

Verbraucher konkret

Mitgliedermagazin der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.



HERAUSFORDERUNG:
KOSTENLOSES
TRINKWASSER

RECUP: MEHRWEG STATT MÜLL | ERFOLGREICH: „KLIMA ÄNDERT DICH!“ | UMFRAGE: „DAS BEWEGT UNS!“ | INTERVIEW: „VERBÄNDE SIND EIN PFEILER DER DEMOKRATIE“ | PFLEGE: AM LIEBSTEN ZUHAUSE

Bundesverband
Die Verbraucher Initiative e.V.
www.verbraucher.org

Informieren.
Motivieren.
Gestalten.



4 HERAUSFORDERUNG: KOSTENLOSES TRINKWASSER

Leitungswasser zu trinken ist umweltfreundlich und kostengünstig. Laut EU-Trinkwasserrichtlinie sind der Zugang zu Trinkwasser und seine Verwendung zu fördern. Neben der Installation von öffentlichen Brunnen empfiehlt das Regelwerk, kostenloses Trinkwasser auch in Restaurants anzubieten.

6 SPEZIAL: VORBEUGEN & HELFEN

Viele Unfälle entstehen durch Stress, Überforderung und Unachtsamkeit. Wir geben Tipps zur Vorbeugung und Erstversorgung.



8 RECUP: MEHRWEG STATT MÜLL

In keinem EU-Land entsteht mehr Verpackungsmüll als in Deutschland. Dabei gibt es längst gute Lösungen. Allerdings müssen Verbraucher diese kennen – und nutzen wollen. Wir stellen einen vielversprechenden Anbieter vor.



10 ERFOLGREICH: REALLABOR „KLIMA ÄNDERT DICH!“

Seit dem 1. Juli dieses Jahres führt die VERBRAUCHER INITIATIVE das Projekt „Klima ändert Dich!“ durch. Der Bundesverband macht das Thema Klimaanpassung damit erstmals bewusst zum Erprobungsfeld privater Haushalte.



11 NACHHALTIGKEIT: NEUES VON CARE

Die Sommermonate wurden für die Durchführung mehrerer Verbraucher-Workshops genutzt. Wir haben uns die Workshop-Ergebnisse angesehen.



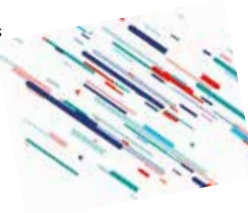
12 INTERVIEW: „VERBÄNDE SIND EIN PFEILER DER DEMOKRATIE“

Die VERBRAUCHER INITIATIVE feiert im Oktober ein besonderes Jubiläum. Seit 30 Jahren leitet Georg Abel den Bundesverband.



15 UMFRAGE: „DAS BEWEGT UNS!“

Digitalisierung, Künstliche Intelligenz (KI), Klimawandel, multiple Krisen – die VERBRAUCHER INITIATIVE nimmt dies zum Anlass für eine Konsumentenbefragung.



17 INTERVIEW: „VERLIERER IST AM ENDE DER KLIMASCHUTZ“

Im Gespräch mit Eva Rössler, Unternehmenssprecherin von ClimatePartner

24 LABEL: DAS EUROPÄISCHE UMWELTZEICHEN

Das Europäische Umweltzeichen (kurz: EU-Umweltzeichen oder EU Ecolabel) wurde 1992 von der Europäischen Kommission ins Leben gerufen.

27 PFLEGE: AM LIEBSTEN ZU HAUSE

Viele pflegebedürftige Personen möchten so lange wie möglich in den eigenen vier Wänden bleiben. Sie können verschiedene Leistungen in Anspruch nehmen. Wir geben einen Überblick.



30 INTERNETTIPPS: NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL

Viele Menschen nehmen häufig Nahrungsergänzungen ein. Ratsam ist, sich vor dem Kauf umfassend zu informieren. Wir sagen, wo Sie entsprechende Informationen finden.



- 18 RECHTSTIPPS
- 19 MELDUNGEN
- 23 FINANZTIPPS
- 29 BUCHTIPPS
- 32 BROSCHÜRENÜBERSICHT

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

Leitungswasser ist ein gut kontrolliertes, preisgünstiges Lebensmittel von hervorragender Qualität. Es punktet auch bei der Umwelt, da es CO₂ und Verpackung spart. Ausreichendes Trinken sorgt für Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit. Zu wenig Trinken führt zu Kopfschmerzen, Schwindel, Vergesslichkeit und Verwirrtheit. Die EU-Trinkwasserrichtlinie empfiehlt deshalb u. a., dass der Zugang zu Trinkwasser für alle und vor allem für vulnerable Gruppen gesichert sein soll. Erreicht werden soll dies durch Wasserspender an öffentlichen Orten und in öffentlichen Gebäuden. Restaurants sollen Wasser kostenlos oder gegen eine geringe Gebühr zur Verfügung stellen.

Ich bin beruflich und privat viel unterwegs. Im In- und Ausland besuche ich deshalb häufig Restaurants und erlebe naturgemäß ganz unterschiedliche Essens- und Servicequalitäten. Zum Service in vielen Ländern gehört Leitungswasser zum Essen. In Frankreich, Spanien oder Italien bieten Restaurants dieses ganz selbstverständlich kostenlos zu den Mahlzeiten an. In Deutschland findet man dagegen diesen einfachen, preisgünstigen Service eher selten.

Leider scheint auch das entsprechende Bewusstsein – zumindest beim Deutschen Hotel- und Gaststättenverband – nicht vorhanden zu sein. Die DEHOGA antwortet auf unsere Anfrage ganz formal: „Der Service von Leitungswasser ist eine gastgewerbliche Leistung, für die Kosten entstehen“. Und weiter heißt es: „Man stelle sich vor, 15 durstige Radfahrer bestellen je einen halben Liter Leitungswasser“. Mal abgesehen, dass es sicherlich in Frankreich mehr Radsportler als hierzulande geben dürfte, sind mir auch keine Mel-

dungen über Gastrobetriebe bekannt, die dort wg. des kostenlosen Leitungswassers Pleite gegangen sind.

Vielmehr zeigen diese Antworten des „Sprachrohrs“ der Gastrobranche leider eine erschreckende, wenig zukunftsfähige Serviceeinstellung. Sie passt aber zu anderen Statements dieses Verbandes: Ob politische Entscheidungen zur Mehrwertsteuer, zum Smiley-System oder zu Mehrwegverpackungen – stets formuliert der Lobbyverband scharf seine ablehnende Kritik.

Ob Lebensmittel- und Energiekosten, Personalproblematik oder verhaltene Konsumentennachfrage – die Gastrobranche hat es aktuell nicht leicht. Während meines Studiums war ich an einer Bonner Gaststätte beteiligt. Ich weiß auch aus dieser Zeit: Gewonnen wird der „Kampf“ um den Gast nicht über Verbandsstatements, sondern über Qualität und Service im Lokal. Nur wenn diese stimmen, sind Menschen bereit – gerade in den heutigen Zeiten – Geld außer Haus auszugeben.

Bei Einnahmen von 20–30 Euro fürs Essen plus Getränken kann die ökonomische Situation nicht vom Leitungswasser abhängen. Ein Liter davon kostet rund 0,004 Euro und ist also eher ein Zeichen von Kundenorientierung und Gastfreundschaft. Und wo diese spürbar sind, gebe ich gerne mein Geld aus.



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 Post oder Mail an uns richten: Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., Wollankstraße 134, 13187 Berlin, 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 3/2024 – MitgliederMagazin der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. | September 2024 | ISSN 1435-3547 | Herausgeber: Verbraucher Initiative Service GmbH | Redaktion: Wollankstr. 134, 13187 Berlin, Tel. 030/53 60 73-3, 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), Dr. Kristin Stechemesser (KS), Guido Steinke (GS), Marina Tschernezki | Fotos: soweit nicht anders angegeben: iStock | 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 steuerlich absetzbaren Mitgliedsbeitrag enthalten.

HERAUSFORDERUNG

KOSTENLOSES TRINKWASSER IN RESTAURANTS



(GA/ABB) Leitungswasser zu trinken ist umweltfreundlich und kostengünstig. Laut EU-Trinkwasserrichtlinie sind der Zugang zu Trinkwasser und seine Verwendung zu fördern. Neben der Installation von öffentlichen Brunnen empfiehlt das Regelwerk, kostenloses Trinkwasser auch in Restaurants anzubieten. Während letzteres in anderen EU-Ländern seit langem üblich ist, tut sich Deutschland noch immer ausgesprochen schwer damit.

Die Vorteile von Leitungswasser sprechen für sich. Das Lebensmittel benötigt keine Verpackung, keine Transportwege, ist immer verfügbar, von einwandfreier Qualität und sehr preisgünstig. Ein Liter kostet inklusive Entsorgung durchschnittlich nur 0,004 Euro (0,4 Cent).

Wasser und insbesondere Leitungswasser wird von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung als Durstlöcher empfohlen. Neben Wasser sind ungezuckerte Kräuter- und

Früchtetees und Fruchtsaftchorlen gut geeignet. Etwa 1,5 Liter sollten es jeden Tag sein, an heißen Sommertagen können auch drei Liter und mehr benötigt werden.

TRINKWASSER IM ÖFFENTLICHEN RAUM

Die Vorgabe der EU-Trinkwasserrichtlinie, Leitungswasser an öffentlichen Orten wie Fußgängerzonen, Parks und Einkaufszentren bereitzustellen, musste bis Anfang 2023 in nationales Recht umgesetzt werden. In Deutschland wurden entsprechende Anpassungen des Wasserhaushaltsgesetzes vorgenommen.

Inzwischen gibt es in zahlreichen Städten und Gemeinden öffentliche Brunnen wie das Verzeichnis der Initiative „Trinkwasser unterwegs“ zeigt. Weitere Projekte wie die vom Verein „atiptap“ initiierte „Wasserwende“ setzen sich in Zusammenarbeit mit örtlichen Wasserversorgern

und anderen Partnern dafür ein, die Vorteile von Trinkwasser bekannter zu machen und den Zugang zu kostenfreiem Wasser im öffentlichen Raum zu verbessern.

An den Brunnen kann der Durst gestillt und Wasserflaschen können für die weitere Verwendung aufgefüllt werden. Der Aufkleber der Initiative „Refill“ an der Ladentür kennzeichnet Geschäfte und andere Betriebe mit geregelten Öffnungszeiten, bei denen das unterwegs ebenfalls kostenlos möglich ist.

TRINKWASSER IN GASTSTÄTTEN

In Ergänzung zu der verpflichtenden Vorgabe schlägt die EU-Trinkwasserrichtlinie Maßnahmen vor, mit denen die Regierungen der Mitgliedsstaaten den Konsum von Trinkwasser zusätzlich fördern können. Doch hierzulande werden die Betreiber von Restaurants und Kantinen nach wie vor nicht angehal-





TIPPS

- Wenn Sie gerne zum Essen Leitungswasser trinken möchten, fragen Sie im Restaurant danach. Um am Ende keine unliebsamen Überraschungen zu erleben, klären Sie, ob dafür eine Gebühr dafür anfällt und wenn ja, in welcher Höhe.
- Schauen Sie auf den Preis, wenn Gaststätten Leitungswasser gegen Gebühren abgeben. Wegen der geringen Kosten für Leitungswasser sollte es deutlich günstiger sein als das Mineralwasser in Flaschen.

ten, ihren Kunden Leitungswasser kostenlos oder zumindest gegen eine geringe Gebühr zur Verfügung zu stellen.

Das liegt zum großen Teil an den heftigen Widerständen der Branchenverbände. Argumentiert wird unter anderem mit dem Arbeits- und Reinigungsaufwand. Zudem wird befürchtet, dass andere Getränke nicht mehr oder nur in geringen Mengen konsumiert werden, wenn es kostenfreies Leitungswasser gibt.

Das liegt zum großen Teil an den heftigen Widerständen der Branchenverbände. Argumentiert wird unter anderem mit dem Arbeits- und Reinigungsaufwand. Zudem wird befürchtet, dass andere Getränke nicht mehr oder nur in geringen Mengen konsumiert werden, wenn es kostenfreies Leitungswasser gibt.

Dass der Ausschank von Leitungswasser in deutschen Restaurants auch auf freiwilliger Basis funktionieren kann, zeigen verschiedene Beispiele. Für eine Reihe von Gastwirten ist es mittlerweile selbstverständlich, dem Gast auf Wunsch Leitungswasser zu reichen, das Getränk über die Getränkekarte anzubieten oder Karaffen und Zapfanlagen für die Selbstbedienung zur Verfügung zu stellen. Zum Teil erfolgt die Abgabe kostenlos als Serviceleistung oder als Bestandteil des Restaurantkonzeptes, zum Teil wird eine Gebühr erhoben.

VORBILD FRANKREICH

In Frankreich ist es gesetzlich geregelt, dass Restaurants kostenlos Leitungswasser servieren müssen. Die Regelung besteht bereits seit 1967 und legt fest, dass das Trinkwasser zum Gedeck gehört, ebenso wie Teller, Besteck, Servietten, Gewürze und Brot.

In anderen europäischen Ländern ist es ebenfalls Pflicht, Trinkwasser in Restaurants und anderen Gaststätten kostenlos auszuschenken, beispielsweise seit einigen Jahren in Großbritannien und seit kurzem

in Spanien. In Großbritannien müssen Gastwirte, die eine Lizenz zum Ausschank von Alkohol haben, auf Nachfrage kostenlos Trinkwasser abgeben. Das ist in den Bedingungen für die Schanklizenzen festgelegt. In Spanien sind die Regelungen im Gesetz zur Abfall- und Kreislaufwirtschaft verankert. Ziel ist hierbei vor allem, den Verbrauch an Einwegflaschen und den damit verbundenen Plastikmüll einzudämmen.

Auch in Ländern wie Schweden, Dänemark, Norwegen, Österreich und Italien ist es üblich, Trinkwasser kostenlos zum Essen im Restaurant anzubieten oder auf Wunsch zu servieren – ohne missbilligende Blicke des Servicepersonals oder Diskussionen.

PRO TRINKWASSER

Da Leitungswasser sehr preisgünstig ist, entstehen dem Gastwirt kaum Kosten für die Anschaffung. Kostenloses Trinkwasser anzubieten, ist daher ein zusätzlicher Service und ein Zeichen von Gastfreundschaft, das zur Kundenbindung und Zufriedenheit der Gäste beitragen kann.

Wie die Beispiele aus anderen Ländern zeigen, können Restaurants und andere gastronomische Betriebe durchaus gut existieren

und ihr Auskommen haben, auch wenn sie kostenloses Trinkwasser abgeben. Zu dramatischen finanziellen Einbußen durch den Trinkwasserausschank kommt es dort ganz offensichtlich nicht. Das Argument, dass Gäste keine anderen Getränke mehr bestellen, wenn es kostenfreies Leitungswasser gibt, scheint sich nicht zu bestätigen. Wer Wein, Bier oder ein alkoholfreies Erfrischungsgetränk zum Essen trinken möchte, wird sich durch Leitungswasser kaum davon abbringen lassen. Es wählt ja auch nicht jeder das preisgünstigste Gericht von der Karte, nur weil es wenig kostet.

Als weiteres Argument wird angeführt, dass für das Reinigen der Wassergläser oder -karaffen und das Servieren des Trinkwassers Kosten durch die Arbeitszeit und die Reinigungsmittel anfallen. Auf der anderen Seite reduzieren sich der Transport, das Schleppen und die Lagerung von Wasserkästen sowie das Sortieren und die Kühlung der Flaschen. Trinkwasser auszuschenken kann daher auch eine nachhaltige Entscheidung sein, die umweltbewusste Gäste zu schätzen wissen. Zudem kann mit einer geringen Servicepauschale dem Wunsch der Gäste nach Leitungswasser entsprochen und der Aufwand des Betriebes gedeckt werden.

