmücken – verziert durch Lichterketten, Figuren und Lametta – Wohnungen und Plätze. Besonders beliebt ist deutschlandweit die Nordmann-Tanne. Der mächtige, immergrüne Baum ist vor allem im Kaukasus heimisch. Der größte Baumproduzent in Mitteleuropa ist Dänemark, das rund fünf Millionen Bäume exportiert. Der Samen der Nordmann-Tanne stammt oft aus Georgien. Im September werden dort die Zapfen gepflückt, oft von ungelernten, nicht versicherten und schlecht entlohnten Arbeitskräften, die häufig ungesichert in die bis zu 30 Meter hohen Baumwipfel klettern.

Faire Arbeitsbedingungen und ausreichenden Arbeitsschutz bei der jährlichen Samenernte ist das Ziel der dänischen Stiftung "Fair Trees". Dazu gehören mehrtägige Klettertrainings, Erste Hilfekurse und professionelle Kletterausrüstungen. Faire Löhne, eine Unfallversicherung, eine jährliche Krankenversicherung und die Förderung sozialer Projekte z. B. durch Sport- und Schulmaterialen gehören zu den Standards der Stiftung, die Mitglied bei Fair Trade Dänemark ist.



Diese fairen Tannenbäume sind hierzulande in den über 330 toom-Baumärkten erhältlich. Alle Nordmann-Tannen werden in diesen Baumärkten seit 2018 mit dem PRO PLANET Label, dem Zeichen für nachhaltigere Produk

te, gekennzeichnet. toom-Baumarkt verpflichtet sich für jede verkaufte Tanne einen Baum aus fairer Ernte nach zu pflanzen. Verbraucher können mit dem Kauf dieser Nordmann-Tannen einen eigenen Beitrag zu Gesundheit, Bildung und Entwicklung in Georgien leisten.

- Anzeige -



Nachhaltig, fair & verantwortungsvoll.

Wir sind die Ökopioniere seit 1989 mit dem Einkaufsführer für nachhaltigen Konsum und gutes Leben.

jetzt NEU: **greenya NordWest** FÜR NRW, Bremen & Niedersachsen

GUTSCHEIN

Bitte gewünschte Ausgabe(n) ankreuzen, Ihre Adresse und € 2,70 Porto in Briefmarken an uns senden. Um den Gutschein per E-Mail einzulösen, mailen Sie an info@greenya.de

Nord-Ost (MV, BB, HH, SH)

Nord-West Jubiläumsausgabe

Weitere Ausgaben sind in Vorbereitung.

greenya Verlag OHG | Lasbeker Str. 9 | 22967 Tremsbüttel Fon +49 (0) 4532 - 21402 | Fax +49 (0) 4532 - 22077 info@greenya.de | www.greenya.de

greenya f. VBI 07.11.19

GUT(ES) SCHENKEN

Gegenseitiges Beschenken gehört zu Weihnachten dazu wie gutes Essen und der Christbaum. Vor allem Kinder fiebern der Bescherung mit all ihren bunten Päckchen gespannt entgegen. Eine Geschenkeschlacht muss dennoch nicht sein. Es geht auch nachhaltiger:

Verschenken Sie nur, was wirklich gebraucht bzw. gewünscht wird. Rechtzeitig mit den Lieben ausgetauschte Wunschzettel sind hilfreich.

- Kaufen Sie ganz bewusst lokal und bestellen Sie weniger online. Davon profitieren Einzelhändler ebenso wie das Klima.
- Verschenken Sie nachhaltige und Upcycling-Produkte. Mittlerweile gibt es viele Anbieter für fair und umweltfreundlich produzierte Kleidungsstücke, Schmuck, Kosmetik, Kinderspielzeug, Möbel und vieles mehr.
- Schenken Sie statt materieller Dinge gemeinsame Erlebnisse wie z. B. einen Theater-, Konzert oder Kinobesuch. Auch Kinder freuen sich über gemeinsame Zeit.
- Entscheiden Sie sich für einen guten Zweck: Patenschaften, Spenden und Mitgliedschaften sind Geschenke mit Sinn und wirken lange nach.
- Machen Sie köstliche Geschenke selbst, z. B. Marmeladen, Pralinen, gebrannte Mandeln, Pestos oder Chutneys. Das ist nicht nur viel persönlicher als Gekauftes, sondern auch mit kleinem Geldbeutel möglich.
- Machen Sie Geschenke aus zweiter Hand. Ein seltenes Flohmarkt-Unikat oder eine schicke Handtasche aus den Second-Hand-Laden sind sehr viel origineller als Neuware "von der Stange". Auch Kinderspielzeug lässt sich wunderbar gebraucht kaufen und weiterverschenken.
- Sind Sie auf Online-Bestellungen angewiesen, probieren Sie doch mal "Charity Shopping". Dabei ruft man einen Online-Shop nicht direkt, sondern über eine spezielle Charity-Plattform wie z.B. www.bildungsspender.de oder www.boost-project.com

auf. Diese erhalten dafür eine Provision vom jeweiligen Händler, die wiederum an soziale Projekte weitergegeben wird. Oft kann man sogar selbst ein Projekt wählen.



GRÜN INS NEUE JAHR

- Für viele gehört Raclette fest zur Silvester-Party dazu. Kaufen Sie hierfür möglichst regionale und saisonale Produkte und probieren Sie doch mal ein fleischloses Rezept aus, z.B. mit Pilzen oder Tofu.
- Laut Umweltbundesamt werden in Deutschland an Silvester rund 4.500 Tonnen gesundheitsschädlichen Feinstaubs freigesetzt. Eine weitere Gesundheitsbelastung ist der Lärm. Verzichten Sie der Umwelt zuliebe auf Feuerwerk und Böller. Nutzen Sie stattdessen selbstgebastelte Harz- oder Wachsfackeln bzw. Schwedenfeuer.

■ Gießen Sie mit Wachs statt mit Blei. Seit 2018 ist der Verkauf von Bleigieß-Sets aufgrund von Gesundheitsrisiken in Deutschland übrigens verboten.

Der Jahreswechsel ist eine gute Gelegenheit, eigene Konsummuster einmal kritisch zu

hinterfragen und neue Klima-Vorsätze zu machen.

Verreisen ist für Manche eine elegante Möglichkeit, dem lauten Silvestertreiben daheim zu entgehen. Bevorzugen Sie möglichst nach haltige Reiseangebote und bevorzugen Sie Unterkünfte und Hotels mit nachhaltiger Ausrichtung.



Essen & Trinken

AQUAKULTUR

VIELFÄLTIG, PROBLEMATISCH UND HOFFNUNGSTRÄGER

(LH) Weltweit stagnieren die Wildfänge von Salz- und Süß- wasserfischen. Etwa 33 Prozent der weltweiten Fischbestände sind überfischt und 60 Prozent maximal genutzt. Daher werden auf Aquakulturen große Hoffnungen gesetzt. Die Aquakultur liefert heute bereits mehr als die Hälfte des für den menschlichen Verzehr bestimmten Fischs. Sie ist der am schnellsten wachsenden Zweig in der globalen Ernährungswirtschaft. Wir informieren zum Thema.

"Aquakultur" oder "Aquafarming" bezeichnet dabei alle Anlagen, in denen Meerestiere. Süß- oder Salzwasserfische unter kontrollierten Bedingungen gezüchtet und aufgezogen werden. Zuchtkäfige im Küstenbereich, geschlossene Kreislaufanlagen oder Teiche zählen zu den Formen von Aquakultur. Schon seit Jahrtausenden nutzen Menschen überall auf der Welt diese Möglichkeit, sich gezielt Fische, Krebs- und Weichtiere für den Verzehr heranzuziehen. In 2018 wurden 110 Mio. Tonnen Fisch und Meeresfrüchte aus Aquakultur gewonnen. Allein aus Asien stammen 90 Prozent der weltweiten Produktionsmengen, Europa und Lateinamerika folgen mit deutlichem Abstand.

BOOMENDE AQUAKULTUR – ERNSTE FOLGEN

Umweltorganisationen sehen in der stetig wachsenden konventionellen Aquakultur große Nachteile. Denn sie trägt zurzeit nicht dazu bei, die Dezimierung von Fischbeständen und -arten in den Meeren aufzuhalten. Vielmehr birgt sie gravierende

Nachteile: Einige Fischarten können sich in Gefangenschaft nicht vermehren. So müssen die Aufzuchten mit Jungfischen aus Wildbeständen besetzt werden. Hierbei werden große Mengen an Beifang in Kauf genommen. Ein trauriges Beispiel ist der Aal. Die Abfischung von Jungaalen für die Mast trug erheblich dazu bei, dass der Aal heute vom Aussterben bedroht ist. Für die Fütterung von Raubfischen in Aquakultur, bspw. Thunfisch, Forellen und Lachs, fallen je nach Art zwischen 1 bis 20 kg Wildfisch an. Dieser Wildfisch fehlt anschließend in der Nahrungskette. Etwa ein Drittel des weltweit gefangenen Fischs wird zu Mehl und Öl weiterverarbeitet. Rund 75 Prozent des weltweit produzierten Fischmehls werden wiederum in Aquakulturen an Garnelen, Salmoniden (z. B. Lachs) und an Meerwasserfischarten (z. B. Dorade) verfüttert.

Die Aquakultur verursacht ein hohes Maß an Umweltrückständen von z.B. Hormonen und Antibiotika. die zur Leistungssteigerung verabreicht werden. Rückstände dieser Mittel finden sich daher häufig auch in Fischen, Weich- und Krebstieren. Fische aus Aquakultur aus der EU sind nach Erkenntnissen der Lebensmittelüberwachung kaum mit Arzneimittelrückständen belastet. Bei den Kontrollen von Fischen und Meerestieren aus außereuropäischen Ländern finden die Kontrolleure jedoch immer wieder unzulässig hohe Rückstände unterschiedlicher Arzneimittel. So fielen in der Vergangenheit unter anderem Garnelen und Süßwassergarnelen aus China und Südostasien, Wels und Flussbarsch (Vietnam) sowie Lachs aus Chile auf.

Doch es besteht noch ein weiteres Problem: Zuchtfische aus Zuchtkäfi-



gen können ausbrechen und ins offene Gewässer gelangen. Wenn sie dort in Kontakt mit ihren wildlebenden Artgenossen kommen, können sie Krankheiten und Parasiten übertragen. Bei der Vermehrung mit Zuchttieren verlieren Wildfische wertvolles genetisches Material, das u.a. für ihre Anpassung an sich verändernde Umweltbedingungen sorgt. So lassen sich in freier Wildbahn schon Zuchtlachse und Kreuzungen aus Zuchtund Wildlachs finden. Eine nicht standortangepasste Aquakultur kann Ökosysteme schwer beeinträchtigen. Das schwerwiegendste Beispiel dafür sind die Shrimp-Zuchten in Südostasien. Für die Anlagen wurden bis zum heutigen Tag mehrere Tausend Hektar wertvoller Mangrovenwälder abgeholzt, die u. a. wichtig sind für den Schutz vor Stürmen und Fluten. Zudem dienen sie als Fischgründe für die lokale Ernährung.

Schließlich ist auch die (Nicht-) Einhaltung von Tierwohlkriterien unter Wasser ein Thema. Kriterien, die dafür sorgen, dass sich der Fisch wohlfühlt sind u.a. eine gute Wasserqualität, die richtige Temperatur, eine günstige Zusammensetzung des Futters, eine angemessene Besatzdichte, die Möglichkeit, natürliche Verhaltensweisen auszuleben sowie die Vermeidung unnötigen Leidens bei der Schlachtung. Die Betäubung vor der Schlachtung ist lediglich in Deutschland und in den Niederlanden gesetzlich vorgeschrieben. Der Verbraucher kann sich daher nicht sicher sein, dass Zuchtfisch aus anderen Ländern nicht einen minutenlangen Erstickungstod erleiden musste - es sei denn, der Zuchtfisch trägt ein Bio-Siegel, das die Einhaltung entsprechender Standards garantiert.

AQUAKULTUR ALS HOFFNUNGSTRÄGERIN

Die Forschung hat maßgeblich dazu beigetragen, die Fütterung von Zuchtfischen mithilfe pflanzlicher Futtermittel zu verbessern. So muss immer weniger Wildfisch an Zuchtfisch verfüttert werden. Der weltweit steigende Fischkonsum hat außerdem gute Chancen, ökologisch vorteilhafter gedeckt zu werden,

wenn bei der Aquakultur stärker auf pflanzenfressende Fische, z.B. Karpfen gesetzt wird, als auf fleischfressende wie Lachs. Eine positive Weiterentwicklung ist außerdem, dass Zuchtlachse vorrangig aus Norwegen, heutzutage 99 Prozent weniger Antibiotika verabreicht werden, als noch vor 30 Jahren.

ZERTIFIZIERTER ZUCHTFISCH

Anders als bei konventionellen Aquakulturen ist bei ASC- und Bio-zertifizierten Aquafarmen (Naturland, EU-Bio-Siegel) eine prophylaktische Verabreichung von Medikamenten verboten. Krankheiten werden stattdessen durch präventive Maßnahmen vermindert. In der ökologischen Lachszucht werden beispielsweise sogenannte "Putzerfische" zur Seelausbekämpfung eingesetzt. Die Aufzucht erfolgt in guter bis sehr guter Gewässergüte, die Rückverfolgbarkeit der Futtermittel ist gegeben und der Anteil an Wildfisch im Futtermittel ist auf ein Minimum reduziert. Bio-Siegel wie das Naturland-Siegel

Tierwohl braucht eine laute Stimme!

Wer Nutztiere hält, hat Verantwortung. Für die Gesundheit, die Lebensbedingungen und den Schutz von Millionen Schweinen, Hühnern und Rindern. Notwendig ist dafür mehr als neue Ställe.

Nachhaltiges tierfreundliches Wirtschaften braucht Zeit, Geld, den Willen aller Akteure – und politischen Druck aus der Zivilgesellschaft. Die VERBRAUCHER INITIATIVE trägt dazu bei. Mit Studien, Dialogen mit unterschiedlichen Akteuren und Informationen für Verbraucher setzen wir uns seit vielen Jahren für eine Nutztierhaltung ohne Leid, Krankheiten und Schmerzen ein.

