

Verbraucher konkret

Mitgliedermagazin der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

LESEN IM ALTER: BELIEBTE MEDIEN

UMWELTFREUNDLICH & GESUND ESSEN | VERBRAUCHERBEFRAGUNG: ARTENVIELFALT IM ALLTAG |
GUTE TIERHALTUNG: WARUM TRANSPARENZ SO WICHTIG IST | FAST FASHION IM VISIER | CARE

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

Informieren.
Motivieren.
Gestalten.



4 LESEN IM ALTER: BELIEBTE MEDIEN

Der französische Philosoph und Schriftsteller Voltaire erkannte: „Lesen stärkt die Seele“ und das gilt, übertragen auf unsere heutige Zeit, natürlich nicht mehr nur für Bücher, sondern auch für andere Formate wie Magazine, Zeitungen, Comics und Podcasts. Wir werfen einen Blick auf die unterschiedlichen Angebote.

7 „DIGITALE TEILHABE IST HEUTE ENG MIT GESELLSCHAFTLICHER TEILHABE VERKNÜPFT“

Wir sprachen mit Digital-Kompass Projektleiterin Eva Nehse (DsIn)

11 TIERHALTUNG: WARUM TRANSPARENZ SO WICHTIG IST

Die meisten Menschen kaufen Milch, Eier oder Fleisch im Supermarkt, ohne zu wissen, wie die Tiere gelebt haben. Gleichzeitig wächst der Wunsch vieler Verbraucher nach Nachvollziehbarkeit: Wo kommt mein Essen her? Wir sagen, was gute Tierhaltung ausmacht.

14 FÜR MENSCH UND ERDE: UMWELTFREUNDLICH & GESUND ESSEN

Welche Lebensmittel wie oft und in welchen Mengen auf den Tisch kommen, hat Auswirkungen auf Umwelt und Gesundheit. Eine Orientierung bei der Auswahl bieten die aktuellen Ernährungsempfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE). Wir haben uns diese angesehen.

17 VERBRAUCHERBEFRAGUNG: ARTENVIELFALT IM ALLTAG – WICHTIG ODER WEIT WEG?

Mit dieser Befragung möchten wir besser verstehen, welche Rolle das Thema gegenwärtig im Verbraucheralltag spielt. Ihre Antworten helfen uns dabei, Informationen und Angebote bereitzustellen.

26 CARE: BERLIN ERFASST SEINE LEBENSMITTELABFÄLLE

Ende Juli lud die VERBRAUCHER INITIATIVE alle teilnehmenden Haushalte der beiden Berliner Pilotstudien zu Lebensmittelabfällen und Kleidung zu zwei digitalen Kick-off-Veranstaltungen ein. Wir geben Einblick in die Startphase.

28 FAST FASHION IM VISIER: WAS SICH FÜR VERBRAUCHER ÄNDERN WIRD

Wer kennt es nicht: nach nur wenigen Waschgängen verliert das neue Shirt an Form, Farbe oder Spannkraft. Die Europäische Union hat der Fast Fashion zuletzt den Kampf angesagt. Wir liefern Informationen.

30 INTERNET-TIPPS: VERPACKUNGEN SPAREN

Wir stellen Ihnen Webseiten vor, bei denen Sie Informationen für einen verpackungsärmeren Alltag, zu Vor- und Nachteilen von Verpackungsmaterialien und ihrer richtigen Entsorgung finden.



- 8 MELDUNGEN VERBRAUCHER 60+
- 10 RECHTSTIPPS
- 19 FINANZTIPPS
- 20 MELDUNGEN
- 32 BROSCHÜRENÜBERSICHT

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

ob Gesundheit, Mobilität oder Lebensmitteleinkauf – mittlerweile zieht sich die Digitalisierung durch alle Lebensbereiche. Das kann für Konsumenten Vorteile haben, allerdings birgt sie auch Nachteile und Risiken.

Sie überfordert oft gerade ältere Verbraucher und Verbraucherinnen. Sie kann sogar zur Spaltung unserer Gesellschaft führen, wenn beispielsweise ein „digitales Kundenkonto“ zur Nutzung der BahnCard erforderlich ist. „Ist man ohne E-Mail-Adresse und digitales Endgerät für die Deutsche Bahn ein Niemand?“, fragt zu Recht Karl Josef Büscher, Vorsitzender der Landesseniorenvertretung NRW.

Doch Digitalisierung führt auch zu einer technologischen Abhängigkeit und Verwundbarkeit, zum Stress und psychischer Belastung durch ständige digitale Erreichbarkeit, zur Umweltbelastung durch Elektroschrott oder zum Verlust von Arbeitsplätzen, wenn Automaten Menschen ersetzen.