INFORMATIONEN

- Trinkwasser unterwegs, www.trinkwasser-unterwegs.de, Verzeichnis von Brunnen in Deutschland
- atiptap e. V., <https://atiptap.org/> › Projekte › Wasserwende
- Refill Deutschland, <https://refill-deutschland.de/>, Verzeichnis von Refill Stationen und Trinkbrunnen

VORBEUGEN & HELFEN



(ABB) Viele Unfälle entstehen durch Stress, Überforderung und Unachtsamkeit. Auch körperliche Veränderungen und Beeinträchtigungen können eine Rolle spielen. Im Notfall ist besonnenes und schnelles Handeln gefragt. Wir geben Tipps zur Vorbeugung und Erstversorgung.

Planen Sie bei Arbeiten im Haushalt, beim Heimwerken, der Gartenarbeit und der Teilnahme am Straßenverkehr ausreichend Zeit ein, gehen Sie überlegt vor, konzentrieren Sie sich auf die Tätigkeit oder den Weg und lassen Sie sich nicht ablenken.

Erledigen Sie eine Aufgabe nach der anderen anstatt mehrere Tätigkeiten gleichzeitig oder nebenbei bewältigen zu wollen. Nehmen Sie sich insgesamt nicht zu viel vor und planen Sie zudem ausreichende Pausen ein, um etwas zu essen, zu trinken und sich auszuruhen. Verlegen Sie die Arbeiten auf den nächsten Tag, wenn Sie merken, dass Sie müde und unaufmerksam werden.

Passen Sie Erledigungen und Unternehmungen an das Wetter an. Bedenken Sie, dass bei Hitze der Kreislauf, die Konzentrationsfähigkeit und Ihre Aufmerksamkeit leiden können. Dadurch kann Ihre Sicherheit gefährdet sein. Gehen Sie daher bevorzugt am Vormittag nach draußen, wählen Sie schattige Wege und klimatisierte Verkehrsmittel. Halten Sie im Haus tagsüber Türen, Fenster sowie Jalousien oder Gardinen geschlossen. Verschieben Sie anstrengende Tätigkeiten auf kühlere Tage.

WAS SIE NOCH TUN KÖNNEN

- Lassen Sie Ihre Seh- und Hörfähigkeit prüfen und tragen Sie Brille und Hörhilfen, falls notwendig. Setzen Sie eine Sonnenbrille auf, um die Augen zu schützen und nicht geblendet zu werden.
- Falls Sie Medikamente nehmen, prüfen Sie, ob Nebenwirkungen wie Müdigkeit, Konzentrationsprobleme, Schwindel oder Gleichgewichtsstörungen auftreten können und lassen Sie sich ärztlich beraten, wie Sie damit umgehen können und ob es Alternativen gibt.

- Bewegen Sie sich regelmäßig und ausreichend, bauen Sie Übungen zur Kräftigung, für das Gleichgewicht und die Koordination mit ein, um beweglich zu bleiben und die Körperkraft zu erhalten.
- Wenn das Stehen und Gehen Probleme bereiten, sprechen Sie Ihren Arzt oder Ihre Ärztin an. Möglicherweise können die Beschwerden gelindert werden oder Gehhilfen zur Unterstützung eine Lösung sein.
- Digitale Assistenzsysteme und Smart-Home-Anwendungen können dazu beitragen, dass Sie in Ihrer Wohnung besser zurechtkommen. Beispiele sind Sensoren oder Sprachassistenten für die Lichtsteuerung, eine Abschaltautomatik für elektrische Geräte, Alarmsensoren für Feuer, Wasser und Gas oder zur Erkennung von Stürzen und Hausnotrufsysteme.
- Der Abbau von Barrieren oder barrierefreie Umbauten können ebenfalls die Sicherheit verbessern und die Selbstständigkeit fördern. Lassen Sie sich z. B. bei Wohnberatungsstellen beraten und klären Sie Fördermöglichkeiten.
- Hinterlegen Sie für Notfälle eventuell einen Schlüssel zu Ihrer Wohnung bei einer Person Ihres Vertrauens.



Informieren.
Motivieren.
Gestalten.

Bundesverband
**Die Verbraucher
Initiative e.V.**



IM NOTFALL

- **GRUNDSÄTZLICH:** Rufen Sie den Notruf unter 112. Warten Sie beim Gespräch mit der Leitstelle auf Fragen und geben Sie möglichst genau Auskunft: Wo ist es passiert? Was ist passiert? Wie viele Verletzte? Welche Arten von Verletzungen? Welche Symptome liegen vor? Warten Sie auf Rückfragen und legen Sie nicht auf. Das Gespräch wird von der Leitstelle bzw. Polizei beendet. Bleiben Sie so ruhig wie möglich und leisten Sie Erste Hilfe.
- **BEI STROMUNFÄLLEN:** Berühren Sie die verunfallte Person nicht und ziehen Sie den Stecker oder schalten Sie die Sicherung aus.
- **BEI VERBRENNUNGEN UND VERBRÜHUNGEN:** Kühlen Sie mit lauwarmem Wasser und decken Sie die betroffenen Stellen ab. Entfernen Sie die Kleidung nicht.
- **BEI VERGIFTUNGEN:** Reichen Sie bei leichteren Symptomen stilles Wasser oder Tee zum Trinken, wenn sie durch Verschlucken von giftigen Flüssigkeiten ausgelöst wurden. Sind Augen oder Haut betroffen, spülen Sie mindestens 15 Minuten mit klarem Wasser. Wenden Sie sich an einen Arzt, Krankenhaus oder das nächstgelegene Giftinformationszentrum, um die weiteren Schritte zu klären. Rufen Sie bei schweren Symptomen den Notarzt und geben Sie möglichst genau Auskunft über die auslösenden Substanzen, Symptome und Maßnahmen. Führen Sie kein Erbrechen herbei.
- **BEI SCHNITTVERLETZUNGEN UND ANDEREN WUNDEN:** Bei kleineren Wunden stoppt die Blutung nach wenigen Minuten von selbst. Sie sollten vorsichtig gesäubert und mit einem Verband versorgt werden. Legen Sie bei tieferen Wunden einen Druckverband an. Decken Sie die Wunde mit einer sterilen Wundauflage ab und befestigen Sie sie mit einer Fixierbinde. Legen Sie ein Druckpolster auf die Wunde und fixieren Sie es.



ERSTE HILFE

Gehen Sie nach dem HELD-Schema vor: H – Hilfe holen, Notruf auslösen, E – ermutigen, trösten, L – Lebenswichtige Funktionen kontrollieren, D – Decke unterlegen, Person zudecken.

Ist die Person bei Bewusstsein, helfen Sie der Situation entsprechend. Ist die Person bewusstlos, atmet aber, bringen Sie sie in die stabile Seitenlage. Atmet die verunglückte Person nicht, führen Sie eine Herz-Lungen-Wiederbelebung mit Herzdruckmassage und Beatmung im Wechsel durch.

Um im Notfall sicher helfen zu können, ist es ratsam, das Wissen aus einem Erste-Hilfe-Kurs mindestens alle drei Jahre aufzufrischen. Prüfen Sie außerdem regelmäßig Ihre Hausapotheke, ersetzen Sie fehlende Medikamente und halten Sie Verbandszeug bzw. ein Erste-Hilfe-Set bereit.

- **IM BRANDFALL:** Bewahren Sie Ruhe. Bringen Sie sich in Sicherheit, warnen Sie andere Personen und helfen Sie ihnen, das Haus zu verlassen. Schließen Sie beim Verlassen der Wohnung Türen und Fenster. Halten Sie bei starkem Rauch ein Tuch vor Mund und Nase. Nutzen Sie Fluchtwege, keinen Aufzug.

INFORMATIONEN

- Aktion Das sichere Haus (DSH), <https://das-sichere-haus.de/> › Sicher alt werden, Sicher im Alltag, Sicher im Garten
- Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V. (ADAC), www.adac.de › Services: Fahrsicherheitstraining
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. (ADFC), Radfahrschule für Erwachsene: <https://radfahrschule.adfc.de/>
- FUSS e.V., Senioren sicher mobil, <https://www.senioren-sicher-mobil.de/> › Tipps

RECUP

MEHRWEG STATT MÜLL



(MB) In keinem EU-Land entsteht mehr Verpackungsmüll als in Deutschland – Tendenz seit Jahren steigend. 2021 lag der Jahresverbrauch pro Kopf Destatis-Angaben zufolge hierzulande bei 237 Kilogramm. Es wird angenommen, dass neben der Zunahme des Online-Versandhandels auch To-Go-Verpackungen aus der Gastronomie wesentliche Treiber dieser Entwicklung sind. Selbst Maßnahmen zur Förderung von Mehrwegverpackungen sowie verschärfte Pfandpflichten konnten den traurigen Mülltrend bislang nicht aufhalten, dabei gibt es längst gute Lösungen. Allerdings müssen Verbraucher diese kennen – und nutzen wollen. Wir stellen einen vielversprechenden Anbieter vor.

In Deutschland sind inzwischen gleich mehrere Mehrweg-Pfandsysteme im Umlauf.

FÜNDIG WERDEN

Alle bundesweit teilnehmenden Partnerbetriebe von RECUP bzw. REBOWL finden Sie entweder direkt über die Suchfunktion auf der Unternehmenswebseite (<https://recup.de/>) oder über die spezielle RECUP-App (downloadbar für Android & iOS im jeweiligen Store).

Seit seiner Gründung im Jahr 2016 hat sich das Münchener Start-up reCup GmbH zum derzeit größten Anbieter hierzulande entwickelt. Der Name ist angelehnt an die englische Bezeichnung

„cup“ für Becher oder Tasse, das „re“ wiederum steht für Recycling. Aktuell kooperiert das Unternehmen nach eigener Aussage mit über 20.000 Partnerbetrieben im ganzen Bundesgebiet, darunter z. B. Alnatu-

ra, Bio Company, Denny Biomärkte sowie zahlreiche inhabergeführte Gastro-Betriebe. Der Vorteil: Das flächendeckend verfügbare System ist an das allseits bekannte und von Verbrauchern gelernte Flaschen-Pfand-System angelehnt. Seit diesem Jahr ist reCup mit seinem Angebot auch auf den österreichischen Markt vertreten.

RECUP FÜR GETRÄNKE

Aktuell bietet das Unternehmen Mehrweg-Pfandbecher in den vier Größen 0,5, 0,4, 0,3 und 0,2 Liter sowie einen für alle Formate passenden, separaten Deckel an. Nach eigener Aussage eignen sich die aus dem als unbedenklich geltenden Kunststoff Polypropylen (PP) gefertigten Behältnisse gleichermaßen für warme wie Kaltgetränke. Sie sind zudem bruchsicher, lebensmittelecht und spülmaschinenfest, bis zu 1.000 Spülgänge soll das Material aushalten können. An den Aus- und Abgabestellen der Partnerbetriebe werden die in Deutschland hergestellten RECUP-Becher und -Deckel gegen ein Pfand von je einem Euro pro Stück herausgegeben und wieder angenommen. Die RECUP-Mehrwegbecher sind seit 2020 mit dem „Blauen Engel“ zertifiziert und Gewinner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2024.

REBOWL FÜR SPEISEN

Neben den RECUP-Bechern bietet das Unternehmen seit 2019 auch Mehrweg-Schalen für Speisen an, genannt REBOWL (von engl. „bowl“ = Schale oder Schüssel).

Auch diese sind aus unbedenklichem Polypropylen (PP) gefertigt, werden jeweils mit einem passenden Deckel herausgegeben und sind aktuell in vier Größen erhältlich: eine große Schale (1.100 ml), eine große Schale mit Trennsteg (910ml) sowie je eine kleine Schale (550ml) mit normalem und eine mit erhöhtem Deckel inkl. Luftschlitzen. Die REBOWL-Schalen sind ebenfalls bruchsicher und spülmaschinenfest (bis zu 500 Spülgänge), zusätzlich jedoch auch noch mikrowellengeeignet (es wird empfohlen, die Deckel vorher abzunehmen). Jede REBOWL-Schale inkl. Deckel kann gegen ein Pfand von fünf Euro ausgeliehen werden.

SO FUNKTIONIERT DAS PFANDSYSTEM

Partnerbetriebe, beispielsweise Cafés, Restaurants, Bäckereien, Kioske, Kantinen und Tankstellen, zahlen einen fixen monatlichen Nutzungsbeitrag und werden so Teil des Mehrwegsystems. Sie leihen sich eine gewünschte Menge Mehrwegbehältnisse gegen Pfand bei reCup aus und geben diese gegen denselben Pfandbetrag an ihre Kundschaft weiter. Sie verpflichten sich dazu, benutzte RECUP- bzw. REBOWL-Behälter ungespült zurückzunehmen und das Pfand an die Kunden auszubehalten. Dabei ist es egal, ob ein Behältnis zuvor bei genau diesem Betrieb ausgeliehen wurde oder ursprünglich bei einem ganz anderen Partner. Im Anschluss werden die zurückgegebenen Behältnisse von den Gastronomiebetrie-

Fotos: reCup





VERLOSUNG

Sie sind neugierig geworden und möchten das Angebot von reCup gerne selbst testen? Dann senden Sie bis 31.10.2024 eine kurze Email mit dem Stichwort: „RECUP“ an mail@verbraucher.org und nennen Sie uns Ihre nächstgelegene reCup-Anlaufstelle (Partnerbetrieb).

Unter allen Einsendungen verlosen wir ein komplettes Starter-Set inkl. aller RECUP-Becher und REBOWL-Schalen. Viel Erfolg!

Die Teilnahme ist ab 18 Jahren möglich.
Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



trieben professionell gereinigt und können dann erneut an Kunden ausgegeben werden. Assortierte Behältnisse nimmt reCup zurück, zahlt das Pfand aus und führt sie dem Recycling zu. Die Recycling-Quote liegt Unternehmensangaben zufolge bei 100 Prozent. Übrigens: Auch Lieferdienste wie z. B. Lieferando, Uber Eats und Wolt sind aktuell Teil des reCup-Systems. Für dieses Partner gibt es ein digitales Pfandsystem.

VIELE VORTEILE FÜR VERBRAUCHER

Um am Mehrweg-System von reCup teilzunehmen, müssen sich Konsumenten weder irgendwo registrieren, noch zuvor eine App oder ein Programm installieren. Jeder kann wirklich jederzeit ein- und aussteigen. Mittlerweile sind die Reichweite und Verfügbarkeit des Angebots bundesweit so groß, dass es z. B. möglich ist, einen in Köln ausgeliehenen RECUP-Becher

nach einer Zugfahrt in München zurückzugeben, ohne dass dabei Müll angefallen ist. In ländlichen Regionen kann die Nutzung allerdings nach wie vor schwieriger sein. Die Becher und Schalen bestehen zudem durch ihre Robustheit, Pflegeleichtigkeit und ansprechende Ästhetik, was die Gewöhnung daran weiter vereinfacht.

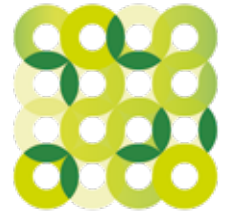
RECHTSLAGE

Auch für Betriebe lohnt sich die Teilnahme am reCup-System in vielen Fällen, da sie zum einen der Kundenbindung und -gewinnung dient und sich zum anderen Kosten für Einweg-Behältnisse einsparen lassen. Ferner kann sie ggf. auch auf betriebsinterne Nachhaltigkeits-

ziele einzahlen. Allerdings fahren die meisten Partnerbetriebe weiterhin zweigleisig, d. h. sie bieten sowohl weiter Einweg-Behältnisse als auch die Mehrweg-Lösung für Take-away-Waren an. Übrigens: Zur Bereitstellung letzterer sind Betriebe mit mehr als fünf Mitarbeitern und über 80qm Verkaufsfläche seit Inkrafttreten der sogenannten Mehrwegangebotspflicht zum 01.01.2023 ohnehin verpflichtet. Kleinere Betriebe wiederum müssen zumindest sicherstellen, dass sie selbstmitgebrachte Behältnisse von Kunden befüllen können. So oder so sollten sie sichergehen, dass sie das „Handling“ (Logistik, Reinigung etc.) im reCup-System stemmen können.