DABEI BRAUCHEN WIR IHRE HILFE. UNTERSTÜTZEN SIE UNS MIT IHRER – STEUERLICH ABSETZBAREN – SPENDE.

SPENDENKONTO: DIE VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., DE96 3702 0500 0008 1335 03, KENNWORT: TIERWOHL









bieten teilweise noch höhere Standards als die Fischmast unter dem ASC-Siegel. Das Fischmehl und -öl muss entweder aus Bio-Herstellung stammen oder von Resten aus der Speisefischindustrie. Pflanzliche Futtermittel entstammen Pflanzen. die gentechnisch nicht verändert worden sind. Die Besatztiere müssen aus eigener Aufzucht oder aus Öko-Haltung von anderen Betrieben stammen. Naturland schreibt vor, den Nährstoffaustrag von Aguafarmen in die Umwelt so gering wie möglich zu halten. Außerdem dürfen Zuchtteiche die ökologischen Funktionen ihrer natürlichen Zuläufe nicht beeinträchtigen. Bio-zertifizierter Fisch hat mehr Platz als Fisch aus ASC-zertifizierten Betrieben. In der ökologischen Aquakultur gilt das Gebot der artgerechten Tierhaltung.

Die Anlagen sollen so gestaltet und besetzt sein, dass die Tiere ihrer Natur gemäß fressen, schwimmen, ruhen und ihr Sozialverhalten ausleben können. Aber selbst hier gibt es Grenzen: auch Lachs aus Öko-Aquakultur kann nicht aus seinen Käfigen heraus, um zu seinem Geburtsgebiet zu wandern und abzulaichen.

AQUAKULTUR IN DEUTSCHLAND

Die Aquakultur in Deutschland als wirtschaftlicher Faktor ist eher unbedeutend. Lediglich 31.000 Tonnen Fische, Muscheln und Aquakulturerzeugnisse werden in Deutschland produziert.

Vorherrschend ist die Teichwirtschaft für Karpfen und Forellen, aber auch andere Speisefische werden so für den, oft regional begrenzten, heimischen Markt herangezogen. Krebs- und Weichtiere haben am gesamten Produktionsvolumen in der Aquakultur einen verhältnismä-Big kleinen Anteil. Dennoch bietet die Aquakultur viel Potenzial. Begehrte und hochpreisige Fische, wie Steinbutt und Wolfsbarsch könnten bald aus deutscher Zucht stammen. Der Zander wird bereits mit Erfolg gezüchtet. Die Aquacopa GmbH ist ein kleines Unternehmen aus Mecklenburg-Vorpommern, welches u.a. Mikroalgen, Rädertierchen und Ruderfußkrebse als Lebendfutter für Fischlarven züchtet. Mit diesem Lebendfutter werden in einer benachbarten Forschungsanlage für Zanderzucht und -mast Fischlarven gefüttert, bis sie groß genug sind, um Futterpellets fressen und verdauen zu können. Das Lebendfutter bietet den Fischlarven im Gegensatz zum Trockenfutter sowohl essentielle Fettsäuren als auch für den Darm wichtige Enzyme und Bakterien und ist zudem klein genug, um von den nur 3-4 mm großen Fischlarven aufgenommen zu werden.

Bei einer konventionellen Versorgung der empfindlichen Fischlarven mit lebenden Salinenkrebsen und Trockenfutter erreicht nur ein Bruchteil der Larven eine Setzlingsgröße für die Mast. Durch die alternative Versorgung mit Rädertierchen, Mikroalgen und Ruderfußkrebsen konnte die Überlebensrate der Fischlarven in ersten Versuchsreihen auf 30 bis 40 Prozent erhöht werden. Für Dr. Hanno Bährs, dem Geschäftsführer von Aquacopa, ist es außerdem eine Frage des Tierwohls, Zuchtfisch möglichst artgerecht zu füttern. Die extensive Teichwirtschaft, eine sehr naturnahe Form der Aquakultur, weist wegen Mangel an geeigneten Standorten und bürokratischen Hürden kaum noch Wachstumspotenziale auf. Daher ist das Interesse an der Weiterentwicklung von geschlossenen Kreislaufanlagen besonders groß. Damit aber nicht die gleichen Fehler in der Tierhaltung gemacht werden, wie ehedem mit den Nutztieren an Land, müssen vorhandene Konzepte weiterentwickelt werden, so Bährs. Er nennt u.a. folgende Punkte: Die Kreislaufanlagen müssen wasser- und energieeffizienter werden. Artspezifische Ansprüche des Fischs an die Umgebung und an das Futter, als auch die Möglichkeiten sein Sozialverhalten auszuleben, müssen erforscht und umgesetzt werden. Fischmehl und -öl in Mastfutter für fleischfressende Fische muss so weit wie möglich durch nachhaltig hergestellte Produkte ersetzt werden, Beispiel Rapspresskuchen aus der Ölgewinnung. Außerdem plädiert Bährs für die Nutzung von Synergien. Ein zukunftsweisendes Beispiel ist die Zucht der warmwasserliebenden Garnele, die die Abwärme einer benachbarten Industrieanlage nutzt oder die Energie aus einer Biogasanlage. Auch die Aquaponik, die Aquakultur mit Pflanzenbau kombiniert, gehört zu den positiven Beispielen. Die Aquakultur könnte somit einen wichtigen Beitrag zum Schutz von wildlebenden Fischen leisten, wenn der Zuchtfisch aus möglichst nachhaltig bewirtschafteten Anlagen stammt und den Ansprüchen an eine artgerechte Haltung, als auch denen des Verbrauchers gerecht wird.



TIPPS ZUM WEITERLESEN

- www.thuenen.de
- www.aquakulturinfo.de
- www.greenpeace.de/themen/meere/aquakultur-diebessere-alternative
- www.wwf.de/themen-projekte/meere-kuesten/fischerei/nachhaltige-fischerei/aguakulturen/

FISCH BEWUSST GENIESSEN

TIPPS FÜR EINEN NACHHALTIGEN KONSUM VON FISCH UND MEERESFRÜCHTEN

(LH) Die negativen Schlagzeilen rund um Fisch und Meeresfrüchte verunsichern Verbraucher. Wir geben Ihnen Tipps für den unbesorgten Genuss der gesunden Delikatessen.

Die weithin bekannte Formulierung "90 Prozent der Fischbestände seien überfischt" ist laut Thünen-Institut eine sprachliche Fehlinterpretation. Die Zahl stammt von der Welternährungsorganisation FAO. Die richtige Übersetzung lautet, dass 33 Prozent aller Fischbestände überfischt, die anderen 60 Prozent maximal befischt sind. 33 Prozent sind gleichwohl immer noch Anlass zu großer Sorge. Das Gebot der Stunde ist die Intensivierung des nachhaltigen Fischereimanagements.

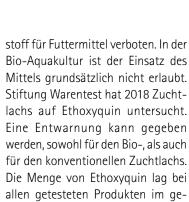
TIPP: Ein nicht gegessener noch der nachhaltigste. Wer dennoch Fisch und Meeres-Fischratgebern von Greenpeace, vom WWF (auch als kostenlose App für das Smartphone verfügbar) oder Bio, Naturland, Bioland und Debio orientieren. Folgende und Bio-Forelle (aus europäischer Zucht) sowie Hering aus der Nordsee.

Fisch und Meeresfrüchte aus Aguakultur können ebenso schmackhaft sein wie wildgefangener Fisch.

Jedoch birgt Aquakultur erhebliche Risiken für die Umwelt, etwa aufgrund von starker Befischung von Wildbeständen als Futterfisch und der Zerstörung von Biotopen durch den Bau und Betrieb der Anlagen (Bsp. Shrimpzuchten in Asien). Daher ist beim Kauf von Fisch aus Aguakultur darauf zu achten, dass dieser einen möglichst geringen ökologischen Fußabdruck hinterlässt. Der Karpfen beispielsweise hat geringe Ansprüche an seine Umwelt. Er ernährt sich von am Boden lebenden Kleintieren. Karpfen-Zuchtteiche können außerdem ein wertvolles Biotop auch für andere Tier- und Pflanzenarten sein.

weise auf Fisch und Meeresfrüchte mit den Siegeln Naturland, Bioland, ASC und EU-Bio zurück. Möchten Sie einen ökologisch einwandfreien Fisch verzehren, gerecht wird, dann ist der

In der Vergangenheit gab es auffällige Befunde von Schadstoffen in Fisch und Meeresfrüchten. In 2016 schaffte es das Mittel Ethoxyquin in die Medien. Ein Umbauprodukt von Ethoxyquin kann das Erbgut schädigen. Es wird dem Futtermittel für Zuchtfische beigemischt und soll verhindern, dass es verdirbt. Ab 2020 ist Ethoxyguin in der EU als Zusatz-



TIPP: Es ist empfehlenswert, sichtlich Ethoxyquin auf aus Chile, denn die staatlichen Kontrollen sind dort nicht so streng wie in der auch, dass kleine lokale farmen verdrängt werden.



Greenpeace-Fischratgeber:

www.greenpeace.de/ sites/www.greenpeace. de/files/publications/20160120 greenpeace fischratgeber 2016 0.pdf

WWF-Fischratgeber: www.fischratgeber. wwf.de/desktop/#/

LEBENSMITTEL

CLEVER EINKAUFEN

(ABB) Supermärkte nutzen zahlreiche Tricks, um ihre Kunden zum Kaufen zu verführen. Mit Erfolg, denn viele von ihnen lassen sich zu ungeplanten, kostspieligen Spontankäufen hinreißen. Doch wer die Fallstricke kennt, kann ihnen aus dem Weg gehen und die Haushaltskasse schonen.

Die Geschäfte sind nach einem ähnlichen Schema aufgebaut. Im Eingangsbereich sollen Drehkreuze, Paletten mit preisreduzierter Aktionsware und Aufsteller mit Informationen über aktuelle Angebote die Kunden abbremsen, die sonst schnellen Schrittes in das Geschäft eilen würden. Wer in dieser "Bremszone" sein Tempo noch nicht wesentlich

verlangsamt hat, wird es spätestens in der sich anschließenden, großzügig gestalteten Gemüse- und Obstabteilung mit ihren marktähnlichen Ständen tun.

DIE KUNDEN LENKEN

Die Laufrichtung, die den Kunden nach der Frische-Abteilung weiter durch die Gänge leitet, hat ebenfalls einen tieferen Sinn und ist erprobt. Beim Großteil der Geschäfte befinden sich die Türen auf der rechten Seite und es geht links herum durch den Laden. Man weiß, dass Kunden, die gegen den Uhrzeigersinn laufen, mehr kaufen. Vermutlich hängt es damit zusammen, dass die meisten Menschen einen Linksdrall haben

und lieber nach links als nach rechts gehen. Das fühlt sich angenehmer an und ist daher gut für die Kauflust. Hinzu kommt, dass viele Menschen Rechtshänder sind und ihnen der Griff in die Regale leichter fällt, wenn sie links herum gehen.

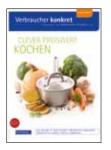
WER LANGSAMER GEHT, KAUFT MEHR

Wenn Kunden gemächlich durch die Gänge streifen, haben sie Gelegenheit, das Angebot auf sich wirken zu lassen und dabei etwas zu entdecken, was sie unbedingt kaufen möchten. Auch, wenn sie es eigentlich nicht brauchen. Haben sie zusätzlich Hunger oder Appetit, landen noch mehr Waren als geplant im Einkaufswagen. Beides zuverlässig anzuregen, ist Aufgabe des Backstandes, der neben dem Eingang einen verlockenden Duft nach frisch gebackenen Brötchen verströmt.

Bei der Einrichtung eines Supermarktes wird nichts dem Zufall überlassen. So stehen Milch, Joghurt, Butter, Käse und Aufschnitt – also Produkte, die man häufig braucht und die nahezu jeder kauft – fast immer hinten. Auf dem Weg dorthin müssen die Kunden an vielen anderen Regalen vorbei. Damit steigt die Chance, dass eben mehr als nur der Liter Milch oder das Päckchen Butter im Einkaufswagen landen.

Aktionsstände, Wühltische oder Aufbauten mit Sonderangeboten versperren den direkten Weg. "Blocking" nennt sich diese Taktik. Die Kunden werden immer wieder ge-





Wer beim Einkaufen und bei der Planung der Mahlzeiten clever vorgeht, kann sparen, ohne dass Qualität, Geschmack und Abwechslung leiden. Anregungen und Tipps zur Umsetzung enthält das 16-seitige Themenheft "Clever preiswert kochen". Mitglieder können die 16-seitige Broschüre kostenlos über die Bundesgeschäftsstelle abrufen, Nicht-Mitglieder zahlen 2,00 Euro (zzgl. Versand) und bestellen über www.verbraucher.com.

stoppt, zum Verweilen und Kaufen animiert. Den gleichen Effekt haben auffällige Displays in poppigen Farben und ansprechende Verkostungen, die neue Produkte anpreisen. Sie sind gerne an den Enden der Regale oder auf freien Flächen am Gang platziert. Weiche Teppiche und glatte, sich spiegelnde, leicht rutschig wirkende Fußböden dienen ebenfalls dazu, die Geschwindigkeit von Kunden abzubremsen.

VIEL WARE = NIEDRIGE PREISE?

In großer Menge aufgetürmte Waren sollen dem Kunden signalisieren, dass es sich um preisgünstige Angebote handelt. Das kann der Fall sein, muss aber nicht. Es kann ebenso gut vorkommen, dass die Produkte genauso viel kosten wie vergleichbare Waren oder sogar teurer sind. Ob es sich tatsächlich um ein Schnäppchen handelt, kann man herausfinden. wenn man zu dem Regal geht, in dem diese und ähnliche Produkte üblicherweise stehen, und die Preise vergleicht. Diese Mühe machen sich viele Kunden nicht und zahlen daher im ungünstigen Fall mehr als nötig.