Klar ist aus Sicht einer Verbraucherorganisation, in einer immer weiter fortschreitenden Digitalisierung sind analoge Alternativen ebenso notwendig wie klare, nutzerorientierte Spielregeln: Dazu gehören beispielsweise die Nachvollziehbarkeit von KI-basierten Entscheidungen bei Kreditvergabe etc., IT-Sicherheit, hohe Datenschutzstandards und die Förderung der Verbraucherbildung und Medienkompetenz in der digitalen Welt.

Kundenorientierung wird auch in einer immer digitaleren Welt weiter gefragt sein – wie meine nachstehende Erfahrung aus der realen Welt zeigt: Zur Abholung unsere namibische Freundin nutzen wir Anfang August die Tiefgarage am Berliner Hauptbahnhof. Doch die Ausfahrt war an keiner der verschiedenen Ausfahrten möglich. Ein Notruf über die Leitzentrale war ebenfalls unmöglich, das Telefon wurde nicht abgehoben und das Büro im Hauptbahnhof war unbesetzt. Der Slogan des Unternehmens Contipark (Marktführer der deutschen Parkbranche, rund 570 Parkeinrichtungen in 200 Städten) „Zukunft des Parkens gestalten“ wurde schließlich ernstgenommen: Ein wütender Parker löst das Problem der größer werdenden Warteschlange und der gestohlenen Lebenszeit dann einfach handgreiflich.



Ihr
Georg Abel
Bundesgeschäftsführer

PS. Ich freue mich, wenn Sie die vielfältige Arbeit der VERBRAUCHER INITIATIVE mit einer steuerlich absetzbaren Spende unterstützen. Unser Spendenkonto: DE96 3702 0500 0008 1335 03 (BFSWDE33XXX). Herzlichen Dank.

**SPENDEN-
AUFRUF**

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 3/2025 – Mitgliedermagazin der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. | September 2025 | 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.), Katharina Auch, Miriam Bätzing (MB), Alexandra Borchard-Becker (ABB), Feng Chai, Stefanie Poeppen, Mirjam Schüller, Guido Steinke (GS), Marina Tschernezki (MT), Caprice Twumasi Ankrah (CTA), | 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.

LESEN IM ALTER

BELIEBTE ANGEBOTE IN DEUTSCHLAND



(CTA) Bereits der französische Philosoph und Schriftsteller Voltaire erkannte: „Lesen stärkt die Seele“ und das gilt, übertragen auf unsere heutige Zeit, natürlich nicht mehr nur für Bücher, sondern auch für andere Formate wie Magazine, Zeitungen, Comics und Podcasts. Ganz gleich, ob Sie sich über aktuelle Ereignisse informieren oder zu einem bestimmten Thema recherchieren möchten, die nachfolgenden Medien bieten eine hervorragende Möglichkeit.

Laut einer bundesweiten Studie zum Medienumgang von Menschen ab 60 Jahren, durchgeführt vom Medienpädagogischen Forschungsbund im Jahr 2021 mit knapp 3000 befragten Zielpersonen, gaben 58 Prozent der Befragten an, ein Abo bei einer Tageszeitung zu besitzen – davon neun Prozent digital. Seitdem hat sich der Anteil der digitalen Nutzung weiter erhöht.

Auch Lokalzeitungen, Regionalblätter sowie Kirchenzeitungen erfreuen sich großer Beliebtheit. Hier gibt es, neben regionalen Neuigkeiten auch häufig eine Seniorenbeilage oder eine Themenkategorie „60+“. Doch was bewegt Ältere abseits vom tagesaktuellen Geschehen?

GESUNDHEITS- UND APOTHEKENMAGAZINE

Hier zeigt die Recherche zum Thema Seniorenmagazine ein Kernthema besonders prominent: Gesundheits- und Apothekenmagazine. Diese sind kostenlos und deutschlandweit in Apotheken erhältlich.

Bereits seit 1956 begeistert die *Apotheken Umschau* die Leserschaft in Deutschland. Mit einer durchschnittlichen Lesedauer von 90 Minuten pro Ausgabe erscheinen monatlich zwei Ausgaben mit Tipps zu Gesundheit, Medizin, Krankheiten, Therapien, Laborwerten und Medikamenten. Ergänzt werden die Inhalte durch Lifestyle-Themen wie Reisen, Finanzen oder positive Meldungen. Neben der gedruckten Ausgabe, gibt es das Magazin auch als E-Paper auf der Webseite www.apotheken-umschau.de oder per Newsletter. Laut Wort und Bild Verlag lesen 21,2 Prozent der Bevölkerung die Apotheken Umschau.