MEHR INFOS ZUM THEMA MEHRWEG

- Informationsplattform: <https://wegweiser-mehrweg.de/>
- Interaktive Mehrweg-Karte mehrwegmap.wwf.de
- Umsetzungsallianz: <https://mehrweg-einfach-machen.de/>



ERFOLGREICH

REALLABOR „KLIMA ÄNDERT DICH!“

(VI) Seit dem 1. Juli dieses Jahres führt die VERBRAUCHER INITIATIVE das Projekt „Klima ändert Dich!“ durch. Der Bundesverband macht das Thema Klimaanpassung damit erstmals bewusst zum Erprobungsfeld privater Haushalte. Herzstück des einjährigen Projektes ist das gleichnamige Reallabor, eine mehrwöchige Testphase mit „echten“ Haushalten aus ganz Deutschland.

Den Startschuss für das Reallabor „Klima ändert Dich!“ gab ein digitales Auftakt-Treffen am 29. August, im Rahmen dessen den Teilnehmenden der Ablauf vorgestellt wurde.

Am 2. September startete das Reallabor dann mit Bekanntmachung der ersten von insgesamt vier sogenannten „Wochenaufgaben“ – einer Abfrage zum Wissens- bzw. Informationsstand der Haushalte sowie deren Erwartungen und Wünschen – ganz offiziell. 35 Haushalte aus 10 Bundesländern hatten sich zu diesem Zeitpunkt angemeldet, darunter Familien-, Senioren- sowie jüngere Single-Haushalte. Das gemeinsame Motiv: Mehr darüber erfahren, wie man im und mit dem Klimawandel leben kann.

„Das Interesse am Reallabor war von Anfang an groß“, so Referatsleiterin Miriam Bätzing, „die erste Anmeldung hatten wir binnen weni-

gen Stunden nach Veröffentlichung unseres Aufrufs“. Dass das Thema bei Verbrauchern verfährt, wundert die Projektbetreuerin nicht: „Neueste Klimazahlen sprechen eine eindeutige Sprache. Wir Menschen in Europa müssen jetzt anfangen, Klimaveränderungen mitzudenken“. Schon länger ist bekannt, dass die Erderwärmung auf dem Kontinent noch schneller voranschreitet als im globalen Durchschnitt. Auch das am 1. Juli 2024 hierzulande in Kraft getretene Klimaanpassungsgesetz (KAnG) könnte die Aufmerksamkeit für das Thema zuletzt weiter erhöht haben.

Den ganzen September über bearbeiteten die teilnehmenden Haushalte pro Woche jeweils eine „Wochenaufgabe“. Nach der Wissensabfrage in Woche 1 folgten in Woche 2 ein „Selbst-Check“ zum Thema Schutz vor Extremwetterereignissen, in Woche 3 eine „Hausaufgabe“ im Rahmen der Woche der Klimaanpassung 2024 (<https://zentrum-klimaanpassung.de/wdka2>)

und in Woche 4 ein weiterer „Selbst-Check“ zum Thema Gesundheit. Die Ergebnisse des Reallabors werden aktuell durch das Projektbüro ausgewertet und sollen u. a. in einen 20-seitigen Verbraucherratgeber zum Thema häusliche Klimaanpassung einfließen. Für Anfang Oktober ist noch eine Abschlussbefragung geplant. Teilnehmende, die alle Aufgaben vollständig bearbeitet haben, erhalten am Ende einen Einkaufsgutschein als Aufwandsentschädigung.

Ziel des Reallabors war nicht nur, vertiefenden Einblick in den Status Quo privater Klimaanpassungsmaßnahmen in Deutschland zu gewinnen, sondern den Teilnehmenden darüber hinaus Gelegenheit zu bieten, sich dem Thema auf spielerische Art und in Gemeinschaft „Gleichgesinnter“ zu nähern. „Wir wollten erstens Bewusstsein schaffen und zweitens zum Handeln anregen – nicht zuletzt sollte das Reallabor aber auch Spaß machen“, betont Bätzing.

SCHON GEWUSST?

Seit dem 1. Juli 2024 gilt in Deutschland das neue **Klimaanpassungsgesetz (KAnG)**. Es zielt darauf ab, die Bevölkerung und die öffentliche Infrastruktur besser vor den Folgen des Klimawandels zu schützen. Demnach muss die Bundesregierung bis 30.09.2025 eine Klimaanpassungsstrategie mit messbaren Zielen vorlegen. Zu diesem Zweck sind außerdem Klimarisikoanalysen zu erstellen. Regelmäßiges Monitoring soll die Erreichung dieser Ziele überprüfen. Ferner werden auch die Länder beauftragt, eigene Klimaanpassungsstrategien vorzulegen und umzusetzen, die den jeweiligen lokalen Gegebenheiten und Risiken gerecht werden. Zum Nachlesen finden Sie das neue Bundesgesetz unter <https://www.recht.bund.de/bgbl/1/2023/393/VO>.



EINBLICK

NEUES VON CARE

TERMIN: Am 10. Oktober 2024 führt die VERBRAUCHER INITIATIVE mit dem CARE-Projektpartner CSCP von 13:00-14:30 Uhr einen Kreativ-Workshop auf dem Forum Citizen Science 2024 in Hamburg durch. Thema: Neue Ansätze für Zirkularität zuhause. Interessierte Forum-Besucher können sich vor Ort anmelden. Mehr unter: www.mitforschen.org/veranstaltungen/forum-citizen-science-2024/programm.

(MB) Pünktlich zum Herbstbeginn startet das Projekt CARE in eine neue Phase. Nachdem die Sommermonate für die Durchführung mehrerer Verbraucher-Workshops an fünf Standorten in Europa – darunter Berlin – genutzt wurden, beginnt nun die Vorbereitung einer länderübergreifenden Testphase (Start 2025) mit 100 europäischen Haushalten. Wir haben uns die Workshop-Ergebnisse genauer angesehen.

Die Workshops hatten das Ziel, die Bedürfnisse „echter“ Haushalte besser zu verstehen, wenn es um Zirkularität von Lebensmitteln und Kleidung geht. Zu diesem Zweck kamen mehrere Kreativ-Methoden zum Einsatz, im Rahmen derer auch erste Ideen und sogar Prototypen entwickelt wurden.

DAS HAT DER BERLINER WORKSHOP GEZEIGT

Fast alle Teilnehmenden sehen Lebensmittelverschwendung als Problem und setzten bereits Maßnahmen wie Resteverwertung und – vereinzelt – Foodsharing um. Es besteht ein klarer Wunsch nach mehr Wissen über Haltbarkeit, Maßnahmen gegen Verschwendung,

unverpackten Lebensmitteln sowie besseren lokalen Infrastrukturen (z. B. Sammelstellen für überschüssige Lebensmittel). Barrieren für zirkuläres Verhalten sind fehlende Motivation, Bequemlichkeit und die Dominanz von Plastikverpackungen, während Umweltbewusstsein, finanzielle Vorteile und gemeinschaftliches Handeln als Treiber wirken. Zukünftige Ziele der Teilnehmenden sind die Reduzierung von Lebensmittelabfällen, bessere Einkaufsplanung und die systematische Weitergabe von Resten. Lösungsvorschläge umfassten z. B. Rückgabemöglichkeiten für überschüssige Lebensmittel in Supermärkten und Bildungsangebote in Schulen.

Bei Kleidung waren die Teilnehmenden zwar ebenfalls über ökologische und soziale Probleme informiert, hatten jedoch weniger emotionalen Zugang zum Thema. Einige kaufen nach eigener Aussage bereits bewusster ein, tragen Kleidung möglichst lange, geben sie weiter und bevorzugen ökologisch produzierte sowie Second-Hand-Kleidung. Auch hier wurden mehr Wissen und praktische Fähigkeiten, wie Nähen, gefordert sowie der Wunsch nach besserer Verfügbarkeit umweltfreundlicher Kleidung geäußert. Relevante Hür-

den sind Wissenslücken, fehlende handwerkliche Fähigkeiten, hohe Kosten für nachhaltige Kleidung und Unsicherheiten in Bezug auf die Vertrauenswürdigkeit von Second-Hand-Anbietern. Motivierend wirken hingegen Kosteneinsparungen, längere Haltbarkeit hochwertiger Kleidung, Vorteile für Umwelt und Gesundheit – auch für künftige Generationen. Persönliche Ziele waren mehr Reparieren, längere Nutzung, weniger Neukäufe, verstärkte Verwendung nachhaltiger Materialien und frühzeitige Bildung.

LÄNDERVERGLEICH

Insgesamt beteiligten sich 55 europäische Bürger an den Workshops. Die länderübergreifende Analyse bestätigt weitgehend die Eindrücke aus Berlin. Besonders auffällig ist, dass unabhängig von kulturellen Unterschieden Alltagsaspekte (Zeit, Platz, Haushaltsgröße), fehlende handwerkliche Fertigkeiten und defizitäre Infrastrukturen zirkuläres Handeln erschweren – trotz vorhandenen Wissens.


www.verbraucher60plus.de


Kostenlose, tipporientierte Informationen zu den Themen Ernährung, Gesundheit, Schlafen, Energie sparen, Holz, Klima, Internet und Abzocke. Ein „Wegweiser“ verweist auf seriöse und kompetente Beratungsangebote. Unter „Aktuelles“ stehen tägliche Meldungen zu unterschiedlichen Verbraucher- und Seniorentemen.

INTERVIEW

„VERBÄNDE SIND EIN PFEILER DER DEMOKRATIE“



(MB) Die VERBRAUCHER INITIATIVE feiert im Oktober ein besonderes Jubiläum. Seit 30 Jahren leitet Georg Abel (65) den Bundesverband: Eine Zeit voller Erfolge für die Verbraucherarbeit, spannender Weggefährten, bereichernde Begegnungen und gelegentlicher Rückschläge. Eine persönliche Rückschau auf eine bewegte Verbandsgeschichte.

Du hast 1994, damals noch in Bonn, die Geschäftsführung übernommen. Was reizte Dich an der Stelle?

Bonn ist ein großes Dorf, man kannte sich oft persönlich: Aus der Kneipe sowie der parlamentarischen und außerparlamentarischen Arbeit. Der Grundgedanke eines organisierten, umweltorientierten Gegengewichts zur Wirtschaft gefiel mir ebenso wie die unterschiedlichen Themenkampagnen. Die Kombination aus Inhalten und deren medialer Übersetzung – zuvor war ich jeweils einige Jahre Pressesprecher der

NRW-Grünen sowie Geschäftsführer einer Journalistenvereinigung – fand ich spannend. Aktionsorientierte, außerparlamentarische Arbeit als Gegenpol zur Parlamentsarbeit – der visionäre VI-Gründer Gerd Billen, das langjährige VI-Vorstandmitglied Brigitta Poppe und ich gehörten zur grünen Lokalfraktion – war mir wichtig. Schon damals war uns klar, Veränderungen sind ein politischer Marathonlauf. Und: Unabhängige Verbände sind ein Pfeiler der Demokratie!

Wie kann man sich die Verbandsarbeit Anfang der 90er Jahre vorstellen?

VI-Kampagnen wie „Kein Krieg für Öl!“, die „Aktion Sauberes Trinkwasser“ oder der jahrelange Holzschutzmittel-Prozess banden viele personelle und finanzielle Ressourcen. Die Grundidee der Gründer war Unabhängigkeit, die aus einer Eigenfinanzierung aus Mitgliedsbeiträgen und Einzelspenden erfolgen sollte. Dieser ehrenwerte, optimis-

tische und kampagnenorientierte Ansatz ohne staatliche Gelder führte aber zu realen Schulden. Eine meiner ersten Aufgaben war es deshalb, diesen Weg in die Pleite zu stoppen und zu einer Neuorientierung des Bundesverbandes beizutragen. Es gab damals dazu umfangreiche Dialogprozesse: Letztendlich haben wir uns auf eine stärkere Projektausrichtung – auch über öffentliche Zuschüsse – verständigt.

Vermisst Du gelegentlich die Bonner Zeiten?

Persönlich vermisse ich als gebürtiger Bonner das Rheinland! Medial reichte damals eine lokale Verpackungsaktion vor dem ALDI für eine umfängliche Berichterstattung, heute müssen unsere Aktivitäten anspruchsvoll verknüpft sein. Der Aufwand ist auch angesichts starker medialer Konkurrenz in jeder Hinsicht deutlich gestiegen. Verbandsintern waren es damals turbulente Zeiten: So deckten wir z.B. medienwirksam den „Babykost-



1994



dm-drogeriemarkt: Infosäulen in den Märkten

1995



Selbstversuch: Der FIGURA-FIT-Abnehmtest mit Kollegin Ulrike Wöll



Holzschutzmittelprozess: Familie Zapke ist eine der Betroffenen.

1996



1997

Unternehmenstester: Transparenz zeigen, Verbrauchermacht einsetzen

GESCHICHTE

Die VERBRAUCHER INITIATIVE wurde im Sommer 1985 von 12 engagierten Bürgerinnen und Bürgern in einer Bonner Privatwohnung ins Leben gerufen. Noch im selben Jahr erfolgte die Vereinsgründung mit Gerd Billen als erstem Vorsitzenden. 1999 geschah der Umzug nach Berlin. Über die Jahre hat sich der Bundesverband immer weiter professionalisiert und zahlreiche Initiativen, Kampagnen, Studien und Projekte auf Länder-, Bundes- und EU-Ebene umgesetzt. Das nächste Jubiläum steht bereits bevor: Im Juni 2025 wird der Bundesverband 40 Jahre alt. Ein achtseitiger Rückblick auf diese Jahrzehnte erscheint in den nächsten Wochen.



Skandal“ auf, beteiligten uns am „Unternehmenstest“, einer Idee u.a. von Volkmar Lübke, und starteten unser Info-Angebot in regionalen dm-Märkten. Über den anspruchsvollen Ansatz von Vorstandsmitglied Gerd Spelsberg, bei Gentechnik wissenschaftlich, verständlich und online zu informieren, wurde oft und mit viel Leidenschaft diskutiert. Manche auch persönlich geführten Diskussionen banden rückblickend viel Zeit und Energie, letzten Endes haben sie uns aber weitergebracht.

Der Bundesverband zog 1999 nach Berlin. Was war die größte Herausforderung?

Der mit dem Umzug verbundene Verlust langjähriger Mitarbeiter war schwierig für einen kleinen Verband, der besonders vom Engagement der Beschäftigten lebt. Leider gingen dabei auch Fachwissen und Netzwerke verloren. Auf der anderen Seite standen die genutzten Chancen einer intensiveren Fokussierung auf Projekte und einer strukturellen

Professionalisierung. Natürlich wäre der eigene Anspruch eines „Bundesverbandes“ am Rhein schlechter als in der Hauptstadt einlösbar gewesen.

Wie hat sich die Verbandsarbeit seitdem verändert?

Weiterhin sind die Themenfelder Umwelt, Ernährung und Gesundheit unser Standbein. Nachhaltigkeit, Internet, Abzocke, Dauerpreise, Smart Shopping oder Fairer Handel ergänzen diese Verbandsschwerpunkte. Wir haben auch schon vor über 15 Jahren begonnen, die wachsende Zielgruppe Älterer anzusprechen.

Heute müssen wir vielschichtiger agieren, d.h. neben breiterer Medienarbeit regionale Veranstaltungen stemmen, neben zielgruppengerechter Informationsarbeit Forschungsvorhaben und Online-Angebote hinbekommen. Das kann nur funktionieren, wenn die engagierte Arbeit der Mitarbeitenden durch einen ehrenamtlichen Vorstand sowie viele Mitglieder und private Spender getragen wird. Unsere vor dreißig

Jahren existierenden Lokalgruppen haben wir heute durch ein örtliches Netzwerk thematisch interessierter Gruppen teilweise ersetzen können.

Ist es heute schwieriger geworden, Verbraucherarbeit zu machen?

Eindeutig Ja: Größere Themenvielfalt, mehr Intensität bei den Einzelthemen, unterschiedliche Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen, veränderte mediale Gewohnheiten, Flut von (Online-) Angeboten, Digitalisierung, höhere Personal- und Sachkosten sind nur einige Stichworte. Zur Ehrlichkeit gehört, dass sachliche Verbraucherarbeit wenig spendenträchtig ist und unsere Mitgliederzahlen seit der Gründung immer hinter unseren Vorstellungen zurückgeblieben sind. Schwieriger geworden ist auch die Aktivierung von Verbrauchern, z. B. bei der Mitwirkung in Testhaushalten, Fokusgruppen oder bei Befragungen, und die Gewinnung Ehrenamtlicher für den Bundesvorstand oder als Rechnungsprüfer.