KLEINE WAGEN UND KÖRBE

Nutzen Sie, sofern vorhanden, einen kleineren Wagen oder einen Einkaufskorb, wenn Sie nur wenig auf dem Zettel haben. Große Wagen sollen dazu verleiten, mehr hinein zu legen als Sie eigentlich wollen. Denn ein kleiner Einkauf verliert sich schnell in den Weiten eines Riesenwagens. Der Effekt wird zusätzlich verstärkt, wenn der Boden nach vorne leicht ansteigt. Die darin liegenden Waren rollen nach hinten, fallen hier weniger ins Auge und der Wagen wirkt leerer.

Die kleinen, bunten Einkaufswagen für Kinder gehören zum Kalkül der Geschäfte. Die Kinder sind beschäftigt, wenn sie wie die Erwachsenen einen eigenen Wagen durch das Geschäft manövrieren dürfen. Die Eltern haben mehr Ruhe für ihren Einkauf und das tut (nicht nur) der Kauflaune gut. Kalkulierter Nebeneffekt: Die Kleinen üben schon frühzeitig, wie die Großen einzukaufen. Hinzu kommt, dass die Wägelchen zusätzlichen Stauraum für noch mehr Waren bieten, die nicht auf der Einkaufsliste stehen, z.B. Süßwaren und Knabbereien. Und im Ergebnis wird oftmals mehr gekauft als geplant.

GENAU HINSCHAUEN

Nehmen Sie sich Zeit, um das Angebot in den Regalen zu überblicken, Preise zu vergleichen und preisgünstige Waren auszuwählen. Günstigere Produkte wie Eigenmarken der Handelsketten und unbekanntere Marken finden Sie in den unteren und oberen Fächern. Sie werden auch als Bück- und Reckzone bezeichnet. Gut sichtbar und bequem erreichbar in Augen- und Griffhöhe, in der sogenannten Sicht- und Greifzone, stehen dagegen die teureren Produkte von bekannten Markenherstellern.

Oben in der Reckzone werden zudem gerne Waren platziert, die häufig gebraucht und gekauft werden. Wenn der Kunde danach greift, soll sein Blick an den anderen Produkten im Regal hängen bleiben, die mehr kosten und ein Kaufbedürfnis auslösen. Produkte für Kinder finden sich meistens in den unteren Fächern, also auf die kindliche Sicht- und Griffhöhe abgestimmt.

Die Händler wissen, dass Kunden die Regale meistens von links nach rechts nach den gewünschten Produkten scannen. Daher platzieren sie die günstigeren Produkte links und die teureren rechts, wo der Blick zum Schluss hängen bleiben und die Kaufentscheidung getroffen werden soll. Hinzu kommt, dass die Regale häufig im vorderen, linken Teil mehr unterschiedliche Waren enthalten und unübersichtlicher wirken. So muss der Kunde langsamer gehen, wenn er etwas sucht und ihm fallen die teureren, vor allem rechts stehenden Produkte eher ins Auge.

Beliebt sind außerdem Kombi-Platzierungen in den Regalen oder bei Aufbauten mit Aktionsware. Damit ist gemeint, dass Produkte nebeneinander stehen, die sich ergänzen oder die oft zusammen gekauft werden. Beispielsweise befindet sich neben den Nudeln gleich eine hochpreisige Nudelsoße oder neben dem Bier die teueren Marken-Knabbereien. Viele Kunden greifen spontan zu und achten nicht auf den Preis. Dabei sind ein paar Meter weiter günstigere Produkte zu haben.

DEN PREIS PRÜFEN

Nutzen Sie für Preisvergleiche nicht nur den Endpreis. Achten Sie ebenso auf die Füllmenge und die Grundpreisangabe. Sie nennt den Preis pro Kilogramm, pro 100 Gramm oder pro Liter. Besonders bei ähnlichen Produkten, die in unterschiedlichen Verpackungsgrößen angeboten werden, lässt sich mithilfe der Grundpreisangabe das günstigere Produkt ermitteln. Außerdem können Sie versteckte Preiserhöhungen erkennen, z.B. wenn statt 100 Gramm nur noch 80 Gramm in der Verpackung enthalten sind, aber der Preis für das Produkt unverändert geblieben ist.

Es gibt noch mehr Tricks, um Preiserhöhungen zu verschleiern, z.B. mehr Inhalt zu bieten, aber den Preis überproportional anzuheben, den Anteil an qualitätsgebenden Zutaten bei gleichem Preis zu senken oder bei gleichbleibender Stückzahl das Gewicht pro Stück zu verringern.

Ein willkommener Anlass für saisonbedingte Preissteigerungen sind Feiertage und besondere Ereignisse wie Weihnachten, Nikolaus, Halloween, Ostern, Muttertag oder Schulanfang. Pralinen, Schokoriegel, Bonbons & Co. in der schmucken Geschenkverpackung sind teurer als die gleiche Menge in der sonst üblichen Verpackung. Die zu besonderen Gelegenheiten massenweise

präsentierte Saisonware ist bei Süßwaren also nicht günstiger, im Gegenteil. Verzichten Sie daher auf Süßwaren in festlich aufgemachten Verpackungen. Wählen Sie die herkömmliche Variante und verpacken oder verzieren Sie die Produkte zu Hause selbst.

SONDERANGEBOTE

Hinweise auf reduzierte Preise oder Rabattaktionen lösen bei Kunden im Geschäft nachweislich Kaufimpulse aus. Sie setzen Kontrollmechanismen im Gehirn herab und verführen zum Zugreifen. Überlegen Sie vorher genau, ob Sie das Produkt wirklich brauchen und ob es sich tatsächlich lohnt, die XXL-Packung oder zwei Produkte zum Preis von einem zu kaufen. Es kann sinnvoll sein bei Lebensmitteln, die lagerfähig und länger haltbar sind wie Nudeln, Reis, Konserven, Marmeladen, Nudelsoßen oder Tiefkühlwaren. Hier können Sie tatsächlich sparen, wenn Sie Angebote nutzen und größere Mengen kaufen.

Die Supermärkte kündigen im Voraus wöchentliche Sonderangebote an, die einiges an Sparpotential bieten können. Wenn möglich, beziehen Sie diese Angebote in Ihre Einkaufsplanung mit ein. Dann wissen Sie schon beim Einkaufen, was Sie wollen und müssen nicht erst im Geschäft anfangen zu überlegen.



AN DER KASSE

Im engen Kassenbereich lauert die letzte Hürde des Einkaufes, die Quengelzone. Neben Süßigkeiten und Snacks werden auf kleinem Raum Kaugummis, alkoholische Getränke, Batterien, Zigaretten und andere vermeintliche Kleinigkeiten angeboten. Nicht nur Kinder greifen hier gerne zu. Auch Erwachsene sind dagegen nicht gefeit, wenn sie an der Kasse warten und sich langweilen.

Für die Supermärkte ist das ein ausgesprochen lohnendes Geschäft, denn die kleinen Portionspackungen an Schokoriegeln, anderen Naschereien und Alkohol sind im Verhältnis wesentlich teurer als die gleichen Waren, die ein paar Meter weiter hinten in größeren Verpackungseinheiten in den Regalen stehen.

Der Verkauf in der Kassenzone läuft so gut, dass es längst nicht mehr bei den kleinen Regalen und Fächern direkt an der Kasse geblieben ist. Größere Verkaufsdisplays oder Aufbauten mit Aktions- oder Saisonware, z.B. zu Ostern oder zu Weihnachten, gesellen sich dazu und kurbeln den Umsatz kräftig an.



Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, <u>www.verbraucherfenster.hessen.de</u> > Wirtschaft > Kaufen & Verkaufen > Einkaufsfalle Supermarkt Verbraucherzentrale Hamburg e.V., <u>www.vzhh.de</u> > Themen > Lebensmittel + Ernährung > Einkaufsfalle Supermarkt

INTERVIEW

"SINNVOLLE ARBEIT ERHÄLT GESUND"

(GP) Als Vorsitzender des Berufsverbands der Präventologen weiß der Arzt und Gesundheitspolitiker Dr. Ellis Huber wie "gute Arbeit" in Betrieben aussehen sollte und warum sie wichtig ist. Er urteilt, sie bilde jedoch den "zentralen Engpass für den Erfolg und das Wachstum der Unternehmen". Im Interview mit der VERBRAUCHER INITIATIVE begründet er seine Kritik und sagt, was sich ändern muss.

Müssen wir uns mehr um das Thema "gesunde Arbeit" kümmern?

Ellis Huber: Ein gesundheitsförderliches Betriebsklima stärkt Kreativität, Produktivität, Innovationskraft und ökonomische Ergebnisse mehr als alle anderen Einflüsse. Ökonomen beschreiben Gesundheit als neuen Produktivfaktor. Investitionen in das Humankapital sind der Weg zu mehr unternehmerischer Prosperität und betrieblichen Gewinnen. Gesundheit ist dafür der Maßstab.

Warum ist das in Betrieben aber noch immer oft bloß ein "Nebenthema"?

Viele Betriebe verharren in bestehenden Denkmustern. Es fehlt ihnen an innovativem Mut. Die Angst vor den globalisierten und digitalisierten Welten und existentielle Sorgen in rücksichtslosen Märkten lässt sie erstarren. Depressionen, Ängste, chronische Schmerzen oder Burnout Symptome werden in die Arbeitsunfähigkeit entsorgt. Die inneren Kündigungen sind für Betriebe noch schlimmer. Es ist Angst und Sturheit in verunsicherten Chefetagen, die zur Sozialsklerose führen. Der Krankenstand hängt am stärksten von desolaten Führungskulturen ab.

Wer sind die Hauptverantwortlichen, die sich um BGM bemühen müssen?

"Gesundheit wird von den Menschen selbst geschaffen", sagen die Weltgesundheitsorganisation und wissenschaftliche Erkenntnis. Alle müssen Gesundheitskompetenz lernen.

Das heißt?

Die Sorge für gesundes Verhalten und gesunde Arbeitsverhältnisse ist eine zentrale Führungsaufgabe. Betriebliches Gesundheitsmanagement braucht einen ganzheitlichen Blick und eine entsprechende Organisationsentwicklung. Wir bilden Betriebspräventologen als Fachleute der Personalentwicklung oder Stabskräfte der Geschäftsleitung aus und weiter. Es geht um eine Führungskultur, die wertschätzend und ermutigend die Talente der Mitarbeiter fördert. Moderne Unternehmen verstehen sich als lebendiger Organismus. Wenn die Führung auf Selbstorganisation, Ganzheitlichkeit, Werte-Orientierung und Sinnhaftigkeit setzt, stellen sich die Erfolge ein.

Sollten sich nicht "übergeordnete Instanzen" – Branchenverbände, Gewerkschaften, Politik – des Themas mehr annehmen?

Klar doch. Das tun sie bereits. Aber oft mit gebremster Energie. Wertvolle Hilfen liefert die Initiative Arbeit und Gesundheit (iga) der Krankenkassen und der Unfallversicherung. Die Industrie- und Handelskammern sind ebenso wie die Handwerkerinnungen oder die Berufsgenossenschaften initiativ. Der weltweit größte Kongress zum Themenfeld, die A+A 2019 in Düsseldorf, zeigte dies. Die Bundesarbeitsgemeinschaft für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit e.V. (Basi) engagiert sich beispielhaft.

Immer mehr Betriebskantinen stellen ihr Angebot auf gesunde Ernährung um und wirken als Impulsgeber in die Belegschaften hinein. Gesundheit als Wert beachtet alles: Ernährung, Bewegung, Beziehungsverhältnisse, Gemeinschaftlichkeit und Sinnstiftung.

Woran scheitert dann besseres BGM Ihrer Meinung nach in der Praxis am häufigsten?

An der Führungskultur, die Gesundheit keine Bedeutung gibt. Chaotische Arbeitsprozesse oder Vorgesetzte, die Stress und Unsicherheit produzieren und die Gemeinschaft untergraben sind das Problem. Jogakurse oder Massage-Gutscheine sind dann nur Alibi für Führungsversagen.

Was wären die wichtigsten Hilfen, um BGM zu verbessern?

Arbeit, die Freude macht und die sinnvoll ist, erhält gesund. Optimierte Arbeitsbedingungen, eine mitarbeiterorientierte Führung, die aktive Gesundheitsförderung und gezielte, frühe Unterstützung im Krankheitsfall sind entscheidend. Dazu können Führungskräfte am meisten beitragen. "Gesundheit fördern, stärken und erhalten" ist aber Aufgabe aller. Es braucht im Betrieb eine Führungskraft, die dafür Verantwortung trägt und externe Unterstützung durch gesundheitsförderliche Fachkompetenz und ein gesundheitsförderliches Coaching von außen.



GESUNDHEITSSCHUTZ VON MITARBEITERN ALS KAUFKRITERIUM FÜR WAREN

(GP) Ein Extra-Label könnte Gesundheitsförderung in Unternehmen zum Kaufkriterium machen. Im Rahmen des GESIOP-Projekts schlägt ein Kieler Wissenschaftler eine andere Kennzeichnung "gesunder Arbeit" vor.

Ob "bio", "fair", "vegan": Label, mit denen Hersteller um Kunden werben, sind immer differenzierter – und für Verbraucher verwirrender. Wissenschaftler wie der Wirtschaftspsychologe Sebastian Müller von der Christian Albrechts Universität zu Kiel (CAU) sind daher skeptisch. Er weiß, dass Konsumenten allen "Siegeln denselben Wert zuschreiben – oder sie als Greenwashing ablehnen".

Zurzeit gibt es dennoch Überlegungen für ein neues Produkt-Siegel. Es soll aufklären, ob Hersteller die Gesundheit ihrer Belegschaft fördern. 74,9 Prozent gaben bei einer Umfrage der VERBRAUCHER INITIATIVE an, das Thema habe für sie hohe Bedeutung. "Konsumenten wissen", sagt VI-Geschäftsführer Georg Abel, "dass Gesundheitsschutz bei steigender Arbeitsbelastung wichtig ist."