Das nächstbeliebte Magazin für die Zielgruppe heißt *Senioren Ratgeber*. Seit 1978 können Personen ab 60 auf den kostenlosen Senioren Ratgeber zugreifen. Das Magazin erscheint monatlich in Apotheken, jedoch nicht digital. Mit einer ähnlichen Lesedauer wie die Apotheken Umschau behandelt es Themen wie chronische Erkrankungen, Pflege, Ernährung, Sport und Reisen.

Der *Diabetes Ratgeber* richtet sich speziell an Menschen mit Diabetes und ist ebenfalls Teil der Apothekenmagazine. Mit Tipps zum Thema Ernährung, Bewegung, Umgang mit Typ-2-Diabetes, aber auch Lifestyle-Themen wie Reisen, Kosmetik, Partnerschaft und Familie, erfreut sich das monatliche Magazin großer Beliebtheit.

Das Magazin *my life* ist ein etwas neueres Pendant zu den klassischen Gesundheitsmagazinen. Es erscheint in knapp 7.000 Apotheken deutschlandweit. Mit einer Mischung aus Gesundheitsjournalismus und modernen Lifestyle-



Themen, greift es die bewährten Themenhefte der Apotheken Umschau auf. So gibt es auch hier ein monatliches Senioren-Magazin, sowie eine Ausgabe zum Thema Diabetes. Passend zum Magazin gibt es ebenfalls eine Webseite (www.mylife.de) und auch ein E-Paper.

Wer sich neben den klassischen Gesundheitsthemen auch für Prominente interessiert, kann auf das kostenpflichtige Magazin *Bunte Gesundheit* zurückgreifen, welches sechs Mal im Jahr erscheint.

Ebenfalls kostenpflichtig ist die Magazinreihe *Senioren Wissen Gesundheit*, zu der auch die Ausgaben *Senioren Wissen Technik* und *Senioren Wissen Finanzen & Recht* gehören.

THEMEN-MAGAZINE

Wenn der Fokus nicht auf Gesundheitsthemen gelegt werden soll, erfreuen sich auch andere Themen-Magazine großer Beliebtheit in der Zielgruppe.

GARTENMAGAZINE: Gartenmagazine wie *Landlust*, *Mein schöner Garten* oder *Kraut & Rüben* behandeln alle Facetten des Gartens – vom Saatkalender über Rezepte für die passende Jahreszeit, Dekorations- und Wohntipps bis hin zu den neuesten Garten-Tools. Digitale Varianten wie das E-Paper von *Liebes Land* sind ebenfalls verfügbar.

FAHRZEUG- UND AUTOMOBILMAGAZINE: Für Fahrzeug-Enthusiasten ist weiterhin die *ADAC Motorwelt* sehr beliebt. Mit einer Reichweite von 6,79 Millionen verteidigt sie ihre Spitzenposition bei den Publikumszeitschriften. Das ADAC-Mitgliedermagazin bietet Tipps rund um die

Themen Automobil, Versicherungen und Finanzen sowie spannende Reiseempfehlungen.

LIFESTYLE- UND FAMILIENMAGAZINE: Für die Generation, die sich in Ihrer Freizeit gern mit der ganzen Familie und vielleicht schon mit Enkelkindern beschäftigt, gibt es ebenfalls schönen Lesestoff: Das Magazin *Mein Enkel & ich*, ist ein Lifestyle Magazin für Großeltern. Es erscheint zweimal jährlich und behandelt Themen wie Wohnen, Backen, gemeinsames Kochen, sowie Reisen und Ferientipps. Viele Kindertagesstätten erhalten kostenlose Exemplare für Eltern und Familien.

REISEMAGAZINE: Viele Seniorinnen und Senioren nutzen die neu gewonnene Zeit im Ruhestand, um die Welt zu entdecken. Reisemagazine bieten dafür eine Fülle an Inspiration – von nahen Zielen in Deutschland bis hin zu Fernreisen. Besonders beliebt sind das *ADAC-Reisemagazin*, das mit ausführlichen Reportagen, praktischen Reisetipps und Empfehlungen für Hotels und Routen überzeugt, sowie *MERIAN*, das sich in jeder Ausgabe einem bestimmten Land oder einer Region widmet. Wer lieber kleine Entdeckungen plant, findet in *Land & Leute* oder *Geo Saison* spannende Ideen für Wochenendtrips, Naturerlebnisse und Städtetouren. Viele dieser Magazine bieten zusätzlich digitale Ausgaben mit interaktiven Karten und weiterführenden Links, sodass die Reiseplanung noch einfacher wird. Für Menschen mit eingeschränkter Mobilität gibt es auch Magazine, die barrierefreie Reiseziele vorstellen – von rollstuhlgerechten Hotels bis zu Aus-