1998



Klimakampagne „Meine Agenda 21“: Bundesvorsitzender Dieter Kublitz mit Bundesumweltministerin Angela Merkel



Webseite: Freischaltung von www.labelonline.de

2000



Internationale Tagung: „Außergerichtliche Streitbeilegung beim Online-Handel“

2002

2004-2007



Fair-Trade-Kampagne: vielfältige Aktionen, viel prominente Unterstützung ...

2008- heute



Aktivitäten für Ältere: Veranstaltungen, Vorträge, Webseite, Online-Magazin ...

2012



Berlin, Alexanderplatz: Infoaktion rund um Getränkeverpackungen



2021

Wasserprojekt Bayern: Ratgeber, landesweite Informationstour, Radiobeiträge ...



2024

CARE: mehrjähriges EU-Projekt u.a. zur Reduktion von Lebensmittelabfällen sowie zur Langlebigkeit von Textilien

Hattest Du in den Jahren ein besonderes Herzensprojekt?

Das eine Projekt gibt es nicht: Ich habe das Glück, an vielen unterschiedlichen Projekten – zum Teil als Projektleiter – beteiligt zu sein: Sie reichten von unserer mehrjährigen, preisgekrönten und millionenschweren Fair-Trade-Kampagne „fair feels good“ mit über 70 ehrenamtlich tätigen Promis wie Franziska van Almsick, Otto Waalkes, Peter Sodann oder Claus Theo Gärtner über das millionenfach vertriebene „Energie-Sparbuch“ bis hin zu unserer Aktion mit über 250.000 Unterschriften zum blutigen Wollgeschäft in Australien, die dort zu einer Gesetzesänderung führte. Und natürlich lernt man bei manchen Themen auch selbst etwas hinzu.

Junge Menschen fragen sich oft: Wie bewahrt man sich über so lange Zeit die Begeisterung für seinen Job?

Die Mischung, u.a. aus sinnhafter und vielseitiger Tätigkeit, das Gefühl, etwas zu bewegen, kreative Prozesse mit Anderen, die Möglichkeit, ausprobieren zu können, macht's. Das sorgt für berufliche Abwechslung – und für eine persönliche Zufriedenheit jenseits des Gehaltszettels.

Was, glaubst Du, sind die Verbraucherthemen von morgen?

Es geht weniger um einzelne (Zukunfts-)Themen wie Klima, Digitalisierung oder gesunde Ernährung, sondern mehr um die grundsätzliche Entwicklung unserer Gesellschaft. Also darum, wie in einer älter werdenden, krisengeplagten Gesellschaft generationsübergreifend und wertschätzend miteinander umgegangen wird. Letztendlich muss man – auch bei herausfordernden Themen – einen gesellschaftlichen Konsens finden. Angesichts von zunehmendem Populismus, dem

Vertrauensverlust in demokratische Institutionen und einer fehlenden gesamtgesellschaftlichen Vision braucht es mehr denn je faktenbasiert und unabhängig arbeitende Verbände.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE hat sich – auch dank Dir – stetig weiterentwickelt. Wo siehst Du den Bundesverband in Zukunft?

Vielfältige Projekte, herausfordernde Weiterentwicklungsprozesse und unterschiedliche Kooperationen macht man nicht alleine! Den strategisch wichtigen Berlin-Umzug hätte es ohne den achtköpfigen Bundesvorstand unter dem vorausschauenden Vorsitzenden Dieter Kublitz wohl nicht gegeben.

Ich bin dankbar, in den Jahrzehnten mit so vielen tollen Menschen zusammengearbeitet zu haben. Ohne diese Personen, deren Vertrauen und die zugebilligten Spielräume wäre mir Vieles nicht möglich gewesen. Und letztendlich waren diese Personen eindeutig in der Überzahl gegenüber Bedenkenträgern und Bremsern, die es manchmal in der Geschäftsstelle auch gab.

Zum Ausblick: Die VERBRAUCHER INITIATIVE muss unabhängig bleiben! Wir brauchen dafür mehr Einzelspender und – vor allem jüngere – Mitglieder. Wir sollten uns bei den Projekten noch stärker differenzieren mit unterschiedlicheren Geldgebern und Themen. Wir müssen den kritischen Blick auf Politik, Wirtschaft und auch auf uns selbst bewahren. Es ist nötig, unsere Medienpräsenz vor allem in den sozialen Netzwerken auszubauen. Und warum sollten wir nicht über einen – natürlich anbieterunabhängigen – Influencer für Verbraucherthemen oder eine „Online-Akademie“ nachdenken?

Vielen Dank für den spannenden und ehrlichen Einblick!



„DAS BEWEGT UNS!“

Digitalisierung, Künstliche Intelligenz (KI), Klimawandel, multiple Krisen – Themen, Interessensschwerpunkte und Mediengewohnheiten verändern sich in einem nie dagewesenen Tempo. Die VERBRAUCHER INITIATIVE nimmt dies zum Anlass für eine Konsumentenbefragung. Mit Ihrer anonymen Beteiligung helfen Sie uns, die Verbraucherperspektive besser zu verstehen. Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

I: VERBRAUCHERTHEMEN

Frage 1: Wie wichtig sind Ihnen folgende Verbraucherthemen? Bitte kreuzen Sie an:

| | nicht wichtig | wenig wichtig | teil, teils | eher wichtig | sehr wichtig |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Umwelt- & Klimaschutz | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Datenschutz & -sicherheit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gesundheit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ernährung & Tierwohl | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Digitalisierung | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Nachhaltige Produkte | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Preise | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Versicherungen & Investments | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Andere (bitte nennen): _____ | | | | | |

Frage 2: Haben folgende neuere Verbraucherthemen für Sie an Relevanz gewonnen? Bitte kreuzen Sie an:

| | nicht wichtig | wenig wichtig | teil, teils | eher wichtig | sehr wichtig |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| KI & virtuelle Realitäten | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Klimaanpassung | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Automatisierung des Alltags (u.a. Smart Home) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gesundheitstechnologie & Telemedizin | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Digitale Identität & Inklusion | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fleischalternativen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| „New Work“ (d.h. Neue Arbeitsformen) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Neue Wohnformen & Smart Cities | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gesellschaftlicher Zusammenhalt | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Andere (bitte nennen): _____ | | | | | |

II: MEDIENGEWOHNHEITEN

Frage 3: Wie häufig nutzen Sie folgende Medien, um sich über Verbraucherthemen zu informieren? Bitte kreuzen Sie an:

| | nie | selten | gelegentlich | häufig | sehr häufig |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Tages- & Wochenzeitungen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Webseiten | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Soziale Medien | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Radio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| TV | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Podcasts | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fachvorträge (online & Präsenz) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Andere (bitte nennen): _____ | | | | | |

Frage 4: Als wie glaubwürdig empfinden Sie folgende „Absender“ von Verbraucherinformationen? Bitte kreuzen Sie an:

| | nicht glaubwürdig | wenig glaubwürdig | teil, teils | eher glaubwürdig | sehr glaubwürdig |
|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Politik | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Unternehmen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Verbraucher-/Umweltorganisationen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Medien | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Influencer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Prominente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Andere (bitte nennen): _____ | | | | | |

Frage 5: Wie hilfreich empfinden Sie folgende Formate, wenn Sie sich zu (neuen) Themen informieren? Bitte kreuzen Sie an:

| | nicht hilfreich | wenig hilfreich | teils, teils | eher hilfreich | sehr hilfreich |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Kurze Artikel (Text) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Längere Berichte (Text) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Erklär-Videos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Instagram-Inhalte | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Online-Vorträge | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Podcasts | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Andere (bitte nennen): _____ | | | | | |

Frage 6: Wie bewerten Sie den Einfluss von Influencern* auf Ihr eigenes Informationsverhalten? Bitte kreuzen Sie an:

*Personen, die durch Präsenz und Reichweite in Sozialen Medien Meinungen und Kaufentscheidungen anderer beeinflussen.
 sehr gering eher gering teils, teils eher hoch sehr hoch

III: ZUFRIEDENHEIT

Frage 7: Wie zufrieden sind Sie mit den Themenschwerpunkten der VERBRAUCHER INITIATIVE? Bitte kreuzen Sie an:

unzufrieden eher unzufrieden neutral eher zufrieden sehr zufrieden

Frage 8: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Angeboten der VERBRAUCHER INITIATIVE? Bitte kreuzen Sie an:

| | unbekannt | unzufrieden | eher unzufrieden | neutral | eher zufrieden | sehr zufrieden |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Print-Magazin „Verbraucher konkret“ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Online-Magazin „Verbraucher6oplus“ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Monatliche Themenheftreihe | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Telefonische Rechts-/Mitgliederberatung | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Webseite www.verbraucher.org | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Webseite www.verbraucher6oplus.de | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Webseite www.zusatzstoffe-online.de | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Veranstaltungen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Instagram-Account | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Frage 9: Welche (neuen) Themenschwerpunkte würden Sie sich von der VERBRAUCHER INITIATIVE wünschen?

Frage 10: An welchen vorstellbaren Angeboten bzw. Formaten der VERBRAUCHER INITIATIVE könnten Sie sich vorstellen teilzunehmen bzw. mitzuwirken? Bitte kreuzen Sie nur Zutreffendes an (Mehrfachnennung möglich):

- Verbraucherbeirat (= berät den Bundesverband)
- Online-Community (= Austausch der Mitglieder)
- Influencer-Beiträge (= stärkt Verbraucherbelange in den Sozialen Medien)
- Podcast zu ausgewählten Verbrauchertemen
- Beiträge „von Verbrauchern für Verbraucher“
- „Jugend-Club“ (= Online-Angebote für Jüngere)
- „Senioren-Club“ (= Online-Angebote für Ältere)
- Patenmodell (= (ältere) Mitglieder übernehmen Beitragspatenschaft für Kinder und Jugendliche bzw. Schulklassen)

Weitere (bitte nennen): _____

IV: SOZIODEMOGRAFISCHE ANGABEN

Alter 18-29 30-45 46-60 +60
Geschlecht männlich weiblich divers

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

- Kein Schulabschluss Hauptschulabschluss Realschule (Mittlere Reife) Gymnasium (Abitur)
- Abgeschlossene Ausbildung Bachelor Master, Diplom oder höher Andere

Welchem Haushaltstyp gehören Sie an?

- Single-Haushalt Wohngemeinschaft Paarhaushalt ohne Kind(er) Familienhaushalt mit Kind(ern)

Wie hoch ist das durchschnittliche monatliche Nettoeinkommen (= verfügbares Einkommen) Ihres Haushalts?

- Bis 1.500 Euro 1.501–2.500 Euro 2.501–3.500 Euro 3.501–4.500 Euro Mehr als 4.501 Euro

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen bis zum **31. Oktober 2024** an die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., Wollankstr.134, 13187 Berlin oder als Scan per Mail an mail@verbraucher.org. Vielen Dank für Ihre Mitwirkung!



Foto: ClimatePartner

INTERVIEW

„VERLIERER IST AM ENDE DER KLIMASCHUTZ“

(GA) Klimafreundliche Produkte sind für Konsumenten schwer zu identifizieren. ClimatePartner berät Unternehmen bei ihrem Klimaschutzengagement und stellt Label zur Verfügung. Wir sprachen mit Unternehmenssprecherin Eva Rössler.

Unsere Mitgliederbefragung zeigt, Klimaschutz ist den meisten Befragten im Vergleich zur Vor-Corona-Zeit mindestens gleich wichtig. ClimatePartner hat zeitgleich mehrere Tausend Menschen online befragt. Was waren Ihre wichtigsten Ergebnisse?

Unsere Umfrage bestätigt den Eindruck: 75 % der Befragten wollen, dass Unternehmen ihr Klimaschutzengagement sichtbar machen, z. B. über eine Kennzeichnung auf der Produktverpackung. Rund 64 % würden ein solches Produkt sogar einem anderen vorziehen. Das ist für uns ein klares Signal: Klimaschutz spielt beim Einkauf weiterhin eine wichtige Rolle.

Die Erkennbarkeit klimafreundlicher Angebote ist oft eine Herausforderung, bspw. hinsichtlich Verständlichkeit und Informationstiefe. Was meinen die von Ihnen Befragten?

Laut unserer Umfrage bevorzugen Verbraucher:innen eine direkte Angabe auf dem Produkt. Hier müssen wir aber unterschiedliche Bedürfnisse berücksichtigen: Verbraucher:innen sollten auf einen Blick erkennen, welche Art von Klimaschutz geleistet wurde – z. B. Reduktionsmaßnahmen in der eigenen Wertschöpfungskette und/oder die Finanzierung von Klimaschutzprojekten. Der Platz auf Verpackungen ist allerdings sehr begrenzt. Bei unseren Labels „ClimatePartner-zertifiziert“ und „Finanzieller Klimabeitrag“ integrieren wir daher einen QR-Code/Link zu einer weiterführenden Web-

site, auf der bspw. der vollständige CO₂-Fußabdruck sowie konkrete Klimaschutzmaßnahmen sichtbar sind. Diese QR-Codes/Links werden laut unserer Umfrage als sinnvolle Option wahrgenommen.

Die vielfältigen Klimaaussagen vom „CO₂-Fußabdruck“ über „Klimaneutralität“ bis „Carbon Footprint“ überfordern Verbraucher:innen und Verbraucher sind eher weniger eine Orientierungshilfe beim Einkauf. Was ist Ihre Einschätzung beim Thema Konsumentenkommunikation?

ClimatePartner entschied sich 2023 dazu, statt unserem „klimaneutral“-Label die oben genannten Alternativen einzuführen. Für uns ist ausschlaggebend, dass Unternehmen ihr Klimaschutzengagement verständlich und ohne Risiko präsentieren können und dies auch für Verbraucher:innen nachvollziehbar ist. Klimakommunikation ist in den letzten Jahren zunehmend faktischer geworden - Verbraucher:innen sind heutzutage viel informierter. Wir erleben aber auch, dass es bei Unternehmen eine generelle Zurückhaltung bei der Kommunikation zum Klimaschutz gibt – aus Angst vor Greenwashing-Vorwürfen. Diesen Trend beobachten wir mit Sorge: Wenn Unternehmen aufhören, erfolgreiche Innovationen oder Maßnahmen zu kommunizieren, werden auch keine Impulse gesetzt, Erfahrungen ausgetauscht oder andere Unternehmen motiviert gleichzuziehen. Der Verlierer ist dann am Ende der Klimaschutz.

Bei unserer Umfrage liegen die Angaben auf dem Produkt und die persönlichen Empfehlungen vor Medienberichten. Eine Skepsis gibt es bei Informationsangeboten von Unternehmen. Wie kann „Einkaufswirkung“ erzeugt werden?

Im ersten Schritt sollte es Unternehmen nicht um die „Einkaufswirkung“ gehen, sondern darum, den Klimaschutz als langfristigen Bestandteil in der Unternehmensstrategie zu verankern. Klimaschutz ist viel mehr als ein Marketinginstrument. Es geht um eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Wenn Unternehmen konsequent danach handeln, bin ich überzeugt davon, dass Verbraucher:innen, aber bspw. auch Bewerber:innen, Journalist:innen oder auch andere Stakeholder das entsprechend wahrnehmen und würdigen.

Wir plädieren für eine übergreifende Zusammenarbeit von NGOs, unabhängigen Zertifizierern und fortschrittlichen Unternehmen. Ist dies für ClimatePartner anzustreben?

Der Austausch ist unglaublich wichtig, um weiter voranzukommen und voneinander zu lernen. Vor Einführung unserer neuen Label haben wir deshalb bspw. einen Stakeholder-Prozess gestartet, der die Meinung von Vertreter:innen aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und NGOs berücksichtigte. Aber auch bei anderen Themen wollen wir intensiver in den Dialog gehen – wenn wir mit anderen Marktakteuren an einem Strang ziehen, können wir noch mehr Transparenz und Sicherheit im Klimaschutz schaffen.