Kommunikation über Betrieblichen Gesundheitsschutz (BGM) und die Optimierung der Mitarbeitergesundheit sei notwendig, meint Müller. Das trage zur "Optimierung der Mitarbeitergesundheit, verbesserten Kooperationsbeziehungen und einem Imagegewinn" der Firmen und ihrer Produkte bei.

Der Wissenschaftler bezieht in der Debatte um ein extra Label aber eine eigene Position. BGM bringe Betrieben nachweisbare – auch wirtschaftliche – Vorteile, erklärt er. Sein Marktcheck brachte aber ein eher frustrierendes Ergebnis. Der Wissenschaftler prüfte gemeinsam mit der VERBRAUCHER INITIATIVE, wie Produktsiegel Käufer darüber aufklären, ob und wie sich die Hersteller – neben der Einhaltung etwa von Bio-Standards, Umweltund Klimaschutzaktivitäten oder fairen Handelsbeziehungen – um die Gesundheit ihrer Beschäftigten kümmern. Sebastian Müller zieht nach drei Jahren ernüchternd Bilanz: "Bezogen auf das unternehmerische Gesundheitsmanagement ist ein solcher Dialog nicht vorhanden."

ZUSÄTZLICHES LABELLING?

Müller plädiert aber nicht dafür, ein zusätzliches Label zu schaffen. "Mit Blick auf die destruktiven Effekte übersättigter Siegelsegmente", sagt er, würden Kunden und Kooperationspartner von Unternehmen damit eher verwirrt. Viele Verbraucher assoziierten etwa bei Bio-Labeln oder Siegeln des fairen Handels, dass diese die Gesundheitsförderung integrierten. Das aber, ergab seine Forschung, sei oft ein Trugschluss.

Sein Ansatz ist ein anderer: Er vergleicht die am Markt um die Konsumenten konkurrierenden Label mit dem im Forschungsprojekt "Gesundheitsmanagement aus interorganisationaler Perspektive" (GESIOP) erarbeiteten "GESIOP-Tool für gesunde Arbeit". Es gilt als "Gold-Standard" zur Beschreibung gesundheitsförderlicher Unternehmensstrukturen. Das frei im Internet verfügbare Tool ermöglicht Firmen die Bewertung der betrieblichen Gesundheitsförderung. Das dazu gehörende Handbuch liefert Ratschläge zur Verbesserung der Gesundheitsförderung im Unternehmen.

Die Überlegung des Wissenschaftlers zum Vergleich bestehender Label mit dem GESIOP-Tool: Sollten sich die Kriterien eines am Markt etablierten Siegels als anschlussfähig erweisen, ist dessen Weiterentwicklung um die GESIOP-Kriterien möglich. So erzielt Müller doppelte Erfolge: Er schafft Aufklärung über ein noch selten verfolgtes Thema, ohne dabei Verbraucher zu verwirren. Müllers Studie, in wieweit am Markt etablierte Siegel die Kriterien des GESIOP-Tools abbilden, zeigt aber: Das ist meist noch Fehlanzeige.

Nur wenige Siegel lassen Ansätze erkennen. Zwischenergebnisse deuten an, dass die meisten über BGM nichts oder wenig aussagen. Immerhin: Beim Abgleich der Label mit dem GESIOP-Tool fand Müller einige mit Potenzial. Das dickste Manko bleibt, dass fast alle Zeichen keine Aussagen zu Kooperationen in der Gesundheitsförderung treffen. Ein Über-den-Tellerrand-Blicken scheint in der Wirtschaft (noch) eher nicht Usus zu sein.

Wie wichtig dies ist, unterstrichen die Teilnehmer am GESIOP-Kongress der VERBRAUCHER INITIATIVE. Das Projekt verfolgte Ansätze, wie sich Gesundheitsförderung - für Beschäftigte, Kunden oder Partner in der Region um den Unternehmenssitz – verbessern lässt. Müllers Befragung holte immerhin Vorzeigebeispiele ans Tageslicht: Die reichen von Vereinbarungen zwischen Partnerfirmen zur Zusammenarbeit bei BGM bis zur Integration der Beschäftigten von Zuliefer- oder Leiharbeiterfirmen in firmeneigene Gesundheitsprogramme.

Solche Vorbilder lassen hoffen, dass die Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz als Kaufkriterium in ein Label integriert und Kunden als Argument zur Wahl von Produkten dienen kann.



KRANKE UND GESUNDE BETRIEBE

(GP) "Ein Betrieb ist nie völlig gesund oder völlig krank", sagt der Arzt und Vorsitzende des Verbands der Präventologen. Aus Erfahrungen der Organisationsentwicklung, wissenschaftlichen Analysen und eigenen Beobachtungen hat Dr. Ellis Huber definiert, woran "kranke" oder "gesunde" Unternehmen zu erkennen sind. Dies zu erkennen, ist der erste Schritt zur Besserung krankmachender Verhältnisse.

Gesunde Arbeit war das Ziel des dreijährigen Forschungsprojekts (2016-2019) bei dem die VERBRAU-CHER INITIATIVE gemeinsam mit Wissenschaftlern der Universitäten Hamburg und Kiel sowie der TU München und den Praxispartnern der Hamburger Hafen & Logistik AG, der BAUR Gruppe und von tegut... die Konditionen für weniger Stress am Arbeitsplatz als Basis für physisch sowie psychisch fitte Arbeitnehmer ausloteten. Für seine Gesundheit ist ieder Mitarbeiter selbst (mit) verantwortlich. Das ist eine der Erkenntnisse. Die Experten aber betonten etwa auf dem GESIOP-Kongress, den die VI 2019 zum Thema in Berlin für alle Projektpartner organisiert hatte, auch: Die Basis für solch gesunde Arbeitsbedingungen legen meist Vorgesetzte. Sie müssen ihre Beschäftigten wertschätzen. Das schrieb ihnen Prof. Dietrich Grönemeyer im Gespräch mit der VI ins Aufgabenheft.

Ex-Ärztepräsident Dr. Ellis Huber (Interview S. 15) gibt als Präventologe Hinweise, um im eigenen Betrieb einen ersten Check zu machen. Er sagt, wie sich "kranke" von "gesunden" Unternehmen unterscheiden lassen:

IN "KRANKEN" UNTERNEHMEN...

ist die Grundhaltung der Belegschaft ängstlich. Es gibt Tratsch, Geheimnisse und verdeckte Konflikte. Die Kommunikation artet in Papierkrieg aus, Verwirrung sowie Chaos sind verbreitet und für unwesentliche Verrichtungen wenden Mitarbeiter viel Zeit auf. Das Arbeitsklima wirkt hektisch, keiner traut anderen. Es herrscht Grüppchenbildung, jeder schiebt Verantwortung hin und her. Vorgesetzte arbeiten mit Kontrollen, Bestrafung und Belohnung und nicht selten mit manipulativen, autoritären oder willkürlichen Entscheidungen. Alle denken kurzfristig, agieren mit oberflächlichen, teilweise sinnlosen Leistungsparametern und Bewertungen.

In "kranken" Unternehmen leidet die Produktivität, und das schwankende Verhältnis von Kosten und Ergebnis verunsichert und verängstigt alle Beteiligten zusätzlich.

IN "GESUNDEN" UNTERNEHMEN...

ist das Betriebsklima von Vertrauen geprägt. Konflikte gibt es, sie werden aber aufgedeckt und offen ausgetragen. Die Kommunikation läuft direkt, spontan und strukturiert. Informationen sind allgemein zugänglich und die offizielle und informelle Kommunikation unterscheiden sich nicht wesentlich. Gerüchte und stille Post sind unnötig, da alle Entscheidungen transparent sind und der Führungsstil die Verhältnisse ergebnisorientiert klärt und die Mitarbeiter beteiligt. Jeder kennt Sinn und Wert seiner Arbeit für die gemeinsame Leistung. Das Wesentliche steht im Zentrum, die Ziele sind klar, und die Perspektive des Betriebes wird ebenso besprochen wie die Probleme.

In "gesunden" Unternehmen steigt die Produktivität, die Kosten sinken und die Gewinne sind im Rahmen der vorhandenen Möglichkeiten stabil.

GELD SCHENKEN: FINANZTIP-REDAKTION ÜBER BARES FÜR KINDER

Etwas lieblos wirkt es schon. Aber besser, die Kinder bekommen Geld geschenkt, statt irgendwelchen Plunder. Das Gute am Geld: Die Kinder lernen, was sie wirklich brauchen, wenn sie ihre eigenen Scheine und Münzen verwalten. Und zum Beispiel ihr Fahrrad selbst (nach dem Budget) aussuchen und kaufen, anstatt es unterm Weihnachtsbaum oder neben dem Geburtstagskuchen zu finden. Unter Großeltern und Paten ebenfalls beliebt ist das Sparkonto, wo schon für die ganz Kleinen Monat für Monat etwas zurückgelegt wird. Denn die großen Wünsche kommen bestimmt: Das Auslandsjahr, die Reise nach der Schule, der Führerschein.

Damit beim Sparen nichts schiefgeht, hat Finanztip Empfehlungen für die Geldanlage für Kinder zusammengestellt (www.finanztip.de/blog/serie-kinder-und-geld-teil-1-geld-schenken-aber-richtig/?):

Wertpapiere statt Sparbuch zur Geburt

Manche richten schon zur Geburt einen Sparplan ein. Früher war hier das Sparbuch üblich. Aber darauf gibt es aktuell kaum noch Rendite - auch auf solche mit Extra-Prämien. Mehr Rendite können Sie mit einem günstigen Wertpapierdepot und einem Aktiensparplan erreichen. Damit das Risiko überschaubar bleibt, sollten Sie einen ETF auf einem breit aufgestellten Index wählen. Finanztip empfiehlt den Weltaktienindex MSCI World. Oder den MSCI World SRI, wenn Ihnen eine Anlage in nachhaltig wirtschaftende Firmen wichtig ist. Die Kosten liegen bei einer guten Direktbank bei unter 20 Euro im Jahr. Wer für seine Kinder in Aktien anlegt, sollte länger als zehn Jahre darauf sparen, um die Schwankungen am Aktienmarkt auszusitzen. Mehr Informationen zu ETF-Sparplänen finden Sie hier: www. finanztip.de/indexfonds-etf/fondssparplan.

Das Konto fürs erste Bargeld

Wer Kindern im Grundschulalter zum Geburtstag oder zu Weihnachten Geld schenkt, der gibt vermutlich Bargeld. Damit das nicht wegkommt, empfiehlt sich ein kostenloses Kinderkonto. Hier und da kriegen Kinder darauf sogar noch Zinsen wie früher: So zahlt die Hamburger Sparkasse auf das "Mäusekonto" erstaunliche 3 Prozent Zinsen. Allerdings nur bis 500 Euro und bis zum 14. Lebensjahr.

Die Stiftung Warentest fand in einem aktuellen Test immerhin 25 Volksbanken, Sparkassen und Banken, die mehr als ein halbes Prozent Zinsen für Kinderguthaben anbieten. Die Regel ist das nicht. Doch die meisten Banken bieten immerhin kostenlose Konten für den Nachwuchs an.

Die Karte für Teenager

Mit dem Alter ändern sich die Bedürfnisse. Teenager sparen auch schon mal auf eine teurere Sache wie ein Smartphone und wissen dann Geldgeschenke sehr zu schätzen. Auch die Ansprüche an das Konto ändern sich. Die Klassenfahrt nach Kroatien, das Ferienlager in Polen, der Besuch bei der Tante in England: Spätestens, wenn Ihre Sprösslinge das Euroland verlassen, kommen die meisten Kinderkonten an ihre Grenzen. Dann brauchen die Teenager eine Kreditkarte, mit der sie im Ausland kostenlos abheben können. Das schränkt die Auswahl drastisch ein. Informationen und Empfehlungen von Finanztip zu Prepaid-Kreditkarten/prepaid-kreditkarte.

Auf die Steuer achten

Die Frage nach dem richtigen Konto stellt sich bereits beim Wertpapierdepot für Neugeborene. Es bietet sich an, das Geld direkt auf den Namen des Kindes anzulegen. Denn ihm soll das Geld ja gehören. Und jedes Kind hat einen eigenen Sparerpauschbetrag von 801 Euro im Jahr. Wichtig ist, einen entsprechenden Freistellungsauftrag zu beantragen, sonst führt die Bank automatisch Steuern ab.

Keine Versicherungen abschließen

Versicherungsmakler, aber auch Bankberater bieten gern Ausbildungsversicherungen oder Lebensversicherungen für Kinder an. Das ist lukrativ für den Anbieter, aber nicht für Sie: Es fließen so hohe Provisionen, dass es lange dauert, bis für ihr Kind überhaupt eine Rendite übrig bleibt. Es ist in jedem Fall besser, das Geld selbst anzulegen.

In Kooperation mit Finanztip (www.finanztip.de), Deutschlands größtem gemeinnützigen Ratgeber rund ums Geld. Kern des kostenlosen Angebots ist der wöchentliche Newsletter mit mehr als 600.000 Abonnenten. Darin beleuchten Chefredakteur Hermann-Josef Tenhagen und seine Redaktion Themen, die für Verbraucher aktuell wichtig sind.

INNOPRINT

(VI) Mit aktuellen Trends der Druckereibranche beschäftigte sich das Symposium innoPrint im November in Leipzig. Organisiert von der Fakultät Medien der HTWK Leipzig, dem Sächsischen Institut der Druckindustrie sowie dem Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e.V. informierten sich rund 140 Teilnehmende über das Neueste aus Forschung und Technik. Teil des vielseitigen Programms war auch ein Vortrag von Georg Abel. Der Bundesgeschäftsführer der VERBRAUCHER INITIATIVE referierte über Erwartungen und Anforderungen der unterschiedlichen Verbrauchertypen.

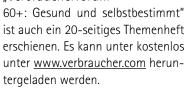
GESUND UND SELBSTBESTIMMT

(VI) Ob beim Thema Individuelle Gesundheitsleistungen, den Rechten gegenüber Arzt und Krankenhaus oder beim Wissen zur Pflege – Patienten und ihre Angehörigen stehen vor einer Vielzahl von Entscheidungen.