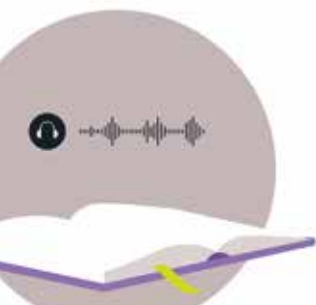
flügen mit wenig Gehstrecke. So wird Reisen in jedem Alter möglich und zu einem echten Genuss.

MAGAZIN DER DEUTSCHEN RENTENVERSICHERUNG: Die Deutsche Rentenversicherung bietet ihr Magazin *zukunft jetzt* kostenlos postalisch oder digital mit einem zusätzlichen Newsletter an. Viermal im Jahr informiert es über die Leistungen der gesetzlichen Rentenversicherung und andere spannende Themen. Über eine Audiofunktion können Texte bequem vorgelesen werden.

VERBRAUCHERTHEMEN: Wer sich über seine Rechte als Verbraucher auf dem neuesten Stand halten will, liest quartalsweise natürlich *Verbraucher Konkret*, das Mitglieder magazin der VERBRAUCHER INITIATIVE. Der Bezug ist für Mitglieder bereits im Jahresbeitrag enthalten. Zusätzlich erscheint monatlich ein gleichnamiges Themenheft mit einem Schwerpunktthema. Für die Generation 60plus bietet der Bundesverband die Webseite www.verbraucher60plus.de sowie das kostenfrei zu abonnierende Online-Magazin (<https://www.verbraucher60plus.de/medien/online-magazin/>), das alle drei Monate erscheint und über Themen informiert, die besonders für diese Zielgruppe relevant sind.

Auch Landesseniorenvertretungen informieren Interessierte mit eigenen Magazinen zu alters- und alltagsrelevanten Themen. So bringt beispielsweise die Landesseniorenvertretung NRW drei Mal jährlich ihr Magazin *Nun reden wir* heraus und der Landesseniorenrat Baden-Württemberg publiziert das Magazin *Im Fokus* mit spannenden Fokusthemen wie beispielsweise Wohnen oder Pflege.

Hinweis: Falls Sie sich für die Nutzung von E-Papers, E-Book-Readern und Magazinen interessieren und sich Tipps zur Anwendung holen wollen, schauen Sie doch in die praktischen Erklär-Videos von „Helga hilft“ auf dem YouTube-Kanal des OKTV Mainz.



Nutzen Sie auch das Angebot ihrer örtlichen Bibliothek. Hier können Magazine sowohl vor Ort gelesen, als auch entliehen werden. So sparen Sie Kosten und haben einen unbegrenzten Zugriff auf viele Magazin und Tageszeitungen. Der Jahresausweis für die Bücherei ist kostengünstig und für Empfänger von Transferleistungen meist sogar kostenlos.

Sprechen Sie die Mitarbeitenden in ihrer Bücherei telefonisch oder vor Ort an, denn häufig gibt es für bewegungseingeschränkte Personen noch ein besonderes Angebot. Die sogenannten „Medienboten“ bringen Magazine, Bücher und digitale Angebote sogar zu Ihnen nach Hause. Das kostenlose Engagement wird meist durch ehrenamtliche Mitarbeiter angeboten.



DIGITALE MEDIENNUTZUNG

Aus der bereits zitierten Basisuntersuchung zur Mediennutzung von Senioren aus dem Jahr 2021, verfügen 83 Prozent der Befragten ab 60 Jahren über einen Internetanschluss. 77 Prozent nutzen einen Computer oder Laptop und 72 Prozent ein Smartphone und 48 Prozent ein Tablet. Auch in höherem Alter wird das Internet noch genutzt,

wenn auch deutlich weniger – warum sollte man dieses Medium also nicht auch für Magazine nutzen?

E-Paper bieten zahlreiche Vorteile: Schriftgrößen lassen sich anpassen, einzelne Abschnitte hervorheben, Artikel vorlesen oder offline speichern. Wie bereits erwähnt, bieten die Bibliotheken ein umfangreiches Angebot an Magazinen und Zeitschriften und das auch digital. Über den Bereich der Onleihe können Sie ganz bequem Zeitungen und Magazine auf Ihr Endgerät ziehen und für eine bestimmte Dauer lesen. Falls Sie keinen E-Book-Reader haben und gern mal ein Gerät testen wollen, ist es in einigen Büchereien sogar möglich, sich ein Endgerät kostenlos auszuleihen. Natürlich können Sie die Magazine auch über Ihr Handy abrufen.