RADFAHREN

SICHER UNTERWEGS

Radfahren erfreut sich anhaltender Beliebtheit. Besonders Elektroräder sind derzeit gefragt. Aber ob mit oder ohne Motorunterstützung – wer mit dem Rad im Straßenverkehr unterwegs ist, sollte auf seine Sicherheit achten und wichtige Verkehrsregeln für Radfahrer kennen. Gemeinsam mit der DAHAG haben wir entsprechende Tipps zusammengestellt. Weitere Informationen finden Sie in dem „Ratgeber für Fahrradfahrer: Ihre Rechte im Straßenverkehr“ der DAHAG unter www.dahag.de/c/ratgeber/verkehrsrecht/ratgeber-fuer-fahrradfahrer.

FÜR IHRE SICHERHEIT

- **KLEIDUNG:** Tragen Sie einen Fahrradhelm und Schuhe, die Ihnen einen guten Halt bieten. Nutzen Sie Kleidung mit Reflektorstreifen oder tragen Sie eine Warnweste. Das ist besonders bei Dunkelheit ratsam.
- **MIT LICHT:** Fahren Sie unabhängig von der Tageszeit im Stadtverkehr und auf Landstraßen stets mit Licht. Schalten Sie auch auf anderen Strecken bei bedecktem Wetter, wechselnden Lichtverhältnissen, schattigen Wegen und einsetzender Dämmerung das Licht ein.
- **AUF DEM RADWEG:** Nutzen Sie Fahrradwege, Radfahrstreifen oder Fahrradstraßen, sofern vorhanden. Fahren Sie vorausschauend und rücksichtsvoll und passen Sie Ihre Geschwindigkeit dem Verkehr und der Situation an. Seien Sie besonders aufmerksam beim Abbiegen.
- **GEPÄCK GUT VERSTAUE:** Deponieren Sie Taschen und Gepäck in einem Fahrradkorb oder nutzen Sie Fahrradtaschen. Hängen Sie Taschen oder andere Lasten auf keinen Fall an den Lenker.
- **TECHNISCH ALLES OK:** Prüfen Sie in regelmäßigen Abständen die Verkehrssicherheit Ihres Fahrrades oder lassen Sie sie überprüfen.
- **OHNE ALKOHOL:** Wer unter Alkoholeinfluss Fahrrad fährt, riskiert seinen Führerschein. Die Rechtsprechung argumentiert, dass Personen, die mit einem hohen Promillewert auf dem Fahrrad erwischt werden, regelmäßig trinken und daher generell als Verkehrsteilnehmer ungeeignet sein könnten. Ab 1,6 Promille sind Fahrradfahrer absolut fahruntauglich und begehen eine Straftat. Radler, die durch eine fahrauffällige Fahrweise auffallen oder einen Unfall bauen, machen sich schon ab 0,3 Promille strafbar und müssen mit einer Anzeige rechnen.
- **ROTE AMPELN BEACHTEN:** Mit dem Rad rote Ampeln zu überfahren kann ebenfalls zu Punkten führen – auch hier kann bei Überschreitung der maximal erlaubten Punktzahl ein Fahrverbot die Folge sein.
- **RADWEG:** Radwege müssen nur dann benutzt werden, wenn sie durch entsprechende blaue Verkehrszeichen gekennzeichnet sind (§ 2 Abs. 4 Satz 2 StVO). Bis auf diese Ausnahme haben Radfahrer grundsätzlich Wahlfreiheit der Fahrbahn. Der Gehweg bleibt für sie jedoch tabu. Doch auch benutzungspflichtige Radwege müssen nicht befahren werden, wenn sie offensichtlich nicht befahrbar sind, beispielsweise bei Eis und Schnee, starken Schäden oder Hindernissen wie parkenden Autos oder Baustellen. Hier kommt es stets auf den Einzelfall an.

IHRE RECHTE KENNEN

- **MIT KOPFHÖRER:** Sie sind nicht grundsätzlich verboten. Ein Fahrzeugführer – also auch der Fahrradfahrer – ist selbst dafür verantwortlich, dass Sicht und Gehör nicht beeinträchtigt werden (§ 23 Abs. 1 StVO). Gegen Musik mit Kopfhörern ist beim Fahrradfahren daher nichts einzuwenden, wenn der Radler den Straßenverkehr, Hupen oder Klingeln wahrnimmt. Daher kommt es allein auf die Lautstärke der Musik an. Bei zu lauter Musik kann die Polizei jedoch ein Bußgeld von 15 Euro erheben.
- **NEBENEINANDER FAHREN:** Das dürfen Radfahrer dann, „wenn der Verkehr nicht behindert wird“ (§2 Abs. 4 StVO). Das ist etwa der Fall, wenn ein Auto mindestens 1,5 Meter Abstand zum Überholen einhalten kann.
- **HANDY NUTZUNG:** Das Telefonieren mit dem Handy während der Radfahrt ist verboten und kostet 55 Euro, wenn man erwischt wird. Das gleiche Verwarnungsgeld wird fällig, wenn andere Funktionen verwendet werden, z. B. SMS, fotografieren oder auf die Uhr schauen. Wie im Auto kann der Radfahrer mithilfe einer Freisprecheinrichtung, etwa einem Headset, während der Fahrt legal telefonieren.

In Kooperation mit der telefonischen Rechtsberatung durch die selbstständigen Partnerkanzleien der DAHAG Rechtsservices AG (Tel. 0900/18 75 000-10; 1,99 Euro pro Min., www.dahag.de).



GRÜNER STROM LABEL

(MB) Die diesjährige Mitgliederversammlung des Grüner Strom Labels e.V. fand am 18.09. in Berlin statt. Als langjähriger Trägerverband war die VERBRAUCHER INITIATIVE wie immer dabei. Der in Bonn ansässige Verband vergibt sowohl das „Grüner Strom“-Label für Ökostrom mit Mehrwert als auch das „Grünes Gas“-Label für umweltverträgliches Biogas. Seit dem vergangenen Jahr hat er mit kompass:grün, einer Nachhaltigkeitsberatung für gemeinwohlorientierte Organisationen, zudem ein neues Geschäftsfeld aufgebaut. Mehr unter <https://gruener-stromlabel.de/>.



NEUES VOM DIGITAL KOMPASS

(GS) Internet und Smartphone können das Leben erleichtern. Aber was ist, wenn man sich die Geräte nicht leisten kann? Am 17. Oktober gibt es einen Thementag „Digitale Teilhabe – auch wenn das Geld fehlt!“ <https://www.digital-kompass.de/termine/thementag-digitale-teilhabe-auch-wenn-das-geld-fehlt>.

Ab Juni 2024 gibt es die Bahncard nicht mehr als Plastikkarte, sondern nur noch in der App „DB-Navigator“. Da passt es gut, dass der Digital Kompass seine Anleitung „Der DB-Navigator – Mobil suchen und buchen“ überarbeitet und aktualisiert hat. <https://www.digital-kompass.de/node/1423>

VIELFÄLTIGER NRW-TAG

(VI) Ausgelassene Stimmung und hunderttausende Besucher auf dem Nordrhein-Westfalen-Tag am vergangenen Wochenende in Köln. Mit dabei war auch die VERBRAUCHER INITIATIVE. Zusammen mit dem Dortmunder ZWAR e.V. wurden die beiden Regionalprojekte „Train the Trainer“ und „Verbraucher60plus“ vorgestellt, die sich beide schon seit längerem gezielt an ältere Verbraucher wenden. Am 17. August gab es Informationen u.a. zum Thema „Künstliche Intelligenz“. Im und vor dem Zelt der Staatskanzlei NRW standen Experten beider Organisationen für Gespräche zur Verfügung. Besucht wurde der gemeinsame Informationsstand auch von Silke Gorißen, der Ministerin für Landwirtschaft und Verbraucherschutz in Nordrhein-Westfalen. Im Gespräch mit Marc Bagusch, Geschäftsführer des ZWAR e.V. (links) und Georg Abel, Bundesgeschäftsführer der VERBRAUCHER INITIATIVE, informierte sie sich aus erster Hand über die obigen Projekte.



Besucht wurde der gemeinsame Informationsstand auch von Silke Gorißen, der Ministerin für Landwirtschaft und Verbraucherschutz in Nordrhein-Westfalen. Im Gespräch mit Marc Bagusch, Geschäftsführer des ZWAR e.V. (links) und Georg Abel, Bundesgeschäftsführer der VERBRAUCHER INITIATIVE, informierte sie sich aus erster Hand über die obigen Projekte.



(VI) **Aufgegriffen:** Süddeutsche Zeitung, Lippische Zeitung, Aachener Zeitung... – gleich mehrere Zeitungen berücksichtigten Informationen aus der Titelgeschichte unseres neuen Online-Magazins ● **Viral:** Mit dem Thema Mundgesundheits beschäftigte sich Ende letzten Jahres eine Online-Veranstaltung der VERBRAUCHER INITIATIVE. Unlängst sind drei Videos mit Statements verschiedener Teilnehmer online gegangen ●

Rückblickend: Zum 40-jährigen Verbandsjubiläum 2025 veröffentlichen wir in der Dezemberausgabe unseres Verbrauchermagazins einen achtseitigen spotartigen Rückblick auf unsere Arbeit ● **Vielfältig:** Online-

Vorträge oder Präsenz-Veranstaltungen – über die unterschiedlichen Angebote der VERBRAUCHER INITIATIVE informiert die Veranstaltungsübersicht unter www.verbraucher60plus.de/veranstaltungen/ ● **Verlängert:**

Unser Regionalprojekt „Verbraucher60plus“ wurde bis zum 31.12.2026 verlängert. Geplant sind u. a. mehr Online-Vorträge, mehr Ausgaben des Online-Magazins und eine Studie zu den Mediengewohnheiten Älterer ●

DIALOG KOSMETIK

(GA) Beim Dialog Kosmetik treffen sich regelmäßig Vertreter von Verbänden, Industrie, Medizin, Überwachungsbehörden und Verbraucherschutz, um sich über verbraucherrelevante Themen zu Kosmetik auszutauschen. Die diesjährige Veranstaltung Anfang September beschäftigte sich mit der Frage, in welchem Umfang die Kennzeichnung von Kosmetikprodukten auf der Verpackung notwendig ist und welche Informationen auf anderen Wegen z. B. online zur Verfügung gestellt werden können. Abgesehen von zu erfüllenden rechtlichen Vorgaben gibt es hier Gestaltungsspielräume. Eine Möglichkeit wäre, digitale Apps wie die COSMILE-Europe-App des europäischen Fachverbandes der Kosmetik- und Körperpflegemittelindustrie als wissenschaftlich basierte Informationsquelle stärker einzubinden. Sie basiert auf der COSMILE-Europe-Datenbank, der europäischen Datenbank für kosmetische Inhaltsstoffe. Dort sind Informationen zu fast 30.000 in Kosmetika verwendeten Inhaltsstoffen hinterlegt. Für die VERBRAUCHER INITIATIVE nahm unsere Kollegin Alexandra Borchard-Becker an der zweitägigen Veranstaltung teil.



ONLINE-MAGAZIN

(GA) Die VERBRAUCHER INITIATIVE hat Mitte September eine neue Ausgabe ihres Online-Magazins „Verbraucher60plus“ (nicht nur) für die Zielgruppe Älterer veröffentlicht. Die aktuelle Ausgabe des kostenfreien Online-Magazins greift u. a. die Themen „Wohnen: Stürzen in Haus und Garten vorbeugen“, „Entspannung: So kommen Sie zur Ruhe und tanken neue Kraft“, „Service: Verbraucherschlichtungsstellen“, „Identitätsdiebstahl: So schützen Sie sich“ und „Klima: Smart in Küche & Bad“ auf. Zahlreiche Meldungen und Buchtipps runden das Angebot des tipporientierten, vierteljährlich erscheinenden Online-Magazin ab. Alle bisherigen Ausgaben finden man unter www.Verbraucher60plus.de (Medien/Online-Magazin). Interessierte können sich kostenlos in den Versandverteiler aufnehmen lassen und senden dafür eine formlose Mail an mail@verbraucher.org.



VERANSTALTUNGEN

(GA) Drei halbtägigen Veranstaltungen führte die VERBRAUCHER INITIATIVE im September im Rahmen des Regionalprojektes Verbraucher60plus durch: Das Thema Gesundheit stand am 18.09 in Recklinghausen und am 20.09. in Gelsenkirchen auf dem Programm. Die halbtägige Veranstaltung in Bad Sassendorf beschäftigte sich mit dem Thema Internet. Kostenlose Themenbrochüren zu den Veranstaltungsthemen gibt es unter www.verbraucher60plus.de (Medien/Materialien).



MEHR TAGESAKTUELLE MELDUNGEN UNTER WWW.VERBRAUCHER60PLUS.DE/MELDUNGEN/

TIPP



FRAGEN ZUR PFLEGE: BERATUNG NUTZEN

(ABB) Eine Pflegeberatung erhalten Sie bei Pflegekassen und -stützpunkten sowie Kommunen und Wohlfahrtsverbänden. Sie haben darauf Anspruch als pflegebedürftige Person und als pflegende Angehörige bzw. Angehöriger. Nutzen Sie die Pflegeberatung beispielsweise, um Unterstützung beim Ausfüllen des Pflegeantrages oder bei der Vorbereitung für die Begutachtung durch den Medizinischen Dienst zu erhalten. Pflegeberater oder Pflegestützpunkte sind außerdem die richtigen Ansprechpartner, wenn Sie später Fragen zu Ihrem Gutachten haben. Die Pflegeberater erläutern Pflegeleistungen und beraten Sie, welche in Ihrem Fall geeignet sind und wie sie sich am besten kombinieren lassen. So können Sie die individuell benötigten Leistungen auswählen, Kombinationsmöglichkeiten berücksichtigen und eine bedarfsgerechte Versorgung beantragen. Auch für pflegende Angehörige ist eine Beratung hilfreich, um zu klären, ob sie die zur Verfügung stehenden Mittel ausschöpfen oder ob sie noch mehr Entlastung für sich erreichen können. Adressen für Beratungsstellen in Ihrer Nähe finden Sie beispielsweise beim Zentrum für Qualität in der Pflege unter www.zqp.de > Beratungsdatenbank. Privat Versicherte wenden sich an die Firma Compass Private Pflegeberatung unter www.compass-pflegeberatung.de > Beratungsangebote. Die Beratung ist für Sie kostenfrei. Sie kann auf Wunsch zu Hause oder am Telefon durchgeführt werden.



(GA) in unserer monatlichen Themenheftreihe sind die folgenden Themen neu erschienen: „Pflege organisieren“ (Juni), „Nachhaltig feiern & schenken“ (Juli), „Unfällen im Alter vorbeugen“ (August), „Internet-Mythen“ (September) und „Generation 55+ & Labels (Oktober). 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.

TESTS IM OKTOBER 2024

Test 10/2024, www.test.de

- | PIZZA: Pizza Salami ist die beliebteste Tiefkühlpizza in Deutschland. Verkostet und analysiert wurden 21 Versionen des Klassikers, darunter drei vegane Varianten.
- | MATRATZEN: Lohnt es sich, für eine Matratze Tausende Euro auszugeben? Die Antwort liefert der Test von elf Federkern- und Schaumstoffmatratzen plus eine Rückschau auf die besten Matratzen aus früheren Untersuchungen. Außerdem wurden neun Kindermatratzen getestet.
- | BADREINIGER: Der Test vergleicht wie gut Markenprodukte und Eigenmarken sowie Kraftreiniger und klassische Badreiniger gegen Kalk, Schmutz und Seifenreste im Bad wirken. Die besten Pump-Sprays machen gründlich sauber, schonen Oberflächen und belasten Gewässer wenig.
- | WEITERE THEMEN: Laserdrucker, Snacks für Hunde, Kopfhörer, Leave-in-Conditioner, smarte Waagen

Finanztest 10/2024, www.test.de

- | WOHNGEBÄUDESCHUTZ: Für Hausbesitzer ist eine gute Wohngebäudeversicherung unverzichtbar. Ob durch Starkregen oder Unwetter – Elementarschäden sollten abgedeckt sein. Finanztest hat knapp 200 Policen von 72 Anbietern untersucht und sagt, welche Leistungen notwendig sind und wo Einsparungen möglich sind.
- | ETF-SPARPLÄNE IM TEST: Untersucht wurden Kosten und Auswahl von Direkt-, Fonds- und bundesweiten Filialbanken sowie Neobrokern im Hinblick auf geeignete Aktien- und Anleihen-ETF und Angebote von Sparplänen.
- | PREMIUM-KREDITKARTEN
- | WEITERE THEMEN: Onlinekonto-Betrug, nachhaltige Aktienfonds, Mängel bei Photovoltaik-Anlagen, Riester-Fondssparpläne, Steuern auf ETF und Fonds

ÖKO-TEST 10/2024, www.oekotest.de

- | TESTS: Haferflocken, Apfelsaft, Baked Beans, Feuchttücher ohne Duft- und Konservierungsstoffe, waschbare Kopfkissen, Allzweckcreme Naturkosmetik, Rasiermittel und Rasierseife
- | WEITERE THEMEN: Einkaufsratgeber Kopfkissen, Tipps & Tricks für besseren und gesünderen Schlaf, Melatonin-Produkte unter die Lupe genommen

REGENWASSERNUTZUNG

(GA) Regentonnen und Zisternen speichern Wasser nicht nur für Trockenheitsperioden im Garten. Auch im Haus gibt es vielfältige Möglichkeiten zur Nutzung des kostenlosen Nass. Wie genau das funktioniert, erfahren Interessierte in einem neuen Beratungsangebot der Verbraucherzentrale NRW.