Die "Generation 60+" ist sehr einkaufserfahren, doch stellt sich oft die Frage, welchen Informationen man vertrauen kann. Häufig müssen unter (Zeit-)Druck Entscheidungen getroffen werden, zum Beispiel über individuelle und selbst zu bezahlende Gesundheitsleistungen, zur Medikamentenwahl, zum Entlass-Management im Krankenhaus oder zur "24-Stunden-Pflege". "Wer als gleichberechtigter Partner am Gesundheitsmarkt teilnehmen will, muss seine Rechte kennen und z. B. die angebotenen Dienstleistungen hinsichtlich Qualität und Preis hinterfragen können", so Georg Abel von der VERBRAUCHER INITIATIVE. "Das Thema Gesundheit nimmt in unserer zunehmend älter werdenden

Gesellschaft erheblich an Bedeutung zu. Vielfältige Gesundheits- und Präventionsangebote verlangen eine hohe Verbraucherkompetenz, der Bedarf an objektiver Information ist groß. Die unabhängige Aufklärung zu verschiedenen Themenbereichen des Gesundheitsmarktes ist Voraussetzung für mündige und eigenverantwortliche

Entscheidungen im Alter", so NRW-Verbraucherministerin Ursula Heinen-Esser. Ihr Ministerium unterstützt die aktuelle Veranstaltungsreihe zum Thema Gesundheit. Im Rahmen dieser Informationsreihe "Verbraucherforum



CYBERCRIME

(GA) "Wie Sie Gefahren im Internet erkennen und sich schützen" lautet die Unterzeile des neuen Buches unseres Kollegen und Medienreferenten Jürgen Schuh. Er beschäftigt sich in 10 Kapiteln u. a. mit seriösen Webseiten, unerwünschten E-Mails und der sicheren Einrichtung von PC, Smartphone und Tablets. Das hand-

liche, 256-seitige Buch "Cyercrime" ist im O-Reilly-Verlag erschienen und kostet 19,90 Euro (ISBN: 978-3-96009-109-7).



HNEE

(VI) Nachhaltiger Konsum braucht (mehr) Informationen. Komplexe Zusammenhänge machen es Verbrauchern oft schwer, ihre Kaufentscheidung einfach und dabei nachhaltig oder klimafreundlich zu treffen. Das sagte VI-Nachhaltigkeitsreferent Gerd Pfitzenmaier bei einem Vortrag an der Hochschule für Nachhaltige Entwicklung in Eberswalde (HNEE). Mit Projekten, über 150 Themenheften, ihren Webangeboten oder als Beiratsmitglied bei Unternehmen informiert die VERBRAUCHER INITIATIVE Konsumenten oder hilft bei der Weichenstellung in Unternehmen für mehr Nachhaltigkeit. Er verglich diese Verbraucherarbeit mit jener im antiken Sisyphos-Mythos. "Wir kennen schon lange den Weg, sind aber längst nicht am Ziel."



Im November/Dezember bot die VERBRAUCHER INITIATIVE erneut bundesweit sendefertige Radiobeiträge an. Sie beschäftigten sich mit dem "BETRIEBLICHEN GESUNDHEITSMANAGEMENT" bzw. den "FAIREN WEIHNACHTBÄUMEN" • Angeboten wurden in diesem Zeitfenster auch verschiedene Textbeiträge. Die Angebote, die sich gezielt an kostenlose Wochenzeitungen richteten, umfassten die Themen "GESUND & SELBSTBESTIMMT" sowie den "WEIHNACHTSBAUMKAUF" • Mit dem Schwerpunktthema LABEL beschäftigte sich der Deutschlandfunk. Georg Abel informiert über Europas größte LABELDATENBANK • Die VERBRAUCHER INITIATIVE beauftragte eine Befragung zum Umgang mit TIERWOHL im Großverbrauch. Anfang 2020 ist mit den Ergebnissen zu rechnen •

TESTS IM JANUAR 2020

Test 01/2020, www.test.de

- | VIDEOSTREAMING: Netflix, Amazon und andere Videoportale – welcher Anbieter hat das beste Repertoire? Und kann das brandneue Apple TV+ mit den etablierten Diensten mithalten?
- BABYTÜCHER UND -TRAGEN: Getestet wurden 15 Tragen und Wickeltücher. Leider sind nicht alle sicher.
- SCHNELLKOCHTÖPFE: Zehn Modelle im Test müssen zeigen, ob sie ihre Versprechen (vitaminschonend, umweltfreundlich und schnell) halten können. Und ob sich mit ihnen auch sicher kochen lässt.
- | WEITERE THEMEN: Saug-Wisch-Roboter, mobile Computer, frische Suppen, Hotel-Buchungsportale, Fernseher, Light-Lebensmittel, Mittel gegen Übergewicht

Finanztest 01/2020, www.test.de

- DIE BESTEN ZINSEN FÜR SPARER: Nach dem Test der Tages- und Festgeldkonten von mehr als 100 Banken wird mancher Sparer aufatmen. Negativzinsen? Müssen nicht sein! Inflationsausgleich? Machbar! Sicherheit? Finanztest sagt, wo und wo nicht!
- RIESTER-GELD OPTIMAL VERBRAUCHEN:
 Wenn die Zeit des Riester-Sparens zu Ende
 geht, ist sehr viel mehr möglich als eine
 Auszahlung in Monatsraten. Kapitalabfindung,
 Kündigung, Investition ins Eigenheim –
 Finanztest rechnet die Steuerfolgen durch
 und sagt, was sinnvoll ist.
- SO PASST IHR BAUSPARVERTRAG: Finanztest gibt Tipps, worauf Sie achten können, um den richtigen Vertrag zu bekommen.
- | WEITERE THEMEN: Mobilfunktarife für junge Leute, E-Auto günstig laden, als Rentner ins Ausland – Steuerregeln, Steuererklärung, Versicherungs-Apps, Krankenkassenbeitrag

ÖKO-TEST 01/2020, www.oekotest.de

THEMEN UND TESTS: Diäten & Ernährungskonzepte, vegane Ernährung im Winter, Gesichtspflege, Spielen, Entrümpeln, Fit & sportlich ins neue Jahr, Trainingsmethoden, Fitness-Apps, Fitness-Tracker, faire Phones, Apps Meditation, Geld & Recht: Was ändert sich 2020?, Garten: Jahresplaner - was steht wann an?



MITGLIEDERVERSAMMLUNG

Liebe Mitglieder der VERBRAUCHER INITIATIVE,

im Namen des Bundesvorstands lade ich Sie ganz herzlich zur Mitgliederversammlung 2019 der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ein. Sie findet am 08. Februar 2020 ab 10:30 Uhr in Berlin (Hotel Alexander Plaza, Rosenstr. 1, Berlin-Mitte) statt.

Folgende Tagesordnung ist vorgesehen:

TOP 1 Begrüßung durch die Bundesvorsitzende, Festlegung der Tagesordnung

TOP 2 Rechenschaftsbericht des Vorstandes inkl. Diskussion

TOP 3 Bericht der Rechnungsprüfer

TOP 4 Entlastung des Bundesvorstands

TOP 5 Neuwahl des Bundesvorstands und der Rechnungsprüfer

TOP 6 Ausblick auf die zukünftige Arbeit

TOP 7 Verschiedenes

Bitte melden Sie sich unbedingt rechtzeitig an. Die Anmeldung kann formlos über die Bundesgeschäftsstelle (Marina Tschernezki, Tel. 030/53 60 73-3) erfolgen. Sie erleichtern uns die Planung und erhalten dann vorab Rechenschaftsbericht und Anfahrtsbeschreibung.

Ich freue mich, Sie begrüßen zu können.

Mit freundlichen Grüßen

Bestinia lee Ylee

Dr. Bettina Knothe Bundesvorsitzende

DIALOGFORUM

(VI) Auf dem diesjährigen REWE-Dialogforum tauschte sich Anfang November in Berlin das Unternehmen mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Nichtregierungsorganisationen und interessierten Verbrauchern aus. Vor zehn Jahren wurde mit dem Dialogforum eine Plattform geschaffen, um Nachhaltigkeit in Handel und Gesellschaft voranzubringen. Keynote-Speaker waren Prof. Dr. Klaus Töpfer, Bundesminister

a. D. und langjähriger
 Umweltprogramms der
 Prof. Dr. Günther Bach Rat für Nachhaltige



Exekutivdirektor des Vereinten Nationen, mann, Generalsekretär Entwicklung und - sehr

beeindruckend – Helmy Abouleish von SEKEM. Tierwohl, Biodiversität, Food Waste, ProPlanet und Verpackungen waren einige der insgesamt 11 aufwändig gemachten Themeninseln mit denen sich die Teilnehmenden auf geführten Rundgängen beschäftigen konnten. Eine Talkrunde u.a. mit NABU-Präsident Olaf Tschimpke und der ehemaligen Bundesverbraucherministerin Renate Künast blickten auf 10 Jahre Dialogforum zurück, eine weitere Runde u.a. mit den ProPlanet-Beiratsmitgliedern Bernward Geier und Georg Abel (VERBRAUCHER INITIATIVE) beschäftigte sich mit 10 Jahren Pro-Planet-Siegel.



PLASTIKCLUB

(GA) Das Thema Plastikverpackungen ist in Folge der europäischen Plastikstrategie und dem neuen Verpackungsgesetz in Deutschland in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt. Es gilt daher Strategien und konkrete Verpackungskonzepte zu entwickeln, die den neuen ökologischen Zielen und Anforderungen (u.a. Recycling) gerecht werden und den Wertstoffkreislauf schlie-Ben. Während mit Hochdruck an technischen Lösungen gearbeitet wird, wird die Rolle der Verbraucher dabei jedoch bisher nicht genügend beachtet. Die Initiative "Club für nachhaltige Verpackungslösungen" widmet sich deshalb speziell den Bedürfnissen der Verbraucher und entwickelt Ansätze, wie ein nachhaltiges Verpackungshandeln besser in den Alltag der Menschen integriert werden kann. In einer ersten Phase haben sich Hersteller, Händler, Nichtregierungsorganisationen wie die VERBRAUCHER INITIATIVE und Forschungsinstitute zusammengefunden, um die Herausforderungen aus ihrer Sicht zu definieren. In der nächsten Phase ab März 2020 geht es in die direkte Interaktion mit den Verbrauchern, um gemeinsam Lösungen zu finden. Die Initiative wird von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) gefördert und vom Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) geleitet. Die VERBRAUCHER INITIATI-VE ist Projektpartner.

MOBILFUNKQUALITÄT: GUTE NETZE, SCHLECHTE NETZE

(DL) Wo hat man in Deutschland mit dem Handy welchen Empfang – und wo überhaupt keinen? Eine interaktive Karte der Bundesnetzagentur auf Basis von Nutzerdaten macht das nun deutlich.

Mit Hilfe einer App, die sowohl für Android- als auch für Apple-Smartphones verfügbar ist ("Breitbandmessung" oder Suchbegriff "Funkloch"), können Nutzer seit über einem Jahr übermitteln, wie die Mobilfunkqualität in ihrer direkten Umgebung ist. Laut Bundesnetzagentur wurde die Anwendung bislang 187.000 Mal installiert. Aus den Rückmeldungen wurde nun eine Karte erstellt, die die mögliche Mobilfunknutzung grafisch zeigt. Unterschieden wird zwischen "kein Empfang" und den Standards 2G, 3G und 4G. Auf der Karte ist Deutschland in entsprechend eingefärbte Hexagone eingeteilt. Mit einem Klick auf ein solches erhält man Auskunft über die Anzahl der Messpunkte und die Verteilung auf die Netztechnologien.

Je nachdem, wie viele Personen sich pro Gebiet beteiligt haben, sind die Angaben unterschiedlich aussagekräftig. Zudem können die gesendeten Informationen vom Mobilfunktarif beziehungsweise -vertrag und dem Gerät an sich beeinflusst sein: Womöglich ist unter Umständen ein höherer Standard verfügbar, aber das meldende Smartphone unterstützt diesen nicht.

Dennoch bietet die Karte schon jetzt einen guten Überblick. Wer möchte, kann beispielsweise die eigene Adresse prüfen oder die Netzbetreiber Vodafone, Telekom und Telefónica miteinander vergleichen. Ziel der Anwendung und der Massenmessung ist es, Funklöcher gemeinsam mit den Mobilfunk-Anbietern zu lokalisieren und mittelfristig zu beheben.

Die Bundesnetzagentur wirbt weiter dafür, die App zu nutzen und damit das Gesamtbild fortlaufend zu verfeinern. Um die Daten regional zuordnen zu können, ist die Standortfreigabe notwendig. Unter https://breitbandmessung.de/fragen-und-antworten-funkloch hat die Bundesnetzagentur wichtige Fragen und Antworten gesammelt. Zur Überprüfung der Datenübertragungsrate im Festnetz gibt es zudem Browser-Anwendungen zur Breitbandmessung.









(GA) in unserer monatlichen Themenheftreihe sind derzeit rund 150 Titel erhältlich. Neu erschienen sind "Klimafreundlich einkaufen" (Oktober), "Männer & Gesundheit" (November), "Natur- & Biokosmetik" (Dezember) sowie "Energiesparende Haushaltsgeräte 2019/20" (Januar 2020). Mitglieder der VERBRAUCHER INITIATIVE können die gewünschten – meist 16-seitigen – Broschüren (Übersicht siehe Rückseite) kostenlos in der Geschäftsstelle abrufen. Nicht-Mitglieder zahlen pro Themenheft 2,00 Euro plus Versand und bestellen über www.verbraucher.com.

AKTUELLE URTEILE

Wohnung videoüberwacht MIETER DARF FRISTLOS KÜNDIGEN

Wenn ein Vermieter seine Mietwohnung videoüberwacht, verletzt er die Privatsphäre seines Mieters. Der darf daraufhin das Mietverhältnis fristlos kündigen. Das gilt selbst dann, wenn die Überwachung schon im Mietvertrag angekündigt ist, urteilte das Amtsgericht München (Az. 432 C 2881/19).