Für das digitale Lesen gibt es auch kommerzielle Abos wie *Readly* (14,99 Euro monatlich für 8.000 Magazine und Zeitungen) – häufig mit Probemonat. ADAC-Mitglieder erhalten im Vorteilsprogramm zwei kostenlose Monate und danach 15 Prozent auf den regulären Listenpreis.

Wer sich lieber durch eine Webseite klickt und über altersrelevante Themen auf dem Laufenden gehalten werden will, findet spannende Inhalte auf der Seite von ZWAR e.V. – Zwischen Arbeit und Ruhestand (www.zwar-ev.de/) und www.feierabend.de. Beide Seiten bieten auch Links und Kontakte zu Netzwerkgruppen in NRW, damit der Austausch auch von der digitalen in die reale Welt übertragen werden kann. Auch die Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen (www.bagso.de) informiert auf ihrer Seite zu aktuellen Themen und platziert diese auf der politischen Tageordnung. Um auch bei digitalen Neuheiten auf dem Laufenden zu bleiben und sich anwendungsbezogen zu informieren, lohnt ein Blick in den Digital Kompass (www.digital-kompass.de/).

HÖRMAGAZINE & PODCASTS

Nicht immer ist es angenehm oder möglich, längere Texte zu lesen – sei es wegen nachlassender Sehkraft oder weil man sich beim Spaziergehen informieren möchte. Eine tolle Alternative sind Hörmagazine und Podcasts. Viele Magazine bieten ihre Inhalte inzwischen auch als Audiofassung an. Besonders beliebt ist der *Apotheken Umschau Podcast*, der aktuelle Gesundheitsthemen in kurzen Folgen aufgreift. In der *ARD Audiothek* finden Sie Sendungen wie *SWR Seniorenradio* oder *NDR Info Ratgeber Gesundheit*. Auch Podcasts wie *Gelassen älter werden* oder *60 plus – der Podcast* sprechen gezielt die Generation 60+ an. Der Vorteil: Sie können jederzeit zuhören – beim Kochen, im Garten oder auf Reisen – und bleiben informiert, ohne selbst zum Buch oder Tablet greifen zu müssen.

DAS ETWAS ANDERE FAMILIEN-MAGAZIN

Über das französische Unternehmen *famileo.com*, können Familien personalisierte Magazine erstellen. Mit Hilfe einer App können Familienmitglieder Fotos, Texte, Erinnerungen, etc. hochladen. Daraus wird dann ein Magazin produziert und postalisch an das entsprechende Familienmitglied gesendet. Das Unternehmen richtet sich mit seinem Angebot nicht nur an Privatkunden, sondern auch an Pflegeheime. Diese können dort ein entsprechendes Abo für ihre Bewohner abschließen, mit dem die Nutzung für die Familien kostenlos ist. Privatpersonen können das Familien-Magazin monatlich ab 5,99 Euro erstellen. Es erscheint dann alle vier Wochen und die Kosten können sich über eine Familienkasse, die in der App eingerichtet ist, an den monatlichen Kosten beteiligen.

Foto: Jörg Farys



„DIGITALE TEILHABE IST HEUTE ENG MIT GESELLSCHAFTLICHER TEILHABE VERKNÜPFT“

(GA) Kontakt halten, Informationen bekommen oder online einkaufen – das weltweite Netz bietet viele Möglichkeiten. Der selbstbestimmte Umgang mit den vielfältigen Angeboten setzt allerdings eine entsprechende digitale Kompetenz voraus. Ein zielgruppenspezifisches Angebot ist der Digital-Kompass unter der gemeinsamen Projektleitung der Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen e.V./BAGSO sowie Deutschland sicher im Netz e.V./DsiN. Wir sprachen mit Digital-Kompass Projektleiterin Eva Nehse von DsiN.

Das Projekt Digital Kompass startet vor rund zehn Jahren. Was war damals die Idee und wie sah die konkrete Umsetzung aus?