Für die Zukunft gehen Fachleute von vermehrten Starkregentagen sowie längeren Trockenperioden aus – es wird also mehr Zeiten mit zu viel Wasser und Phasen mit zu wenig geben. Wer sein Regenwasser sinnvoll speichert, kann es an trockenen Tagen kostenlos in Garten und Haus nutzen. Das Projekt „KluGe“ (Anpassung an die Folgen des Klimawandels und umweltbewusste Grund-

stücksentwässerung und Abwasserentsorgung) der VZ NRW bietet eine kostenfreie Beratung dazu an. „Verbraucher können sich darüber informieren, welche Möglichkeiten es für ihren persönlichen Bedarf zur Regenwassernutzung gibt, welche Voraussetzungen gelten und worauf sie besonders achten sollten“, so Referentin Hanna Vitz.

Die weltweiten Süßwasservorräte sind begrenzt, nur etwa ein Prozent der Wassermenge auf der Erde kann als Trinkwasser genutzt werden. Systematische Regenwassernutzung kann dazu beitragen, diese wertvolle Ressource zu schonen und vor Verschwendung und Verunreinigung zu schützen. „In privaten Haushalten verbrauchen wir die größte Menge an Wasser übrigens



für Gartenbewässerung, Waschmaschine und Toilettenspülung. Wenn hier kostenloses Regenwasser zum Einsatz kommt, spart man Geld und schützt gleichzeitig unsere Trinkwasservorräte“, erklärt Hanna Vitz. Durch den verringerten Einsatz von Trinkwasser im Haushalt und eine niedrigere Abwassergebühr fallen auch weniger Kosten an. Kostenfreie Beratung zum Regenwassermanagement als E-Mail-Beratung (abwasser@verbraucherzentrale.nrw) oder telefonisch unter 0211 / 91380 1300 (Mi 14-16.30 Uhr, Fr 9-12 Uhr).

INTERVIEW

„DIE WELPEN SIND OFT UNGEIMPFT ODER TODKRANK“

(GA) Illegaler Welpenhandel ist ein grausames Geschäft, das zu Corona-Zeiten deutlich zugenommen hat. Oft stammen die Tiere aus osteuropäischen „Vermehrerfarmen“, werden von ihrer Mutter zu früh getrennt, leiden auf den Transporten und haben gesundheitliche Probleme. Über die aktuelle Situation sprachen wir mit Jana Gandert von VIER PFOTEN, der Stiftung für Tierschutz.

Der illegale Welpenhandel ist ein sehr komplexes Problem. Wie ist die heutige Situation?

Immer wieder belegen wir, dass Hunde und Katzen unter grausamen Bedingungen regelrecht produziert und tierschutzwidrig nach Deutschland eingeführt werden, um sie über das Internet anzubieten. Die Welpen sind oft ungeimpft oder todkrank. Bereits im ersten Halbjahr 2024

wurden mehr als 500 Tiere beschlagnahmt. Mehr zu dem Thema können sie in unserem jährlichen Report Illegaler Welpenhandel in Zahlen nachlesen.

Die Welpen werden den neuen Haltern oft an öffentlichen Plätzen übergeben. Was sind weitere Hinweise für Halter, die diese skeptisch machen müssen?

Inzwischen ist der illegale Handel mit Hundewelpen noch raffinierter geworden. Trotzdem gibt es ein paar Tipps:

- Die Übergabe sollte nur in der Aufzuchtstelle des Hundes stattfinden und das Muttertier angeschaut werden.
- Der Kauf sollte nur mit Kaufvertrag stattfinden.
- Der Welpen sollte über einen EU-Heimtierausweis verfügen, gechippt und geimpft sein und einen Impfpass haben.

Die geplante Novellierung des Tierschutzgesetzes ist eine Chance für gesetzliche Veränderungen. Was sind Ihre Vorschläge gegen dieses Tierleid?

Um diesem tragischen Geschehen ein Ende zu bereiten, braucht es gesetzliche Änderungen. Wir setzen uns im Rahmen der Novellierung des Tierschutzgesetzes ein für:

- Eine Kennzeichnungs- und Registrierungspflicht für Hunde und Katzen.
- Im Online-Handel müssen die Daten der Anbietenden verifiziert werden.
- Ein Verkaufsverbot für Tiere auf öffentlichen Plätzen.

Für mehr Informationen wenden sich Interessenten direkt an VIER PFOTEN (www.vier-pfoten.de).



SPÄTER IN RENTE GEHEN UND ZUSÄTZLICH KASSIEREN

EMPFEHLUNGEN DER FINANZTIP-REDAKTION

Angenommen, Sie haben das Rentenalter erreicht, haben aber noch Spaß an Ihrer Arbeit und möchten gerne noch eine Weile weiterarbeiten. Hier gibt es verschiedene Möglichkeiten, die sich finanziell lohnen können. Finanztip stellt sie näher vor.

Die „Rentenaufschubprämie“ ist eine neue Option, wenn Sie nach dem Erreichen der Regelaltersgrenze, die für die meisten Menschen 67 Jahre ist, weiterarbeiten, erst einmal auf Ihre Rente verzichten und dafür später von Zuschlägen profitieren möchten. Nach ersten, groben Berechnungen von Finanztip können dabei etwa 22.000 Euro extra für einen Durchschnittsverdiener herauspringen – bei zwei Jahren länger arbeiten. Denn sobald Sie nicht mehr arbeiten möchten, bekommen Sie alle Monatsrenten, auf die Sie in der Zeit verzichtet haben, auf einen Schlag als Prämie ausgezahlt – und obendrauf die Krankenkassenbeiträge, die sich die Rentenversicherung in dem Zeitraum gespart hat. Das sind 8,15 Prozent (bei einem durchschnittlichen Zusatzbeitrag) Ihrer monatlichen Rente.

Ein Beispiel

Das Thema ist recht kompliziert, deshalb hat sich Finanztip für die Modellrechnung für einen möglichst einfachen Fall entschieden – einen Durchschnittsverdiener Herrn X (45.358 Euro Jahresbrutto), der für seine Beiträge in die Rentenversicherung im Jahr deshalb auch genau einen Rentenpunkt bekommt. Nimmt er die reguläre Rente in Anspruch und arbeitet noch zwei Jahre weiter, bekommt er dafür rund 43.000 Euro Rente brutto. Davon bleiben ihm netto aber nur rund 25.000 Euro, wenn man einen durchschnittlichen Krankenkassen- sowie Pflegebeitrag und Steuer abzieht. Warum so wenig? Weil Herr X ja noch voll weiterarbeitet und deshalb einen hohen Steuersatz hat. Entscheidet er sich dagegen für die neue Rentenaufschubprämie, bekommt er nach zwei Jahren auf einen Schlag 47.000 Euro ausgezahlt. Und er macht nach zwei Jahren also 22.000 Euro Plus – denn im Gegensatz zur normalen monatlichen Rente wären die 47.000 Euro abgabenfrei.

Nach bisherigen Informationen soll die Prämie sozialabgabenfrei sein. Noch unklar ist derzeit, ob sie steuerlich begünstigt wird. Die Bundesregierung hat sich zunächst auf einen Gesetzesentwurf geeinigt, um Anreize zu schaffen, im Alter länger zu arbeiten. Der Entwurf muss noch durch den Bundestag. Mehr dazu in dem Finanztip-Artikel „Länger als 67 arbeiten und hohe Prämie kassieren: Wann das starten soll“ (<https://www.finanztip.de/daily/laenger-als-67-arbeiten-und-hohe-praemie-kassieren-wann-das-starten-soll/>).

Weitere Optionen

Nehmen Sie die Rentenaufschubprämie in Anspruch, können Sie gleichzeitig keines der bereits bestehenden Modelle nutzen.

Dazu gehört die „Rentenaufschubrente“, bei der Sie keine Rente bekommen, während Sie weiterarbeiten. Dafür erhalten Sie aber 0,5 Prozent Bonus auf die Rentenpunkte für jeden Monat, den Sie weitergearbeitet haben und zwar nicht nur auf die neu verdienten, sondern auch auf die alten Rentenpunkte.

Oder Sie lassen sich die Rente auszahlen und arbeiten weiter, zahlen aber von Ihrem Gehalt keine neuen Rentenbeiträge mehr. In dem Fall bekämen Sie den Arbeitgeberanteil zur Arbeitslosen- und Rentenversicherung ausgezahlt, falls Sie nicht weiter freiwillig einzahlen. Das wären 10,6 Prozent Ihres Bruttolohns. Auch diese Regelungen sind bisher nur geplant. Ob sie so umgesetzt werden, steht noch nicht fest.

Natürlich können Sie weiterhin auch einfach in Rente gehen, ohne weiterzuarbeiten oder sogar die Rente ab 63 nutzen – und auch das ist nach einem schon langen Arbeitsleben völlig in Ordnung.

Mehr Informationen finden Sie in dem Finanztip-Ratgeber zur gesetzlichen Rente unter: <https://www.finanztip.de/gesetzliche-rentenversicherung/> und bei der Bundesregierung in dem Beitrag „Mehr Anreize für längeres Arbeiten“ (<https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/arbeit-und-soziales/anreize-laenger-arbeiten-2306064>).

In Kooperation mit Finanztip (www.finanztip.de), Deutschlands Geld-Ratgeber. Finanztip ist Teil der gemeinnützigen Finanztip Stiftung. Kern des kostenlosen Angebots von Finanztip ist der wöchentliche Newsletter mit mehr als 1,4 Millionen Abonnenten. Darin beleuchten die Chefredakteure Hermann-Josef Tenhagen und Saidi Sulilatu gemeinsam mit ihrer Experten-Redaktion Themen, die für Verbraucher aktuell wichtig sind.

LABEL



DAS EUROPÄISCHE UMWELTZEICHEN

(KS) Das Europäische Umweltzeichen (kurz: EU-Umweltzeichen oder EU Ecolabel) wurde 1992 von der Europäischen Kommission ins Leben gerufen. Es fußt dabei auf einer gesetzlichen Grundlage – nämlich der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 des Europäischen Parlaments und des Europäischen Rates. Die Verordnung enthält Vorschriften für die Erstellung und die Anwendung des EU Ecolabels, sodass die zertifizierten Produkte während ihrer gesamten Lebensdauer geringere Umweltauswirkungen haben. Zudem soll gewährleistet werden, dass die Informationen über die Umweltauswirkungen genau, nicht irreführend und wissenschaftlich fundiert sind. Das EU Ecolabel ist in allen 27 EU-Mitgliedsstaaten sowie in Norwegen, Island und Liechtenstein anerkannt.

HOHER VERBREITUNGSGRAD

Das EU Ecolabel umfasst insgesamt 25 Produktgruppen, die in 11 Kategorien zusammengefasst sind. Im März 2024 waren insgesamt 95.758 Produkte und Dienstleistungen von insgesamt 2.743 Unternehmen mit dem EU Ecolabel ausgezeichnet. Von besonderer Bedeutung sind dabei die Heimwerkerprodukte wie Farben, Lacke und Holzlasuren mit 37.486 zertifizierten Produkten, die Papierprodukte mit 22.043 und die Wasch- und Reinigungsmittel mit 13.451 zertifizierten Produkten. Den höchsten Zuwachs im Vergleich zum September 2023 weisen aller-

dings die Beherbergungsbetriebe mit einem Plus von 85 neuen zertifizierten Hotels und Campingplätzen auf sowie die noch relativ neue Produktgruppe Kosmetikartikel, die weitere 17 zertifizierte Produkte gewinnen konnte. Die meisten zertifizierten Produkte gibt es in Spanien (15 %), Italien (15 %) und Frankreich (14 %). Deutschland folgt mit insgesamt 9.540 zertifizierten Produkten auf dem 4. Platz (10 %).

ERKENNTNISSE

Die im Jahr 2023 durch die Europäische Kommission durchgeführte Eurobarometer-Studie zeigte, dass 38 % der Europäerinnen und Europäer das EU Ecolabel kennen; in Deutschland sind es 29 % der Verbraucherinnen und Verbraucher. Letzteres deckt sich mit den Ergebnissen aus der in Deutschland 2022 durchgeführten Umweltbewusstseinsstudie des Bundesumweltministeriums und des Umweltbundesamtes.

Hervorzuheben ist außerdem, dass 69 % der Deutschen darauf vertrauen, dass Produkte mit dem EU-Umweltzeichen tatsächlich geringere Umweltauswirkungen haben als ähnliche Produkte auf dem Markt. Mehr als 75 % der Verbrauchenden in Deutschland vertreten außerdem die Auffassung, dass ein Umweltzeichen von einer unabhängigen Organisation überprüft werden sollte, um glaubwürdig zu sein. In Deutschland ist dies die RAL gemeinnützige GmbH, welche die gestellten Anträge der Unternehmen entgegennimmt und bei erfolgreicher Überprüfung zertifiziert.