Ein Vermieter hatte die Zimmer seiner Wohnung als WG-Zimmer untervermietet. Im Mietvertrag hielt er fest, dass es eine Videokamera "vor der Haustür" gebe. Mit den Aufnahmen prüfte er regelmäßig, ob die Mieter sich an die Hausordnung hielten, den Müll richtig trennten und die Haustür abschlossen. Doch der Mann ging noch weiter und überwachte per Videokamera auch den kompletten Flur der Wohnung. Damit erfasste die Kamera auch die Zimmer- und die Badtür.

Das war einem Mieter zu viel: Er kündigte sein Mietverhältnis fristlos wegen Eingriffs in seine Privatsphäre. Doch der Vermieter akzeptierte diese Kündigung nicht und forderte die Miete bis zum Ablauf der vertraglichen Kündigungsfrist. Immerhin habe sich der Mieter per Mietvertrag mit der Videoüberwachung einverstanden erklärt.

Das sah das Amtsgericht München anders und erklärte die fristlose Kündigung für rechtmäßig. Zum einen habe der Mieter lediglich die Kamera "vor der Haustür" akzeptiert, mit der Überwachung innerhalb der

Wohnung habe er sich aber nicht einverstanden erklärt. Zudem sei die Videoüberwachung unverhältnismäßig. Die fristlose Kündigung des Mieters ist also rechtmäßig. Das Gericht gestand dem Vermieter lediglich die Miete für drei Tage bis zum Zugang der Kündigung zu.

Geschenktes Geld

RÜCKZAHLUNG NACH TRENNUNG GERECHTFERTIGT

Lassen Eltern ihrer Tochter und deren Lebensgefährten zur Finanzierung eines gemeinsamen Eigenheims hohe Summen an Geld zukommen, können sie es nach einer Trennung zu gewissen Teilen zurückfordern. Durch die Trennung falle die Geschäftsgrundlage der Schenkung weg, urteilte der Bundesgerichtshof am 18.06.2019 (Az. X ZR 107/16) und sprach den Eltern eine Rückzahlung des geschenkten Geldes zu.

Eltern hatten ihrer Tochter und ihrem nichtehelichen Lebensgefährten in Erwartung einer lebenslangen Partnerschaft über 100.000 Euro zur Finanzierung eines Eigenheims geschenkt. Das Paar war seit 2002 zusammen, kaufte sich 2011 ein Eigenheim, trennte sich jedoch knapp zwei Jahre nach dem Wohnungskauf im Jahr 2013. Das nahm die Mutter der Beschenkten zum Anlass, die geliehene Summe zurückzufordern.

Der Bundesgerichtshof erklärte, dass die Rückforderung gerechtfertigt ist und gab der Klage statt. Mit der Auflösung der nichtehelichen Lebensgemeinschaft sei laut Gericht die Geschäftsgrundlage weggefallen. Weil die Tochter aber mindestens vier Jahre in der gemeinsamen Wohnung gelebt hatte, sah der Bundesgerichtshof den Schenkungszweck teilweise erfüllt, sodass der Ex-Freund nur 91 Prozent des Schenkungsbetrags zurückzahlen muss.

Schwerbehinderung

KEINE BESCHÄFTIGUNGSGARANTIE

Wer schwerbehindert ist, kann von seinem Arbeitgeber verlangen, dass sein Arbeitsverhältnis bis zur Grenze der Zumutbarkeit entsprechend der gesundheitlichen Situation weitergeführt wird. Damit haben Schwerbehinderte einen besonderen Beschäftigungsanspruch. Dieser stelle jedoch beim betriebsbedingten Wegfall eines Arbeitsplatzes keine Beschäftigungsgarantie dar, entschied das Bundesarbeitsgericht in einem Urteil vom 16.05.2019 (Az.: 6 AZR 329/18).

Der Sinn hinter dem Beschäftigungsanspruch sei nicht, dass schwerbehinderte Personen vor dem Verlust ihres Arbeitsplatzes geschützt seien. Vielmehr soll er einen behinderungsgerechten Zugang zu Arbeitsplätzen garantieren.

In Kooperation mit der telefonischen Rechtsberatung der Deutschen Anwaltshotline (0900/18 75 000-10, 1,99 Euro pro Min., www.deutscheanwaltshotline.de).

DIREKTER DRAHT ZWISCHEN BAUERN UND VERBRAUCHERN

(GA) "Wo kommen unsere Lebensmittel her?" "Wie werden sie produziert?" – das sind Fragen nicht nur von bewussten, agierenden Verbrauchern. Eine neue Idee in Deutschland will Transparenz und Mitbestimmung der Konsumenten bei Produktion und Vermarktung von Lebensmitteln erreichen. Die VERBRAUCHER INITIATIVE begrüßt diesen aus Frankreich stammenden Ansatz einer direkten Kooperation

schaft und Handel.



Einen Weg für Verbraucher zu mehr Einfluss bei der Ernährung verfolgt "Die Verbrauchergemeinschaft e. V." mit ihrer Initiative "Du bist hier der Chef!". Ziel des neu gegründeten gemeinnützigen Vereins ist die transparente Mitgestaltung von nachhaltigen Produkten durch Verbraucher und die faire und gerechte Vergütung von landwirtschaftlichen Erzeugern.

zwischen Konsumenten, Landwirt-

Erstes Produkt soll im Frühjahr 2020 die Milch sein, die unter der Verbrauchermarke "Du bist hier der Chef!" eingeführt werden soll. Mit einem, acht Fragen umfassenden Produkt-Fragebogen, der ab sofort unter www.dubisthierderchef.de abrufbar ist, können Verbraucher selbst entscheiden, was ihnen bei der Milch wichtig ist, wie diese produziert werden soll und zu welchem Preis sie bereit wären, sie zu kaufen. Ziel ist die Gestaltung eines wertvollen, fairen und nachhaltigen Produkts, das als Frisch- und H-Milch, in den Varianten vollfett und fettarm angeboten wird.

"Die Milch bietet die Möglichkeit, viele der wichtigen Themen unserer Initiative wie Umweltschutz, Biodiversität, Tierwohl und Vergütung für die Landwirte gemeinsam anzugehen", erklärt Nicolas Barthelmé, Gründer der Initiative. "Der aktuelle Milchpreis erlaubt es vielen Milchbauern in Deutschland nicht, kostendeckend zu produzieren. Ein Bündnis zwischen Verbrauchern und Landwirten soll dies verändern." Die acht Fragen des ersten Produkt-Fragebogens wurden von Verbrauchern, Landwirten und einer Molkerei zusammen entwickelt: Dürfen die Kühe auf die Weide? Was wird den Tieren verfüttert und woher kommen die Futtermittel? Wie fair sollen Landwirte entlohnt werden? Welche Qualität soll die Milch haben: konventionell oder biologisch? Wie nachhaltig soll die Verpackung sein? Welche Zukunftsmaßnahmen – Umstellung auf Weidehaltung, auf ökologische Landwirtschaft oder auf muttergebundene Kälber-Aufzucht – sollen prioritär mitfinanziert werden?

Unter www.dubisthierderchef. de kann jeder kostenlos über die relevanten Produktmerkmale mitentscheiden und gleichzeitig sehen, wie sich der Preis der Milch entsprechend verändert. "Wenn wir etwa 5.000 ausgefüllte Fragebögen erreicht haben, fassen wir die Ergebnisse in einem Pflichtenheft zusammen", erklärt Nicolas Barthelmé. "So schaffen sich die Verbraucher ihre Lieblingsmilch gewissermaßen selbst!" Damit die "Verbrauchermilch" auch den Weg in die Supermarktregale findet, wurden bereits Landwirte, Molkereien und Händler als Partner gewonnen.

Vorbild für "Du bist hier der Chef!" ist die französische Initiative "C'est qui le patron?!", die im Jahr 2016 ebenfalls mit der Milch startete (Foto) und inzwischen jährlich über 50 Millionen Liter absetzt. Das kommt 330 französischen Milchbauern zu Gute, die mittlerweile exklusiv für die Initiative produzieren und dafür eine faire und gerechte Vergütung zwischen 0,39 Euro und 0,41 Euro pro Liter erhalten.



KLIMA SCHÜTZEN!

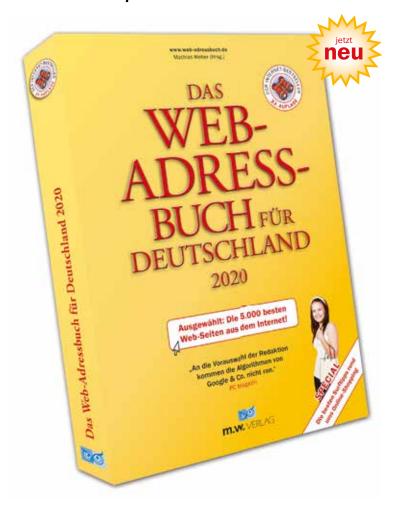
Klimaschutz ist eine Herausforderung: Nicht nur beim Einkauf oder der Mobilität. Ob Verbraucher, Unternehmen oder Politik – Gewohnheiten müssen sich ändern. Unterstützen Sie daher unsere Informations– und Motivationsaktivitäten.

Spendenkonto: Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. DE96 3702 0500 0008 1335 03, Kennwort: KLIMA



Die 5.000 besten Web-Seiten aus dem Internet!

Der führende deutsche Internet-Guide "Das Web-Adressbuch für Deutschland" präsentiert die 5.000 besten Surftipps aus dem Netz.



Mit Hilfe des Web-Adressbuches spart man sich das ewige Herumsurfen und Durcharbeiten der Trefferlisten in Suchmaschinen und stößt auf viele interessante und praktische Web-Seiten, die bei den Suchmaschinen im Netz gar nicht oder nur sehr schwer zu finden sind!

Der Vorteil des Buches ist auch, dass man tolle Web-Seiten zu Themen entdecken kann, an die man gar nicht gedacht hätte. Denn bei Suchmaschinen muss man immer ein Stichwort im Kopf haben, das man in die Suchmaske eingeben muss, um Treffer zu erhalten. Beim Web-Adressbuch für Deutschland kann man sich einfach durch die Themenbereiche treiben lassen und entdeckt ständig neue spannende Surftipps.

Weitere Informationen: www.web-adressbuch.de

Pressestimmen:

"Für viele dürfte das Buch für eine überraschende Erkenntnis sorgen: Google ist nicht allwissend!"

OFFENBURGER TAGEBLATT

"Das besondere an den Web-Adressen ist, dass es oft solche sind, die man bei Google nicht ganz oben auf der ersten Seite der Suchergebnisse findet." BILD.de "Eine Alternative für alle, die von Google-Suchergebnissen frustriert sind."

COMPUTER BILD

"Das Web-Adressbuch ist inzwischen zum Standardwerk geworden und sollte seinen Platz neben dem Duden und dem Lexikon finden."

BERLINER MORGENPOST

"Das bessere Google."

AUGSBURGER ALLGEMEINE

"Wer sich durch die Themengebiete treiben lässt, der findet immer neue gut gemachte Web-Seiten, die Google & Co. nicht als Treffer anzeigen." BAYERN 3



Das Web-Adressbuch für Deutschland 2020 • Ausgewählt: Die 5.000 besten Web-Seiten aus dem Internet!

23. überarbeitete und aktualisierte Auflage • 608 Seiten • Viele farbige Abbildungen

Überall im Buchhandel erhältlich • Euro 19,95 (D) • ISBN 978-3-934517-53-0



"PROFIT DARF NICHT MEHR WERT SEIN ALS DAS WOHL DER LÄMMER"

(GP) Über 235.000 Unterzeichner: Das Engagement von Tierschützern ist überwältigend. Sie setzen sich für das Verbot der grausamen Beschneidung von Schafen in Australien ein, denen Farmer bei der Produktion von Merinowolle ohne Betäubung eine Hautfalte am After abschneiden (s. VK 1/2019 und 2/2019). Nun der erste Erfolg: Der Abgeordnete Marc Pearson brachte die Petition ins Parlament von Sydney ein und kämpft für mehr Schutz der geschundenen Lämmer. Warum erzählt er exklusiv im Interview mit Verbraucher konkret.



Mister Pearson, warum setzen Sie sich für ein Anti-Mulesing ein?

Marc Pearson: Weil dies die schlimmsten Verstümmelungen an lebenden Tieren weltweit sind, die

Menschen zudem im industriellen Maßstab an den Lämmern vornehmen. Sie quälen immerhin etwa 23 bis 27 Millionen kleiner Schafe jedes Jahr, ohne den Tieren dabei schmerzlindernde Betäubung zu geben.

Ist das ein typisch australisches Verfahren oder praktizieren auch Farmer in anderen Regionen auf der Welt diese grausamen Praktiken?

Es ist vor allem ein australisches Problem. Auch in Neuseeland haben Farmer früher ihre Tiere derart malträtiert, dort jedoch ist Mulesing inzwischen verboten.

Hat ein Verbot dieser Quäl-Praxis Ihrer Meinung nach auch in Australien eine realistische Chance?

Ich denke, dass wir es innerhalb der kommenden zwei Jahre tatsächlich schaffen, Mulesing zu verbannen. Helfen wird uns dabei auch der Druck der Wollhändler – und ihrer Kunden - überall auf der Erde. Auch die Alternativbehandlung mit flüssigen Stickstoff, das sogenannte Freezing, macht große Fortschritte und steht kurz davor, dass die Schafzüchter es bald wirtschaftlich anwenden können. Dann ist die Behandlung der Schafe sehr viel humaner, denn die Farmer müssen ihren Tieren dann keine Hautfalten mehr abschneiden.

Ist das Wohl der Tiere bei Ihrem Kampf gegen Mulesing das Hauptargument? Haben nicht auch die Farmer ein – vielleicht berechtigtes – wirtschaftliches Interesse, das wir beachten müssen?