Der Digital-Kompass wurde vor rund zehn Jahren gegründet, um älteren Menschen den Zugang zur digitalen Welt zu erleichtern. Dabei ging es nicht nur darum, technische Fähigkeiten zu vermitteln, sondern auch Berührungängste abzubauen. Um das zu erreichen, haben wir bundesweit lokale Anlaufstellen – die Digital-Kompass-Standorte – aufgebaut. Diese befinden sich meist bei Wohlfahrtsverbänden, Seniorenbüros oder Bibliotheken. Unsere ehrenamtlichen Digital-Lots:innen bieten dort regelmäßige Sprechstunden und individuelle Beratung

zu digitalen Themen an. Ergänzt wird das Angebot durch eine zentrale Online-Plattform mit Materialien, Online-Veranstaltungen und einem starken Netzwerk für Interessierte und Engagierte.

In den Jahren wurden unterschiedliche Zielgruppen in den Blick genommen. Aktuell lautet die Überschrift „Gemeinsam digitale Barrieren überwinden“. Was verbirgt sich dahinter?

Unter dem Motto „Gemeinsam digitale Barrieren überwinden“ richtet sich der Digital-Kompass seit einiger Zeit verstärkt an Menschen mit Hör-, Seh- oder Mobilitätsbeeinträchtigungen. Der Impuls dazu kam direkt aus unserem Netzwerk: Unsere Digital-Lots:innen berichteten zunehmend, dass viele Menschen mit Beeinträchtigungen digitale Unterstützung suchen. In enger Zusammenarbeit mit erfahrenen Partnern wie der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., dem Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverband (DBSV) und dem Deutschen Schwerhörigenbund (DSB) wurden daraufhin zahlreiche Angebote zum Thema „Digitale Barrierefreiheit“ entwickelt. Viele unserer inzwischen über 250 Digital-Kompass Standorte haben sich dazu bereits weitergebildet und setzen das Thema aktiv in ihrer täglichen Beratungsarbeit um.

Welche Projekt-Materialien können Konsumenten direkt erhalten?

Der Digital-Kompass stellt Verbraucher:innen verschiedene kostenfreie Materialien zur Verfügung: Online-Veranstaltungen zu digitalen Themen wie Internetsicherheit und Online-Banking, leicht verständliche Print- und Online-Broschüren zu digitalen Anwendungen, praxisnahe Artikel auf der Webseite sowie einen Podcast. Mit diesen vielfältigen Angeboten möchten wir Menschen einen sicheren und selbstbewussten Umgang mit dem Internet ermöglichen. Digitale Teilhabe ist heute eng mit gesellschaftlicher Teilhabe verknüpft. Viele alltägliche Dinge, von Behördenkontakten bis zur Kommunikation, finden zunehmend digital statt. Perspektivisch wollen wir unser Angebot noch inklusiver gestalten. Deshalb setzen wir uns aktuell für eine Förderung ein, um künftig auch Inhalte in einfacher Sprache anbieten und so noch mehr Menschen den Zugang zur digitalen Welt erleichtern zu können.

Weitere Informationen zu: dem Digital-Kompass (www.digital-kompass.de), DsiN (www.sicher-im-netz.de) und der BAGSO (www.bagso.de)



VERBRAUCHER 60PLUS



ONLINE-AKADEMIE

(GA) Die Angebote der neuen Online-Akademie der VERBRAUCHER INITIATIVE stoßen nach dem Startschuss durch Dr. Martin Berges, Staatssekretär im Verbraucherschutzministerium NRW, am 12. Juni auf eine erfreulich positive Resonanz.

Die jeweils rund einstündigen Angebote reichten dabei von unterschiedlichen Themen rund um das Internet über Clever haushalten und Reisen bis zu gesunden Lebensmitteln. Durchschnittlich nutzten bisher 31 Personen das kostenfreie Vortragsangebot. Neben Einzelanmeldungen sind auch Kooperationen mit örtlichen Einrichtungen (Volkshochschulen, Generationentreffs, Seniorenbüros etc.) möglich.

Unsere Online-Akademie bietet auch in den nächsten Monaten viele unterschiedliche Themen an. Sie reichen thematisch vom cleveren Lebensmitteleinkauf und Nahrungsergänzungsmitteln über den digitalen Nachlass und Künstliche Intelligenz bis zu Patientenrechten. Themen und Termine der Online-Akademie finden Interessierte unter <https://www.verbraucher60plus.de/themen-termine/>. Eine verbindliche Anmeldung für dieses kostenfreie Angebot ist allerdings notwendig.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE wendet sich seit 2009 mit „Verbraucher60plus“ mittels analoger, digitaler und multithematischer Angebote besonders an Ältere. Das Landesprojekt wird durch das Ministerium für Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert.