TRANSPARENT, MULTI-KRITERIELL, LEBENSZYKLUSBASIERT UND HOHES AMBITIONSNIVEAU

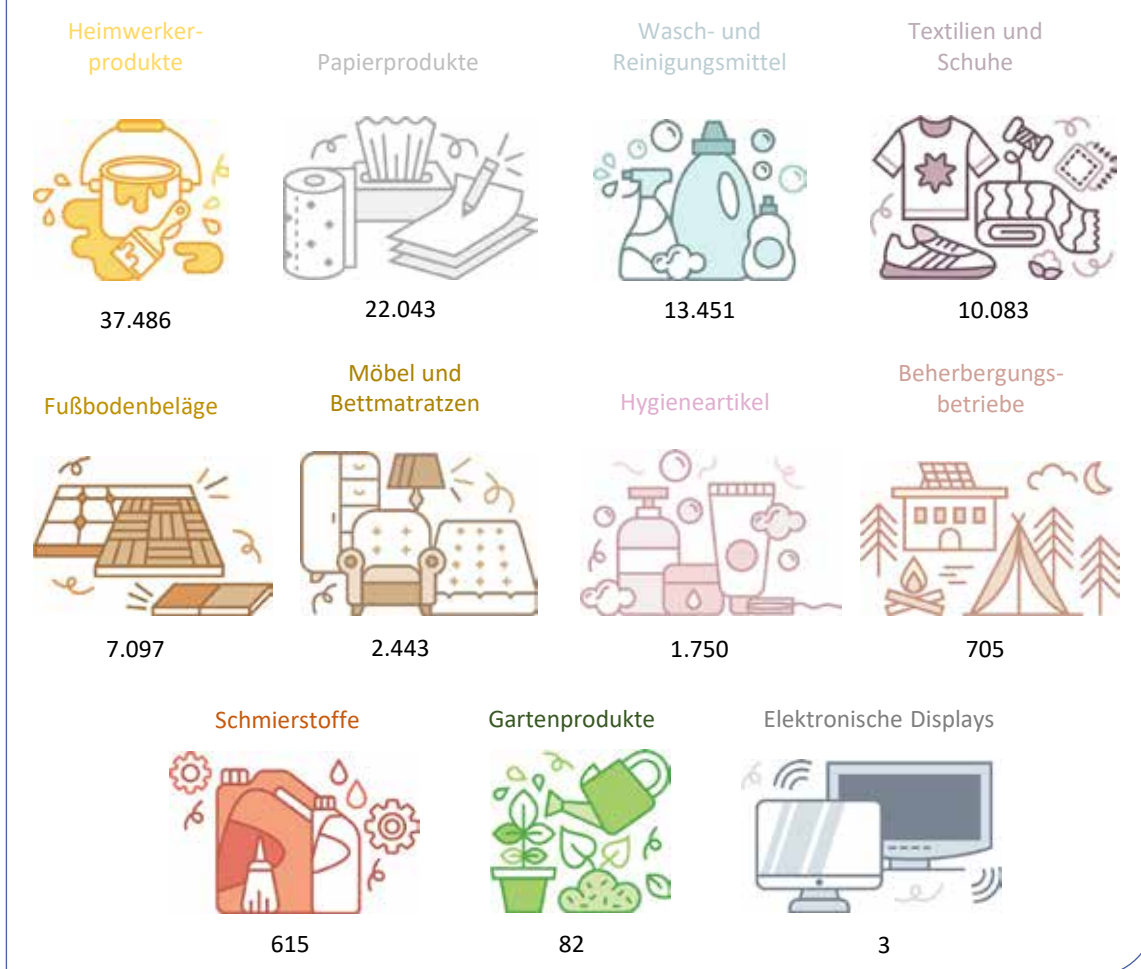
Das EU Ecolabel ist ein sog. TYP I Umweltzeichen nach ISO 14024. Die ISO 14024 ist eine internationale Norm und beschreibt die Voraussetzungen für Umweltzeichen der höchsten Güteklasse. Daran sind verschiedene Voraussetzungen gebunden. Bei der wissenschaftlichen Erarbeitung der Kriterien, einschließlich Nachweis, wird der gesamte Lebensweg betrachtet, von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung bis hin zur Entsorgung. Die Kriterien entsprechen einem hohen und strengen Umweltambitionsniveau und werden regelmäßig revidiert, um den aktuellen Innovationen Rechnung zu tragen. Die Kriterienentwicklung erfolgt transparent und alle Interessierten können teilnehmen. Im Nachgang sind die Kriterien des EU Ecolabels für alle zugänglich. Diese Typ I Umweltzeichen werden unabhängig vergeben, oft mit staatlicher Beteiligung.

ZIELE

Ziel des Europäischen Umweltzeichens ist, die Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen zu verringern. Damit unterstützt das EU Ecolabel den Übergang Europas zur Schadstofffreiheit und Kreislaufwirtschaft. Produkte mit dem EU Ecolabel ...

- verursachen weniger Abfall, Verschmutzung und CO₂-Emissionen (reduzierte Umweltauswirkungen),

SO VIELE PRODUKTE TRAGEN DAS EU ECOLABEL



- beschränken die Verwendung gefährlicher Chemikalien (Chemikalienbeschränkung),
- gehen effizienter mit Energie, Wasser und Rohstoffen um (Ressourceneffizienz),
- sind langlebiger, einfacher zu reparieren und wiederverwertbar (Haltbarkeit).

Mit dem Kauf von EU Ecolabel zertifizierten Produkten werden die Auswirkungen auf den Klimawandel, auf die Natur- und Artenvielfalt sowie Emissionen in alle Umwelt-

medien (wie Luft, Wasser, Boden) verringert, weniger Energie und Ressourcen verbraucht, weniger Abfall erzeugt und weniger gefährliche Stoffe freigesetzt. Je nach Produktgruppe wie bei den Textilien und Schuhen werden zudem die sozialen und ethischen Aspekte der Herstellung berücksichtigt.

BLEIBT INFORMIERT

In den letzten Jahren hat sich beim EU Ecolabel viel in Sachen Kommunikation getan. Das EU Ecolabel ist neben Instagram und

Facebook neuerdings auch auf LinkedIn aktiv. Es gibt eine deutsche Website (www.eu-ecolabel.de) und eine Website der Europäischen Kommission (www.ecolabel.eu).

INFORMATIONEN

- Umweltzeichen EU Ecolabel www.eu-ecolabel.de, www.ecolabel.eu
- Folgt uns auf LinkedIn, Facebook und Instagram!

PFLEGE

AM LIEBSTEN ZUHAUSE

(ABB) Viele pflegebedürftige Personen möchten so lange wie möglich in den eigenen vier Wänden bleiben. Sie können verschiedene Leistungen in Anspruch nehmen und miteinander kombinieren, um die Pflege zu Hause nach ihren Bedürfnissen zu organisieren. Wir geben einen Überblick.

Gesetzlich Versicherten stehen Leistungen aus der Pflegeversicherung zu, bei privat Krankenversicherten greift die private Pflegepflichtversicherung. Die Leistungen sind vergleichbar. Ihre Höhe richtet sich nach dem Pflegegrad und ob die Betreuung ambulant oder stationär erfolgt. Aktuelle Übersichten gibt es z. B. beim Bundesministerium für Gesundheit.

LEISTUNGEN FÜR HÄUSLICHE PFLEGE

- **PFLEGEGELD** bekommen Pflegebedürftige, die von Angehörigen, Freunden oder ehrenamtlichen Pflegern gepflegt werden. So können sie die Pflegeperson selbst aussuchen und ihr eine finanzielle Anerkennung für die Hilfe zukommen lassen. Die pflegenden Angehörigen oder andere Pflegepersonen sollten für sich klären, was sie leisten wollen und wo ihre Grenzen liegen, bevor sie die Pflege übernehmen.
- **PFLEGESACHLEISTUNGEN** erhalten Pflegebedürftige, wenn sie von einem ambulanten Pflegedienst, selbstständigen Pflegefachkräften oder ambulanten Betreuungsdiensten versorgt werden.

- **ENTLASTUNGSBETRAG:** Er ist zweckgebunden und soll den Pflegebedürftigen und ihren Pflegepersonen Unterstützung im Alltag ermöglichen. Beispielsweise kann er für Betreuungsangebote, Hilfen im Haushalt oder Pflegeangebote genutzt werden.

Weitere Leistungen gibt es für Pflegehilfsmittel, Pflege bei Verhinderung einer Pflegeperson, Kurzzeitpflege, teilstationäre Tages- und Nachtpflege, wohnumfeldverbessernde Maßnahmen oder für Pflegebedürftige in ambulant betreuten Wohngruppen.

Verschiedene Kombinationsmöglichkeiten tragen dazu bei, die Versorgung so gut wie möglich sicherzustellen. Beispielsweise können Pflegesachleistungen und Pflegegeld mit Tages- oder Nachtpflege und dem Entlastungsbetrag kombiniert werden.

PFLEGEGELD

Pflegebedürftige, die Pflegegeld beziehen, müssen sich in regelmäßigen Abständen, je nach Pflegegrad alle drei bis sechs Monate, zu Hause von Pflegefachkräften oder -beratern beraten lassen. Dabei können sie und die Pflegepersonen Fragen und Probleme klären, um die Versorgung sicherzustellen und zu verbessern.

Ist der Pflegebedürftige im Krankenhaus oder in einer Reha-Klinik, zahlt die Pflegekasse noch für vier Wochen Pflegegeld. Nimmt er Kurzzeit- oder Verhinderungspflege in Anspruch, erhält er für bis zu acht bzw. bis zu sechs Wochen die Hälfte des bisher bezogenen Pflegegeldes.



AMBULANTE PFLEGEDIENSTE

Hier sind professionelle Pflegekräfte beschäftigt, die zu vereinbarten Zeiten ins Haus kommen und pflegerische Tätigkeiten übernehmen.

Die Pflegekräfte unterstützen u. a. bei der Körperpflege, den Mahlzeiten, der Mobilität, bieten Betreuung im Alltag und erledigen Arbeiten im Haushalt. Zusätzlich leisten die Pflegekräfte medizinische Pflege, d. h. sie verabreichen Medikamente oder Injektionen und wechseln Verbände.

Der Pflegebedürftige schließt mit dem Pflegedienst einen Vertrag über Leistungen und Kosten. Die Abrechnung erfolgt direkt mit der Pflegekasse, bei privat Versicherten direkt mit dem Pflegebedürftigen selbst. Je nach Umfang der gebuchten Leistungen kann für den Versicherten ein Eigenanteil übrig bleiben, für den er eine Rechnung erhält.

Statt eines Pflegedienstes können selbstständig tätige Einzelpflegekräfte die häusliche Pflege übernehmen, z. B. Altenpflegerinnen oder Altenpfleger. Sie müssen von der Pflegekasse zugelassen sein. Hierbei wird ebenfalls ein Pflegevertrag abgeschlossen, die Abrechnung erfolgt wie beim Pflegedienst.

Die Suche nach einem geeigneten Pflegedienst oder einer selbstständigen Pflegekraft ist nicht einfach. Es werden deutlich mehr Pflegekräfte gebraucht als tatsächlich zur Verfügung stehen. Hinzu kommt, dass nicht immer alle benötigten Leistungen wie Behandlungspflege mit medizinischer Versorgung, Hilfe im Haushalt oder Betreuung angeboten werden.



AMBULANTE BETREUUNGSDIENSTE

Sie übernehmen Aufgaben bei der pflegerischen Betreuung, helfen im Haushalt und bei organisatorischen Angelegenheiten. Die Betreuungskräfte und das Leitungspersonal müssen keine Pflegefachkräfte sein. Im Unterschied zu Pflegediensten dürfen sie keine medizinische Pflege leisten und auch nicht bei der Körperpflege unterstützen. Diese Tätigkeiten sind ausgebildeten Pflegefachkräften vorbehalten. Ambulante Betreuungsdienste dürfen zudem keine pflegefachliche Beratung durchführen, wie sie bei dem Bezug von Pflegegeld vorgeschrieben sind.

Die ambulanten Betreuungsdienste rechnen auf Basis des geschlossenen Vertrages ebenfalls direkt mit der Pflegekasse oder privat ab. Ratsam ist, nicht nur den Preis pro Stunde, sondern auch die Anzahl der Betreuungsstunden pro Monat festzulegen.

AUSWAHL

- Nutzen Sie die Pflegeberatung, um sich vorab über Pflegedienste, Einzelpflegekräfte oder ambulante Betreuungsdienste in Ihrer Nähe, ihre Angebote und Preise zu informieren.
- Prüfen Sie, ob die von Ihnen benötigten Leistungen angeboten werden und ob Leistungen und Kosten transparent und nachvollziehbar sind.

- Klären Sie, ob es eine persönliche Beratung gibt, bei der Sie infrage kommende Leistungen besprechen und Fragen klären können. Möglicherweise gibt es auch Unterstützung bei der Beantragung von Pflegeleistungen.
- Achten Sie auf Erreichbarkeit, Flexibilität, Zuverlässigkeit und inwieweit Ihre Wünsche und Bedürfnisse berücksichtigt werden. Fragen Sie außerdem nach, welche Ausbildung die Mitarbeiter haben.
- Vergleichen Sie mehrere Angebote, holen Sie Kostenvoranschläge ein und vereinbaren Sie einen Hausbesuch, damit beide Seiten einen Eindruck bekommen. Nehmen Sie sich Zeit, den Vertrag in Ruhe zu prüfen, bevor Sie ihn unterschreiben.

AUSLÄNDISCHE BETREUUNGSKRÄFTE

Sie kommen häufig aus osteuropäischen EU-Ländern und sind oftmals keine gelernten Pflegekräfte, sondern Quereinsteiger mit verschiedenen beruflichen Hintergründen. Ihre deutschen Sprachkenntnisse können stark schwanken.

Die Haushalts- und Betreuungskräfte helfen im Haushalt und nehmen pflegerische Betreuungsaufgaben wahr. Auch pflegerische Leistungen wie Hilfe im Alltag, z. B. beim Essen und Trinken, bei der

Körperpflege und beim Anziehen, können zu ihren Tätigkeiten gehören. Wenn sie keine Pflegefachkräfte sind, dürfen sie jedoch keine medizinische Pflege leisten.

ORGANISATION

In den meisten Fällen leben die Haushalts- und Betreuungskräfte bei den Pflegebedürftigen zu Hause. Obwohl häufig mit einer 24 h-Betreuung geworben wird, ist damit keine Rund-um-die-Uhr-Versorgung gemeint. Da Arbeitszeitregelungen, Pausen- und Ruhezeiten sowie freie Tage und Urlaub einzuhalten sind, kann eine solche Betreuung gar nicht von einer einzigen Person gewährleistet werden.

Wer sich für ein solches Modell interessiert, sollte neben organisatorischen und finanziellen auch arbeits- sowie sozialversicherungsrechtliche und andere juristische Fragen klären. Die Beschäftigung von Haushalts- und Betreuungskräften ist auf verschiedene Weise möglich:

ENTSENDEMODELL: Die Betreuungskräfte sind bei ausländischen Dienstleistungsunternehmen angestellt, die sie in die deutschen Haushalte schicken. Kontakt und Organisation erfolgen häufig über Vermittlungsagenturen in Deutschland. Der Pflegebedürftige schließt daher einen Vertrag mit dem Unternehmen und einen mit der Agentur. Organisatorische Regelungen, z. B. zur Arbeitszeit, zu Tätigkeiten oder Urlaub sind mit dem Unternehmen zu treffen. Üblicherweise wechseln die Betreuungskräfte nach einigen Wochen.

ARBEITGEBERMODELL: Der Pflegebedürftige stellt die Betreuungskraft im eigenen Haushalt an und schließt mit ihr einen Arbeitsvertrag ab. Er bezahlt Lohn, Sozialversicherungsbeiträge sowie Steuern und muss arbeitsrechtliche Vorschriften und Arbeitsschutzmaßnahmen einhalten. Art und Umfang der Tätigkeit sowie Arbeitszeiten kann er im Rahmen der rechtlichen Vorgaben selbst bestimmen. Hilfestellung bei Organisation und Abwicklung können Steuerberater, das Finanzamt oder Fachanwälte bieten.

SELBSTSTÄNDIGENMODELL: Hierbei schließt der Pflegebedürftige einen Dienstleistungsvertrag mit einer selbstständig tätigen Betreuungskraft ab, der Tätigkeiten, Arbeitszeiten und Bezahlung regelt. Bei diesem Modell ist Vorsicht geboten. Es ist nicht zu erkennen, ob die Betreuungskraft tatsächlich selbstständig tätig ist und mehrere Auftraggeber hat oder ob es sich um eine Scheinselbstständigkeit handelt. In dem Fall können Bußgelder und die Nachzahlung von Sozialversicherungsbeiträgen fällig werden.

KOSTEN

Für ausländische Betreuungskräfte ist mit monatlichen Kosten von 2.500 bis über 3.000 Euro im Monat zu rechnen. Hinzu kommen noch die Kosten für die Unterkunft in einem eigenen Zimmer, Verpflegung, Telefon, Internet und Versicherungen sowie Reisekosten und Gebühren für die Vermittlungsagenturen.

Die Kosten für ausländische Haushalts- und Betreuungskräfte

werden nicht von der Pflegeversicherung übernommen. Eine anteilige Finanzierung ist über das Pflegegeld möglich.

ENTLASTUNG FÜR PFLEGENDE ANGEHÖRIGE

- **VERHINDERUNGSPFLEGE** greift, wenn die Pflegeperson z. B. im Urlaub oder krank ist. Sie wird durch Pflegefachkräfte, Angehörige oder in einer Einrichtung sichergestellt und kann für bis zu sechs Wochen im Jahr in Anspruch genommen werden. Auch eine stundenweise Nutzung ist möglich. Voraussetzung ist, dass der Pflegebedürftige bereits seit mindestens sechs Monaten versorgt wurde.
- **TAGES- UND NACHTPFLEGE** sind teilstationäre Angebote, bei denen die Pflegebedürftigen tagsüber oder nachts in Pflegeeinrichtungen betreut werden. Die Pflegekasse trägt die Kosten für Pflegeaufwendungen und Fahrdienste. Verpflegung und Unterkunft müssen selbst bezahlt werden.
- **KURZZEITPFLEGE** ermöglicht, dass der Pflegebedürftige vorübergehend in einer stationären Pflegeeinrichtung untergebracht wird, beispielsweise nach einem Krankenhausaufenthalt oder wenn zu Hause zeitweise keine Betreuung machbar ist. Das ist für bis zu acht Wochen im Jahr möglich. Kosten für Verpflegung, Unterkunft und Investitionskosten müssen selbst getragen werden.