Ein ökonomischer Profit darf nie höher bewertet sein als das Tierwohl und auch nicht das menschliche. Leider ist das oft trotzdem so. Erst allmählich realisieren unsere Wollproduzenten, dass die meisten ihrer Kunden, nämlich die Wolle-Käufer, es nicht mehr einfach so hinnehmen, wenn Tiere bei der Erzeugung von Fasern oder auch von Fleisch leiden müssen und sie diese schlecht behandeln.

Und was, Mister Pearson, sagen die australischen Farmer zu Ihrer Tierschutz-Initiative?

Immer mehr unserer Farmer stehen zu uns. Sie begrüßen Tierschutz und bewerten ihn positiv. Die Bremser sitzen bislang aber noch in den Betrieben der industriellen Wollerzeuger-Branche.

Wie, denken Sie, können Verbraucher den Tieren helfen – speziell jene, die nicht in Australien leben, sondern in anderen Teilen der Erde?

Unglücklicherweise war es bis vor kurzem in Australien sehr schwer, echte Reformen im Tierschutz anzustoßen. Deshalb ist Druck von außen sehr wichtig. Die Menschen in anderen Ländern müssen und können dabei helfen. Vor allem jene, die australische Produkte für ihren heimischen Markt importieren. Das gilt nicht nur für Wolle. Das Einfuhrverbot beispielsweise für Känguru-Produkte, das in Russland seit 2009 oder in China seit 2015 gilt und die Tatsache, dass auch die USA ein solches vorbereiten, ließ den Markt für derlei Waren in Australien völlig zusammenbrechen – das rettet viele Kängurus.

Mehr Informationen finden Sie in der Petition der TV-Journalistin Joanna Michna auf change.org (https://bit.ly/2KQIrSs). Die VERBRAUCHER INITIATIVE unterstützt aktiv diese Kampagne mit Infoständen und Berichterstattungen.

NACHHALTIG AUSWÄHLEN



(ABB) Bei den verschiedenen Siegeln den Überblick zu behalten und das Passende für die eigenen Bedürfnisse zu finden, ist gar nicht so einfach. Zusätzlich erschweren Produkte die Auswahl, die natürlicher und grüner daherkommen als sie es tatsächlich sind.

Den einen Standard, der alle Ansprüche an eine nachhaltige Kosmetik erfüllt, gibt es nicht. Je nachdem, welche Schwerpunkte Verbraucher bei der Auswahl setzen, haben sie mehrere Optionen:

- Echte Naturkosmetik ist z. B. an den Siegeln BDIH/COSMOS, NATRUE, ECOCERT, Demeter, Naturland, CSE Certified Sustainable Economics oder neuform Qualität zu erkennen.
- Ist Bioskosmetik gefragt, können die Zeichen BDIH/COSMOS Organic, NATRUE Biokosmetik, Ecocert

- Biokosmetik, Demeter und Naturland auf Produkte hinweisen, die überwiegend Zutaten aus kontrolliert ökologischer Landwirtschaft enthalten.
- Soll die Natur- oder Biokosmetik außerdem zu einer veganen Lebensweise passen, helfen ergänzend das V-Label mit dem Zusatz "vegan", die "Veganblume" und das Zeichen "vegan neuform Qualität", geeignete Produkte zu finden.
- Stehen faire Aspekte im Vordergrund, bieten zusätzlich die entsprechenden Siegel oder Bezugsquellen eine Orientierung. Jedoch sind Inhaltsstoffe, die aus Fair-Trade-Projekten stammen, nicht immer von unabhängigen Stellen zertifiziert und die Produkte tragen dann kein Label. Häufig finden sich aber Hinweise auf einzelne faire Zutaten auf der

- Verpackung. Nähere Informationen über ihre Herkunft und über faire Projekte können bei den Herstellern erhältlich sein.
- Für strenge Regelungen zu Tierversuchen stehen die Siegel "Kaninchen unter schützender Hand", das vom Deutschen Tierschutzbund vergeben wird und das Zeichen "Leaping Bunny", das von einem Zusammenschluss von Tierschutzorganisationen aus Europa, USA und Kanada entwickelt wurde. Sie können zusätzlich auf Natur- und Biokosmetik, aber auch auf konventioneller Kosmetik zu finden sein.

Informationen über die Zusammensetzung der Produkte geben die Zutatenlisten. Mit der Angabe der Inhaltsstoffe gemäß der INCI-Deklaration können allerdings die wenigsten Verbraucher etwas anfangen. Viele Naturkosmetik-Hersteller machen es ihren Kunden leichter, in dem sie die Zutaten zusätzlich mit ihren deutschen Bezeichnungen angeben. Das trägt zur Übersicht bei, aber trotzdem können noch Fragen offen bleiben.

Informationen darüber, was sich hinter den INCI-Bezeichnungen und den Inhaltsstoffen verbirgt, verrät die INCI-Datenbank des Informationsportals www.haut.de. Es wird von Partnern aus Medizin, Industrie und Verbraucherschutz getragen und bietet Verbrauchern unabhängige Informationen rund um die Haut und ihrer Pflege. Hier steht außerdem die COSMILE-App zur Verfügung, mit der über den Barcode des Produktes beim Einkauf Informationen über Inhaltsstoffe eingeholt werden können. Sie werden direkt von den Herstellern in die App hochgeladen. Daher ist sie zuverlässig und aktuell.



Zudem können sich Allergiker ihre individuellen Allergene vormerken. In Kürze sollen u. a. auch Naturkosmetik- und Vegan-Siegel in der App dargestellt werden.

WO EINKAUFEN?

Ist die Frage nach dem "Was" geklärt, geht es darum, wo man Naturund Biokosmetik kaufen kann. Sie wird nicht nur im Naturkostfachhandel und in Drogeriemärkten, sondern auch im Lebensmitteleinzelhandel, in Parfümerien, auf Wochenmärkten und bei Online-Shops angeboten.

Wer im Bio-Laden oder Bio-Supermarkt Kosmetik kauft, kann davon ausgehen, dass es sich um echte, zertifizierte Naturkosmetik handelt. Es gehört zu den vom Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) festgelegten Grundsätzen dieser Geschäfte, dass sie nur solche Produkte anbieten. Auch im Reformhaus wird man nahezu ausschließlich zertifizierte Produkte finden. Manche Hersteller bieten ihre Produkte ausschließlich über Naturkostläden und Reformhäuser an.

In Drogeriemärkten gibt es neben den Regalmetern an klassischen Kosmetik-Produkten häufig einen eigens für Natur- und Biokosmetik eingerichteten Bereich. Hier tummeln sich neben den Marken aus dem Naturkostsortiment auch Eigenmarken. Bei Eigenmarken gilt: Was Natur- und Biokosmetik ist, ist an den vorgestellten Siegeln zu erkennen. Das trifft ebenfalls auf Natur- und Biokosmetik zu, die im Supermarkt, in Parfümerien, auf Wochenmärkten oder in Online-Shops angeboten wird.

Beim Online-Kauf ist zu empfehlen, den Shop vorher genau zu prüfen, z. B. auf ein vollständiges Impressum, Kontaktmöglichkeiten und Allgemeine Geschäftsbedingungen zu achten. Ausführliche Informationen über die Produkte erleichtern die Auswahl. Für den Online-Verkauf ist es bisher noch nicht verpflichtend vorgeschrieben, die Inhaltsstoffe anzugeben. Dennoch gibt es zahlreiche Anbieter und Händler, die diese Informationen bereitstellen.

NATUR ODER NICHT?

Neben Natur- und Biokosmetik, die mit den vorgestellten Siegeln ausgezeichnet sind, gibt es auch Produkte, die diese oder ähnliche Kriterien erfüllen ohne jedoch zertifiziert zu sein. Ob die Angaben wie "natürlich" oder "bio" glaubwürdig sind und ob die so ausgelobten Produkte mit zertifizierter Naturund Biokosmetik vergleichbar sind, ist für Verbraucher nur schwer zu erkennen.

Hinweise kann die Zutatenliste geben. Sind hier Stoffe zu finden, die in den Richtlinien der anerkannten Standards ausgeschlossen werden, handelt es sich nicht um echte Natur-oder Biokosmetik. Beispiele sind:

- Mineralöle, z. B. Paraffin, Petrolatum oder Microcrystalline Wax
- Silikone, z.B. Dimethicone oder Polysiloxane
- Konservierungsstoffe, z.B. Parabene

- Antioxidationsmittel, z. B. BHT und BHA (Butylhydroxytoluol und Butylhydroxyanisol)
- Mikroplastik, z. B. Nylon oder festes Polyethylen

Ob der Begriff "Bio" auf dem Etikett für einen hohen Anteil an Inhaltsstoffen aus kontrolliert-ökologischem Anbau steht, kann ebenfalls ein Blick in die Zutatenliste verraten.

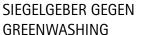
Die Verbraucherzentrale Hamburg hat in einem Marktcheck Kosmetikprodukte unter die Lupe genommen, die mit "Natur" und "Bio" werben. Einige der Produkte halten nicht, was sie versprechen.











Die Standardgeber wie BDIH, NAT-RUE oder NCS möchten sich davor schützen, dass Hersteller mit einigen zertifizierten Produkten werben und dadurch auch anderen Produkten aus ihrem Sortiment einen "grünen Anstrich" verleihen. Daher ist in den Kriterien zu den Natur- und Biokosmetiksiegeln festgelegt, dass nicht nur das zertifizierte Produkt selbst, sondern auch der überwiegende Teil der Kosmetika von der gleichen Marke die Kriterien des Standards erfüllen müssen.









INFORMATIONEN

- Verbraucherzentrale Hamburg, <u>www.vzhh.de</u> > Themen > Umwelt + Nachhaltigkeit > Naturkosmetik unter falscher Flagge
- Dialog Kosmetik des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW), <u>www.dialog-kosmetik.de</u> >
- Utopia GmbH, <u>www.utopia.de</u> > Bestenliste > Die besten Naturkosmetik-Hersteller
- health & media GmbH, <u>www.cosmile.app</u>, COSMILE App zum kostenlosen Download für Android und iOS.

KINDER UND MEDIENNUTZUNG

(MB) Wenn Geburtstag oder Weihnachten näher rückt, stellt man sich die Frage, was man den Kindern schenken soll. Immer öfter landen seit Jahren Mobiltelefone, Tablets und Laptops unterm Weihnachtsbaum. Im letzten Jahr belegte das Handy den ersten Platz der Weihnachtswünsche von Kindern zwischen 6 und 13 Jahren. Pädagogen, Kinderärzte und Wissenschaftler beobachten diese Entwicklung mit Sorge. Wir zeigen, was Eltern, Großeltern & Co. beim Schenken beachten sollten.

Kinder haben heute Zugang zu einer Vielzahl an Bildschirmmedien. In nahezu allen deutschen Haushalten sind Internetanschluss, Fernseher und Mobiltelefon bzw. Smartphone vorhanden. Die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung im Rahmen der "Kindheit-Internet-Medien-Studie 2018" (kurz: KIM) zeigen, dass 71 Prozent aller 6- bis 13-Jährigen nach eigenen Angaben Zugang zu einem Handy oder Smartphone haben. 51 Prozent besitzen sogar ein eigenes Mobiltelefon. 78 Prozent der Kinder haben Zugang zu einem Computer

oder Laptop und rund zwei Drittel nutzen das Internet. Unter den 12-bis 13-Jährigen sind es bereits 94 Prozent. Deutlich zugenommen hat in den vergangenen Jahren die mobile Internetnutzung per Smartphone. Die häufigste Freizeitbeschäftigung der 6- bis 13-Jährigen ist jedoch nach wie vor das Fernsehen.

AUSSER KONTROLLE?

Im November forderte der Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte öffentlich "Kein Smartphone unter elf Jahren" und warnte vor den negativen Folgen unkontrollierter Mediennutzung für die kindliche Entwicklung. Tatsächlich belegen zahlreiche Studien aus dem In- und Ausland entwicklungsschädliche Folgen für Kinder durch übermäßige Mediennutzung. Die "BLIKK-Medien-Studie" 2018 kommt etwa zu dem Ergebnis, dass ein signifikanter Zusammenhang zwischen überhöhtem Konsum von Bildschirmmedien und Entwicklungsauffälligkeiten bei Kindern wie Sprachentwicklungsstörung, Hyperaktivität und Konzentrationsstörung besteht.

Die möglichen gesundheitlichen Auswirkungen sind jedoch nicht das einzige Problem. Laut "KIM-Studie" sind 10 Prozent der befragten Kinder zwischen 6 und 13 Jahren im Netz schon auf unangemessene Inhalte gestoßen. Gleichzeitig konnte die Studie zeigen, dass nur etwa ein Drittel der Erziehungsberechtigten von Kindern mit Internetzugang Jugendschutz-Software verwendet. Die Hälfte der befragten Kinder gab wiederum an, allein fernzusehen und etwa 40 Prozent bewegen sich nach eigener Aussage unbegleitet im Netz.

REGELN SIND WICHTIG!

Zahlen wie diese bereiten Eltern und Großeltern Sorgen. Klar ist aber auch: Verbote bringen wenig. Vielmehr gilt es, Kinder und Jugendliche von Anfang an medial zu begleiten und beim Erlernen von Medienkompetenzen zu unterstützen. Sprechen Sie regelmäßig mit Ihren Kindern über Medien und seien Sie offen für Fragen. Wirksa-

- Anzeige -



Schützen Sie sich vor Kostenfallen, Betrug und Datenklau

Jürgen Schuh, 256 Seiten, in Farbe, 2019, ISBN 978-3-96009-109-7 Print: 19,90 € (D), E-Book: 15,99 € (D)



O'REILLY®



mer als Verbote sind klare Verhaltensregeln und eine altersgerechte Begrenzung der Nutzungsdauer von Bildschirmmedien. Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) empfiehlt:

- Kleinkinder von null bis drei Jahren sollten am besten gar keine Bildschirmmedien nutzen.
- Kinder von drei bis sechs Jahren sollten Bildschirmmedien insgesamt nicht länger als 30 Minuten pro Tag und am besten in Begleitung nutzen.
- Für Kinder von sechs bis zehn Jahren sind 45 Minuten, für 11-bis 13-Jährige 60 Minuten Bildschirmzeit pro Tag ausreichend. Achtung: Darunter fallen auch mögliche Bildschirmzeiten im Schulunterricht.
- Mit älteren Jugendlichen sollten Sie statt fester Tageslimits eher generelle Absprachen zu Nutzung und (Online-)Verhalten treffen. Dazu gehört auch, über Themen wie den Schutz personenbezogener Daten, Kostenfallen und den Netzkriminalität zu sprechen.