INTERNET

(GA) Mit dem vielfältigen Thema Internet beschäftigte sich am 13. August eine halbtägige Veranstaltung des örtlichen Seniorenbeirates, der Landesseniorenvertretung NRW und der VERBRAUCHER INITIATIVE in Meschede. Begrüßt von Bürgermeister Christoph Weber, Ingrid Dormann (Landesseniorenvertretung) und Horst Radke (Seniorenbeirat Meschede) trafen sich rund 95 Menschen, um sich von Experten informieren zu lassen. Dazu gehörte Petra Golly von der Verbraucherzentrale NRW. Die Leiterin der Beratungsstelle in Arnsberg behandelte das Thema „Sicheres Online-Shopping“. Oliver Milhoff, Opferschutzbeauftragter beim Kriminalkommissariat Meschede, gab zahlreichen praktische Tipps, wie sich Senioren vor Betrügern schützen können. Zum Abschluss der spannenden Veranstaltung griff Guido Steinke (VERBRAUCHER INITIATIVE) das aktuelle Thema „Künstliche Intelligenz & Algorithmen“ auf.

NEUE KOLLEGIN

(VI) Seit dem 01. September unterstützt Caprice Twumasi Ankrah das Team im Projekt Verbraucher60plus. Sie wird ab Januar 2026 die Projektleitung von Georg Abel übernehmen, der Ende des Jahres altersbedingt die VERBRAUCHER INITIATIVE verlässt.

WIDERSPRUCHS-GENERATOR

(GA) Werden Menschen pflegebedürftig, ist das für die Betroffenen selbst, aber auch für die Angehörigen oft eine große emotionale Belastung. Neben der Frage, wer die Pflege übernimmt, geht es immer auch um die Frage, wie die Pflege bezahlt wird. Seit April 2024 bietet der Pflegegradrechner der Verbraucherzentralen Menschen mit Pflegebedarf und ihren Angehörigen eine wichtige Orientierung: Anhand von 64 Fragen können Betroffene ihren voraussichtlichen Pflegegrad ermitteln und sich so besser auf Anträge bei der Pflegekasse vorbereiten. Mehr Informationen unter www.verbraucherzentrale.nrw/node/93979.



THEMENSPEZIAL VERPACKUNG

(GA) Ob beim Einkaufen von Lebensmitteln, Drogerieartikeln und anderen Produkten, beim Online-Shopping oder Außer-Haus-Verzehr – Verpackungen sind aus dem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken.

Die Menge, die jedes Jahr an Verpackungsmüll anfällt, ist enorm. Nach Angaben des Bundesumweltministeriums waren es im Jahr 2021 allein in den privaten Haushalten rund 9 Millionen Tonnen, das entspricht ca. 106 Kilogramm pro Kopf. In diesem Zeitraum landeten in Deutschland knapp 20 Millionen Tonnen Verpackungen insgesamt bzw. 237 Kilogramm pro Kopf auf dem Müll. „Um diese Mengen zu reduzieren, gibt es mehrere Lösungsansätze. Entscheidend ist vor allem, weniger Verpackungen zu verwenden“, so Alexandra Borchard-Beckervon der VERBRAUCHER INITIATIVE. Geht es nicht ohne, sollten die Verpackungen nach Möglichkeit wiederverwendet werden. Auch die Nutzung von Verpackungen aus recyceltem Material kann einen Beitrag leisten.

Was Verbraucher bei der Wahl umweltfreundlicher Verpackungen beachten können, welche Labels eine Orientierung bieten, wie Verpackungen vermieden und welche Alternativen genutzt werden können, hat die VERBRAUCHER INITIATIVE in einem umfassenden kostenlosen Themenspezial auf <https://www.verbraucher60plus.de/verpackungen/> zusammengestellt.

ONLINE-MAGAZIN

(GA) Unser gerade erschienenes Online-Magazin bietet auf 18 Seiten u. a. folgende Themen: Sicher im Alltag: Notrufsysteme im Vergleich; Geistige Fitness trainieren, Verpackung, Nachhaltige Siegel, CARE: Haushalte testen Wege gegen Verschwendung, Interview: Klimafreundlich essen sowie zahlreiche Meldungen und Buchtipps. Ein kostenfreies Abo kann formlos unter mail@verbraucher.org abgeschlossen werden, die bisherigen Ausgaben seit Mai 2023 finden Sie unter <https://www.verbraucher60plus.de/medien/online-magazin/>.



THEMA 2026

(GA) Im kommenden Jahr wird den örtlichen Seniorenorganisationen in NRW ein neues Thema angeboten. Die Kooperationspartner (Landesverbraucherschutzministerium, Landesseniorenvertretung und VERBRAUCHER INITIATIVE) haben sich im September auf das Thema „Wohnen: Selbstbestimmt leben im Alter“ verständigt. Derzeit laufen die entsprechenden thematischen und organisatorischen Vorbereitungen.