INFORMATIONEN

- Bundesministerium für Gesundheit, www.bundesgesundheitsministerium.de > Themen > Online-Ratgeber Pflege
- Pflegewegweiser NRW, www.pflegewegweiser-nrw.de > Themen, Ausländische Betreuungskräfte
- Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V., www.verbraucher60plus.de > Gesundheit > Pflege

VORGESTELLT

(GA) Täglich erscheinen eine Vielzahl neuer Bücher, darunter zahlreiche Publikationen zu Verbraucherthemen. Wir stellen Ihnen empfehlenswerte Neuerscheinungen vor.

„FRIEDEN SCHAFFEN MIT BIOLANDBAU“



Das Mut machende Buch (110 Seiten, 15,00 Euro, ALTOP-Verlag) zeigt wie ein philippinischer Bürgermeister mit biologischer Landwirtschaft einen kriegerischen Konflikt löste. Rommel Arnado ist seit 2010 Bürgermeister im nordphilippinischen Kauswagan (27.000 Einwohner), einem Gebiet mit langjährigen Kämpfen zwischen Regierungstruppen und Separatisten. Er schaffte es, wieder Vertrauen in die lokale Regierung herzustellen und den Wiederaufbau zu organisieren. Mit seinem Programm „From Arms to Farms“ bot er den Rebellen an, ihre Waffen für Land und Ausbildung im Bio-Landbau niederzulegen. Tatsächlich nahmen ein paar tausend Guerillas das Angebot an. Mitautor Bernward Geier hat ein Interview mit Rommel Amado geführt: www.rommelontour.org (News).

„DER HAUSHALTS-CHECK“



Putzen nach Plan, energieeffizient kochen und wirksam Flecken entfernen – im Stiftung Warentest Haushalts-Check überträgt Autor Andreas Löbbers seine langjährige Erfahrung als Produktionsleiter einer Großküche auf den privaten Haushalt. „Der Stiftung Warentest Haushalts-Check“ (160 Seiten, 19,90 Euro) kann unter www.test.de/haushalts-check bestellt werden.

„EIGENTUMSWOHNUNG“



In die eigenen vier Wände zu investieren bedeutet finanzielle Vorsorge. Zudem ist die Investition eine Altersvorsorge, von der man schon jetzt etwas hat. Der Ratgeber „Eigentumswohnung“ der Verbraucherzentrale ist ein Praxis-Handbuch, das – von den Aufklärungspflichten des Verkäufers bis zum Erwerb aus einer Zwangsversteigerung – durch alle Fragen rund ums Suchen und Kaufen sowie das Wohnen in einer Eigentumswohnung lotst. Das Buch „Eigentumswohnung. Suchen. Kaufen. Wohnen. Das große Praxis-Handbuch“ hat 248 Seiten und kostet 29,90 Euro.

„WIE ERNÄHRE ICH MICH BEI ARTHROSE?“



Das Buch gibt eine medizinische Einordnung zu Ursachen, Symptomen und Behandlungsmöglichkeiten. Er erläutert, welche Rolle Makro- und Mikronährstoffe, Verdauung und Stoffwechsel für die Intensität der Beschwerden spielen. Ein eigenes Kapitel wägt ab, ob wirklich jeder Bissen schwer wiegt und welche Auswirkungen das Gewicht auf Arthrose hat. Das Buch motiviert, neue Essgewohnheiten auszuprobieren. Die Empfehlungen lassen sich einfach und schnell umsetzen, wobei Wochenpläne und Zubereitungstipps für wirkungsvolle Unterstützung sorgen. Über

30 Rezepte, die je nach Jahreszeit Saison haben, bringen zudem viel Abwechslung auf den Tisch. Der VZ-Ratgeber „Wie ernähre ich mich bei Arthrose?“ hat 184 Seiten und kostet 20,- Euro.

„DAS HAUSHALTSBUCH“



Der VZ-Ratgeber unterstützt er mit 54 Wochen- und 12 Monatsübersichten bei der systematischen Erfassung, wo das Geld bleibt. Während sich bei den festen Ausgaben für Mieten, Energie oder Kinderbetreuung nicht so schnell was ändern lässt, kann bei den veränderlichen Ausgaben sofort ein Sparkurs eingeläutet werden. Ob bei Kino, Kosmetik oder Coffee to go: Wer im Haushaltsbuch akribisch festhält, was für die verschiedenen Bereiche ausgegeben wird, kann Ausgabenspitzen leicht ausmachen. Mit einem Serviceteil unterstützt das Haushaltsbuch dabei, Wichtiges im Blick zu behalten: Etwa mit Übersichten für die Wartung und Pflege von Haushaltsgeräten oder mit einem Saisonkalender für heimisches Obst und Gemüse. Außerdem hat das Haushaltsbuch Tipps parat, wie mittel- oder langfristig gespart werden kann. Den 100-seitige Ratgeber „Das Haushaltsbuch. Alle Finanzen im Griff. Ausgaben und Einnahmen für 12 Monate“ kostet 12,- Euro.

Die Ratgeber der Verbraucherzentrale gibt es online (www.ratgeber-verbraucherzentrale.de), unter Tel. 0211 / 91 380-1555, in den Beratungsstellen der Verbraucherzentralen und im Buchhandel.

MEHR BUCHTIPPS UNTER WWW.VERBRAUCHER60PLUS.DE/MELDUNGEN/

NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL

(ABB) Viele Menschen nehmen häufig Nahrungsergänzungen ein, obwohl in den meisten Fällen kein Risiko für eine Unterversorgung mit Nährstoffen besteht. Die Produkte sollen die Zufuhr sicherstellen und gesundheitliche Vorteile bringen. Ratsam ist, sich vor dem Kauf umfassend über Nährstoffgehalte, Nutzen und Risiken zu informieren. Wir sagen, wo Sie entsprechende Informationen finden.



www.bvl.bund.de

Da Nahrungsergänzungsmittel rechtlich zu den Lebensmitteln zählen, fallen sie in den Arbeitsbereich des Bundesamtes für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL). Das BVL nimmt Aufgaben im Bereich der Überwachung und Sicherheit der Produkte wahr. Informationen für Verbraucherinnen und Verbraucher wie eine FAQ-Liste und eine Gegenüberstellung von Nahrungsergänzungs- und Arzneimitteln gibt es in der Rubrik „Arbeitsbereiche“ unter dem Menüpunkt „Lebensmittel“ und hier unter dem Punkt „Für Verbraucher“ (www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01_Lebensmittel/03_Verbraucher/04_NEM/NEM_node.html).



www.bfr.bund.de

Das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) bewertet u. a. die Sicherheit von Lebensmitteln bzw. Lebensmittelinhaltsstoffen. Zahlreiche wissenschaftliche Stellungnahmen, Fragen und Antworten sowie andere Informationen stellen den Stand der aktuellen Erkenntnisse dar. Mehr zu der gesundheitlichen Bewertung von Nahrungsergänzungsmitteln erfahren Interessierte in der Rubrik „Lebensmittelsicherheit“ unter dem Menüpunkt „Spezielle Lebensmittelgruppen“ (www.bfr.bund.de/de/gesundheitliche_bewertung_von_nahrungsergaenzungsmitteln-945.html).



www.bzfe.de

Das Bundeszentrum für Ernährung hat in der Rubrik „Lebensmittel“ unter dem Menüpunkt „Nahrungsergänzungsmittel“ Antworten auf die wichtigsten Fragen zum Thema zusammengestellt. Dabei geht es u. a. darum, für wen die Produkte sinnvoll sind, ob sie sicher sind und wo sie angeboten werden (www.bzfe.de/lebensmittel/nahrungsergaenzungsmittel/).



www.verbraucherzentrale.de

Im Portal der Verbraucherzentralen in Deutschland gibt es in der Rubrik „Lebensmittel“ den Menüpunkt „Nahrungsergänzungsmittel“, unter dem eine Vielzahl von Artikeln zum Thema abrufbar sind, beispielsweise zu Produkten, Inhaltsstoffen und unerwünschten Wirkungen, zur Kennzeichnung und anderen rechtlichen Regelungen, zu illegalen Wirkstoffen und Produktchecks der Verbraucherzentralen.



www.klartext-nahrungsergaenzung.de

Das Portal der Verbraucherzentralen stellt Informationen zu Wirksamkeit, Sicherheit und Risiken von Nahrungsergänzungsmitteln bereit, die auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen beruhen. Angaben zu rechtlichen Aspekten wie Kennzeichnung, Gehalten von Inhaltsstoffen, erlaubten und verbotenen Zutaten sowie zu Produktwerbung und Vertriebswegen ergänzen das Angebot. Darüberhinaus erfahren Verbraucherinnen und Verbraucher näheres zu Verbraucherwarnungen sowie über problematische Produkte und können selbst Fragen zu Nahrungsergänzungsmitteln an die Experten stellen. Tipps zur ausgewogenen Ernährung und zum gezielten Einsatz der Produkte runden die Information ab.



www.mikroco-wissen.de

Das vom Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) betriebene Portal informiert über Vitamine, Mineralstoffe und andere Nährstoffe, die in herkömmlichen Lebensmitteln, angereicherten Produkten und Nahrungsergänzungsmitteln enthalten sind. Die Steckbriefe zu den einzelnen Stoffen enthalten Angaben zu ihren Funktionen im Körper, Gehalten in Lebensmitteln sowie den Risiken von Mangel und Überdosierung. Außerdem sind die Höchstmengen-Empfehlungen für Vitamine und Mineralstoffe in Nahrungsergänzungsmitteln und angereicherten Lebensmitteln angegeben, die vom BfR aufgestellt wurden. Sie geben eine Orientierung beim Kauf, um die Nährstoffgehalte der Produkte einordnen zu können.



www.test.de

Stiftung Warentest testet als unabhängige Institution immer wieder den Nutzen und die Risiken von Nahrungsergänzungsmitteln. Artikel zu ausgewählten Themen ergänzen die Testberichte. Die Informationen stehen in der Rubrik „Ernährung“ bereit (www.test.de/thema/nahrungsergaenzungsmittel/).



www.verbraucher60plus.de

Das Portal der VERBRAUCHER INITIATIVE bietet bei dem Themenschwerpunkt „Ernährung“ Informationen und Tipps zum Umgang mit Nahrungsergänzungsmitteln und ähnlichen Produkten unter dem Blickwinkel der Generation 60+ an (www.verbraucher60plus.de/ernaehrung/nahrungsergaenzungen-co/).



www.dge.de

Bei der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) finden Verbraucherinnen und Verbraucher in der Rubrik „Wissenschaft“ Informationen zu den geltenden Referenzwerten für die Nährstoffzufuhr. Die Angaben können eine Hilfe sein, die Nährstoffgehalte von Nahrungsergänzungsmitteln einzuschätzen.



THEMENHEFTE DER VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

Gesundheit & Haushalt

- Alltagsmythen (2014, 24 S.)
- Basiswissen Bodenbeläge (2018)
- Basiswissen Entspannung & Fitness (2017)
- Basiswissen Fahrrad (2018)
- Basiswissen Labels (2017, 24 S.)
- Basiswissen Patientenrechte (2021)
- Clever haushalten (2022, 20 S.)
- Clever selbst machen! (2010, 24 S.)
- Düfte und Duftstoffe (2022)
- Erholsam schlafen (2022)
- Erkältung & Selbstmedikation (2017)
- Familienratgeber: Ernährung & Bewegung (2012, 24 S.)
- Familienratgeber: Sitzender Lebensstil (2013, 20 S.)
- Frauen & Gesundheit (2019)
- Gesund älter werden (2020)
- Gesund im Büro (2015)
- Gut zu Fuß (2022)
- Haushaltspflege (2015, 24 S.)
- Heimwerken & Labels (2017)
- Kinder & Gesundheit (2020)
- Kinder & Übergewicht (2015)
- Kindersicherheit (2015)
- Kosmetik (2013, 32 S.)
- Kosmetik für die reiferen Jahre (2024)
- Kosmetik für junge Haut (2018, 20 S.)
- Leben im Alter (2023)
- Männer & Gesundheit (2019)
- Nachhaltiger Haushalt (2019)
- Nahrungsergänzungen (2024)
- Naturheilverfahren (2016)
- Natur- & Biokosmetik (2019)
- Omas Hausmittel (2020)
- Pflege organisieren (2024)
- Rückengesundheit (2010, 28 S.)
- Schadstoffarm wohnen (2017)
- Schädlinge im Haushalt (2016)
- Sonnenschutz (2016, 24 S.)
- Unfällen im Alter vorbeugen (2024)

- Vollwertig essen bei Diabetes Typ 2 (2024)
- Yoga (2015, 32 S.)
- Zähne pflegen (2014, 24 S.)

Essen & Trinken

- Älter werden mit Genuss (2023)
- Alkoholfreie Getränke (2023)
- Ausgewählte Ernährungsrichtungen (2021)
- Basiswissen Essen für Kinder (2017)
- Basiswissen Fleisch (2018)
- Basiswissen Gemüse & Obst (2018)
- Basiswissen Gesund essen (2021)
- 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)
- Essen macht Laune (2012)
- Fisch & Meeresfrüchte (2020)
- Insekten auf dem Teller (2023)
- Klimafreundlich essen (2019)
- Küchenkräuter (2009, 8 S.)
- Lebensmittelallergien & Co. (2015)
- Lebensmitteleinkauf (2016)
- Lebensmittel selber machen (2022)
- Lebensmittelvorräte (2020)
- Obst & Gemüse selbst anbauen (2020)
- Regionale Lebensmittel kaufen (2019)
- Superfood (2022)
- Süßigkeiten (2013, 24 S.)
- Teller statt Tonne (2021)
- Vegetarisch & vegan essen (2021)
- Wie Oma backen (2014)
- Wie Oma kochen (2011, 24 S.)
- Wie Oma naschen (2012)
- Zucker & Co. (2020)
- Zusatzstoffe (2020)

Umwelt & Nachhaltigkeit

- Abfall richtig entsorgen (2023)
- Basiswissen Strom sparen (2018)
- Beleuchtung (2016)
- Besonders sparsame Haushaltsgeräte 2024 (2024)
- Clever Energie sparen (2022)
- Das neue EU-Energielabel (2021)
- Einfach klimagerechter leben (2021, 20 S.)
- Elektrosmog (2016)
- Fairer Handel (2020)
- Familie & Klima (2020)
- Generation 55+ & Labels (2024)
- Holz & Papier (2023)
- Klimafreundlich einkaufen (2019)
- Klimafreundlich gärtnern (2022)
- Klimafreundlich haushalten (2022)
- Klimafreundlich mobil (2022)
- Mehrwegverpackungen (2022)
- Nutzen statt besitzen (2020)
- Nachhaltig digital konsumieren (2023)
- Nachhaltig durch das Jahr (2019)
- Nachhaltig feiern & schenken (2024)
- Nachhaltig in der Freizeit (2023)
- Nachhaltiger kleiden (2021)
- Nachhaltige Verpackungen (2021)
- Nachhaltige Mobilität (2012, 24 S.)
- Nachhaltige Unternehmen (2008)
- Nachhaltiger Handel(n) (2014)
- Nanotechnologien in Alltagsprodukten (2021)
- Permakultur (2019)
- Plastikärmer leben (2021)
- Schadstoffe im Alltag (2023)
- Wasser – Lebensmittel Nr. 1 (2022)

Weitere Themen

- Ehrenamt & Co. (2023)
- Internet (2024)
- Internet-Mythen (2024)
- Online sicher unterwegs (2023)
- Tierisch gut (2021)

DOWNLOADS FINDEN SIE UNTER WWW.VERBRAUCHER.COM

THEMENHEFTE EINFACH ONLINE, PER BRIEF ODER MAIL BESTELLEN