Natürlich darf es Ausnahmen geben, etwa besondere Ereignisse wie Kinobesuche oder den Lieblingsfilm schauen. Genauso sollte es aber auch gänzlich medienfreie Zeiten geben, an denen sich die Familie bewusst mit anderen Dingen beschäftigt. Beim gemeinsamen Essen, während Unterhaltungen und nachts sollten Handy & Co. tabu sein. Auch sollten am besten keine Bildschirmgeräte im Kinderzimmer stehen, die jederzeit unkontrolliert genutzt werden können.

Kontrollierte Medienbegleitung bedeutet auch, dass Kinder, die sich im Internet bewegen, Schutz vor unangemessenen Inhalten erfahren. Eltern und andere Bezugspersonen sollten daher mit Ihren Kindern über mögliche Gefahren im Netz sprechen und von Sicherheitseinstellungen und -Filtern Gebrauch machen. Sichere Begleitung setzt Information voraus. Wissenswertes und Tipps rund um das Thema Jugendschutz im Netz finden Sie z.B. auf der Webseite der EU-Initiative "klicksafe" (www.klicksafe.de) oder unter www.internet-abc.de. Empfehlenswert ist auch die Kinder-Suchmaschine www.fragfinn.de.

AUF GESUNDHEIT ACHTEN

Wer selbst viel Zeit vor dem PC verbringt, weiß, dass gerade Augen und Rücken darunter leiden können. Mit diesen Tipps bleibt auch Ihr Kind gesund:

TIPP:

Wünscht sich Ihr Kind ein
Handy oder Tablet zu Weihnachten, überlegen Sie zunächst, ob es
dafür alt genug ist. Wenn ja, sollten
Sie ein kindgerechtes Gerät auswählen
und es bereits vor dem Verschenken
mit geeigneter Schutz-Software
ausstatten. Klare Nutzungsregeln
sollten ebenfalls von Anfang
an festgelegt werden.

- Achten Sie beim Kauf eines für ein Kind gedachten Bildschirmgeräts auf gute Qualität (z. B. mit dem "TCO Certified"-Label). Zum Schutz von Augen und Gehör sollten sowohl eine automatische Lautstärkebegrenzung als auch eine augenschonende Frequenz gegeben sein. Bildschirme, die von Kindern genutzt werden, sollten der Größe des Kindes entsprechend eingestellt werden können.
- Nehmen Sie Sehprobleme oder Kopfschmerzen Ihres Kindes ernst und lassen Sie diese durch einen Arzt abklären. Falsche und übermäßige Bildschirmnutzung kann eine mögliche Ursache sein.
- Achten Sie darauf, dass sich Ihr Kind ausreichend bewegt, z.B. im Sportverein. Das ist als Ausgleich zur sitzend vor dem Bildschirm verbrachten Zeit wichtig.

ERWACHSENE SIND VORBILDER

Als Eltern oder Großeltern leben wir unseren Kindern von klein auf vieles vor. Auch unser Mediennutzungsverhalten und das Medienangebot, das wir Ihnen zur Verfügung stellen, beeinflusst Kinder und motiviert zur Nachahmung. Wir sollten uns dieser Vorbildfunktion immer wieder bewusst werden und unseren eigenen Medienumgang durchaus kritisch hinterfragen. Vermeiden Sie zuhause z.B. Dauerbeschallung durch Fernseher und Radio. Unterbewusst erzeugt das nämlich Stress. Nehmen auch Sie selbst handyfreie Zeiten ernst und legen Sie Ihr Mobiltelefon dann ganz bewusst weg.

Die VERBRAUCHER INITIA-TIVE bietet eine Palette unterschiedlicher Themenhefte (Übersicht siehe letzte Seite, <u>www.verbraucher.com</u>) und eine kostenlose Beratung für Mitglieder an.



SICHER UNTERWEGS IM NETZ

(MB) Viele Kinder und Jugendliche bewegen sich heute ganz selbstverständlich im Netz. Nicht immer können Eltern, Großeltern und Lehrer sie bei jedem Schritt begleiten, nicht selten haben die Kinder sogar einen Wissensvorsprung. Wir stellen Webseiten rund um das Thema Medien- und Internetnutzung von Kindern vor.



www.klicksafe.de

Die von der Europäischen Kommission ins Leben gerufene Initiative klicksafe hat das Ziel, die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen im Umgang mit dem Internet und neuen Medien zu fördern. Das Angebot richtet sich sowohl an Kinder und Jugendliche, als auch an Eltern und Pädagogen. Neben zahlreichen Infos rund ums Thema können auf der Webseite auch Filme und Unterrichtsmaterialien abgerufen werden. Interessierte können an Webinaren teilnehmen.



www.internet-abc.de

Die Webseite des gemeinnützigen Vereins Internet-ABC e. V. hat 2018 den "Pädagogischen Medienpreis" gewonnen. Auf der werbefreien Plattform finden Kinder und Erwachsene Informationen und Rat sowie spielerische Lernangebote, die bei der Aneignung von Internetkompetenz unterstützen.



www.seitenstark.de

Seitenstark ist ein Netzwerk von rund 60 Internetseiten für Kinder, die hohe Qualitäts- und Sicherheitsansprüche erfüllen. Neben der Vermittlung von Medienkompetenz als generellem Ziel finden Kinder dort vielseitige Lern- und Mitmachangebote zu den Themen Wissen, Musik. Filme und vieles mehr.



www.fsm.de

Der gemeinnützige Verein Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V. befasst sich mit Jugendschutz in Online-Medien und hat einen abrufbaren "Internetguide" für Kinder entwickelt. Auf der Seite finden sich zahlreiche Infos rund ums Thema, auch jugendgefährdende Inhalte können bei der Beschwerdestelle gemeldet werden. Mit der Initiative "#NichtEgal" engagiert sich der Verein zudem gegen Hass im Netz.



www.jugendschutz.net

Die Plattform wurde gemeinsam von Bund und Ländern ins Leben gerufen, um den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet voranzutreiben. Seit 1997 sensibilisiert das dahinter stehende Kompetenzzentrum Seitenbetreiber, Familien und Jugendliche für Risiken im Netz und kontrolliert Internet-Angebote auf Verstöße gegen den Jugendschutz.



www.surfen-ohne-risiko.net

Die vom Bundesfamilienministerium herausgegebene Webseite bietet umfassende Informationen zu den Online-Themen Surfen, Chatten und Spielen im Netz und richtet sich gleichermaßen an Kinder wie Erwachsene.



www.schau-hin.info

Die Initiative "SCHAU HIN! Was Dein Kind mit Medien macht." bietet Familien und Lehrkräften seit 2003 Unterstützung bei der Medienerziehung. Neben praktischen Tipps rund um Themen wie Smartphone, Gaming und Social Media, können sich Familien mit ihrem Fragen über die Webseite direkt an sogenannte "Mediencoaches" wenden.



KINDERSUCHMASCHINEN

www.fraqfinn.de

Über die werbefreie Kindersuchmaschine FragFINN können ausschließlich kindgerechte und von Medienpädagogen redaktionell geprüfte Internetseiten gefunden werden. FragFINN gibt es bereits seit 12 Jahren und richtet sich an Kinder zwischen sechs und zwölf Jahren. Eltern und Pädagogen finden dort ebenfalls Informationen und Praxistipps. Die Suchmaschine gibt es auch als App.



www.blinde-kuh.de

Die ebenfalls werbefreie Kindersuchmaschine Blinde Kuh richtet sich an Schulkinder zwischen acht und zwölf Jahren. Neben der sicheren Online-Suche können Kinder über die Seite auch Spiele spielen und in einem Mitmach-Bereich selbst aktiv werden.



www.helles-koepfchen.de

Für ältere Kinder bis 16 Jahre eignet sich die Suchmaschine Helles Köpfchen. Hier liegt der Fokus schon etwas stärker auf Wissenschaftsund Politikthemen.

Broschürenübersicht

Themenhefte der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

Essen & Trinken

Basiswissen Essen für Kinder (2017) | Basiswissen Fleisch (2018) | Basiswissen Gemüse & Obst (2018) Basiswissen Gesund essen (2017) | Basiswissen Kochen (2015) | Basiswissen Öle & Fette (2018) | Clever kochen ohne Reste (2019) | Clever preiswert kochen (2019) | Clever preiswert kochen 2 (2014, 24 S.) | Clever saisonal kochen (2010, 24 S.) | Clever saisonal kochen 2 (2011, 24 S.) | Clever saisonal kochen 3 (2011, 24 S.) Diäten (2016) | Ernährungsrichtungen (2016) | Essen macht Laune (2012) | Fisch & Co. (2010, 24 S.) Klimafreundlich essen (2019) | Küchenkräuter (2009, 8 S.) | Lebensmittelallergien & Co. (2015) | Lebensmitteleinkauf (2016) | Lebensmittelvorräte (2005, 24 S.) | Lebensmittelzusatzstoffe, Aromen & Enzyme (2013, 24 S.) Regionale Lebensmittel kaufen (2019) | Superfood (2016) | Süßigkeiten (2013, 24 S.) | Teller statt Tonne (2017) Vegetarisch essen (2014, 24 S.) | Vegetarisch genießen (2014) | Wasser, Saft & Co. (2017) | Wie Oma backen (2014) | Wie Oma kochen (2011, 24 S.) | Wie Oma naschen (2012)

Gesundheit & Haushalt

Alltagsmythen (2014, 24 S.) | Basiswissen Bodenbeläge (2018) | Basiswissen Entspannung & Fitness (2017) Basiswissen Fahrrad (2018) | Basiswissen Labels (2017, 24 S.) | Clever haushalten 1 (2012, 24 S.) | Clever selbst machen! (2010, 24 S.) | Erkältung & Selbstmedikation (2017) | Familienratgeber: Ernährung & Bewegung (2012, 24 S.) Familienratgeber: Sitzender Lebensstil (2013, 20 S.) | Feiern & Labels (2018) | Frauen & Gesundheit (2019) Gesund älter werden (2010, 24 S.) | Gesund im Büro (2015) | Gesund schlafen (2016) | Haushaltspflege (2015, 24 S.) Heimwerken & Labels (2017) | Homöopathie (2005, 24 S.) | Kinder & Gesundheit (2012, 24 S.) | Kinder & Übergewicht (2015) | Kindersicherheit (2015) | Kosmetik (2013, 32 S.) | Kosmetik für junge Haut (2018, 20 S.) Männer & Gesundheit (2019) | Nachhaltiger Haushalt (2019) | Naturheilverfahren (2016) | Natur- und Biokosmetik (2019) | Omas Hausmittel (2010, 24 S.) | Patientenrechte (2013, 24 S.) | Patientenrechte 2 (2014, 24 S.) | Pflege organisieren (2018) | Prävention & Erste Hilfe (2010, 24 S.) | Regionale Labels (2017) | Rückengesundheit (2010, 28 S.) | Schadstoffarm wohnen (2017) | Schädlinge im Haushalt (2016) | Sehen und Hören (2007, 24 S.) | Senioren Et Labels (2017) | Sonnenschutz (2016, 24 S.) | Textilien (2007) | Yoga (2015, 32 S.) | Zähne pflegen (2014, 24 S.)

Umwelt & Nachhaltigkeit Abfall-ABC (2019) | Basiswissen Strom sparen (2018) | Beleuchtung (2016) | Blauer Engel (2008) | Das EU-Energielabel (2016) | Elektrosmog (2016) | Energiesparende Haushaltsgeräte (2020, 20 S.) | Holz & Holzprodukte (2011) | Klimafreundlich einkaufen (2019) | Konsum im Wandel (2015) | Leihen, teilen, gebraucht kaufen (2012, 24 S.) | Nachhaltig durch das Jahr (2019) | Nachhaltig einkaufen (2011, 24 S.) | Nachhaltig leben (2012, 24 S.) | Nachhaltig reisen (2012, 24 S.) | Nachhaltige Labels (2018) | Nachhaltige Mobilität (2012, 24 S.) Nachhaltige Unternehmen (2008) | Nachhaltiger Handel(n) (2014) | Nachhaltiger Tourismus & Labels (2017) Papier & Papierprodukte (2013) | Permakultur (2019) | Plastikärmer leben (2018) | Wie Oma gärtnern (2012, 24 S.)

Weitere Themen

Digital fotografieren (2007, 24 S.) | Fairer Handel (2012, 24 S.) | Freiwillig engagieren (2014) | Ihr gutes Recht: Erben & Vererben (2011, 24 S.) | Internet (2013, 24 S.) | Internet-Mythen (2017) | Langlebige Haushaltsgeräte (2018) | Lebensstile & Labels (2014) | Nanotechnologien im Alltag (2015) | Ratgeber Eltern (2010, 24 S.) Richtig helfen (2013, 20 S.) | Ruhestand gestalten (2011, 24 S.) | Studium finanzieren (2010) | Tiergerecht leben (2015) | Verbraucherrechte beim Einkauf (2015) | Verbraucherwegweiser (2014, 24 S.)

Umfang: 16 Seiten (soweit nicht anders angegeben), Einzelpreis: 2,00 Euro zzgl. Versand Allgemeine Geschäftsbedingungen und Versandkosten unter www.verbraucher.com

EINFACH BESTELLEN | SEITE KOPIEREN | THEMENHEFTE MARKIEREN | PER BRIEF, MAIL ODER FAX ABSCHICKEN

Weitere Angebote sowie Downloads unter www.verbraucher.com