TAG DER ÄLTEREN GENERATION

(GA) Den Internationalen Tag der älteren Generation am 01. Oktober nutzte die VERBRAUCHER INITIATIVE, um auf ihr vielfältiges Veranstaltungs- und Informationsangebot für ältere Verbraucherinnen und Verbraucher aufmerksam zu machen. Der Bundesverband bietet ein niederschwelliges, kostenfreies Angebot – von einer vielfältigen Webseite über ein Online-Magazin, Vor-Ort-Veranstaltungen und Online-Vorträgen. Interessierte finden entsprechende Informationen unter www.verbraucher-60plus.de. Hier finden sich auch die Termine und Themen der kostenfreien Online-Akademie sowie Informationen zu den Vor-Ort-Veranstaltungen und die Ausgaben des Online-Magazins.



VOR ORT

(GA) Die nächsten halbtägigen NRW-Veranstaltungen für Ältere finden in Lünen (07.10., Thema: Gesundheit), Dorsten (05.11., Gesundheit) und Rheine (11.11., Internet) statt. Programme, weitere Termine und Anstellungsmöglichkeiten unter: <https://www.verbraucher60plus.de/veranstaltungen/>.

Auch in Baden-Württemberg wird ab Herbst das bewährte Angebot fortgeführt. Veranstaltungen zum Thema Internet sind u. a. in Schwäbisch Hall (Steinackerhalle/Michelsfeld am 20.11.) und Mosbach (02.02.2026) geplant.

EINKAUF

HÄUFIGE IRRTÜMER ÜBER KUNDENRECHTE

Bis Weihnachten ist es zwar noch ein bisschen hin, doch vorweihnachtliche Rabatt-Aktionen wie „Black Friday“ lassen sicher nicht mehr lange auf sich warten. Beim Shoppen, ob von Geschenken oder für den eigenen Bedarf, gelten einige Regelungen. Welche das genau sind, ist manchmal nicht ganz klar. Die DAHAG hat in dem Ratgeber „Black Friday & Cyber Monday: Die 5 häufigsten Rechtsirrtümer beim Geschenkekauf“ (<https://www.dahag.de/c/ratgeber/zivilrecht/zivilrecht-a-z/black-friday>) Informationen zum Einkauf (nicht nur) zur Vorweihnachtszeit zusammengestellt.

ONLINE-HÄNDLER MÜSSEN BEI NICHTGEFALLEN KOSTENFREIE RETOURE ERMÖGLICHEN.

Das ist nicht zutreffend. Gemäß der rechtlichen Regelung zahlen grundsätzlich immer die Käufer ihre Rücksendungen. Viele Online-Händler bieten jedoch kostenfreie Retouren als Serviceleistung an. Schauen Sie sich daher die Bedingungen für die Rücksendung vor einer Bestellung genau an.

BEI JEDEM EINKAUF, EGAL OB ONLINE ODER OFFLINE, KANN DIE WARE INNERHALB VON 14 TAGEN OHNE ANGABE VON GRÜNDEN ZURÜCKGEBEN WERDEN.

Diese Annahme ist falsch, denn die Regelung gilt nicht für Einkäufe im Geschäft vor Ort. Ist die Ware einwandfrei, muss der Händler sie nicht zurücknehmen oder umtauschen. Ein juristisch verbrieftes Recht auf Umtausch gibt es nicht. Jedoch ermöglichen viele Händler ihren Kunden den Umtausch als freiwillige Leistung. In ihrem Ermessen liegt, wie sie den Umtausch gestalten und abwickeln.

Dagegen gibt es beim Online-Shopping ein 14-tägiges Widerrufsrecht. Das bedeutet, dass Sie Produkte ohne Angabe von Gründen zurückgeben können, solange es sich nicht um aus der Versiegelung entnommene CDs oder DVDs, Tickets oder Spezialanfertigungen handelt.

BEI NEUWARE GILT IMMER EINE GARANTIE VON 24 MONATEN.

Einer der häufigsten Irrtümer beim Einkaufen betrifft die Verwechslung von Garantie und Gewährleistung. Die gesetzliche Haftung für Sachmängel, auch als Gewährleistung bezeichnet, greift bei einer fehlerhaften Ware. Demnach ist der Händler für die mangelhafte Sache verantwortlich und muss nachbessern oder Ersatz

leisten. Die Frist dafür beträgt bis zu zwei Jahre nach dem Kauf.

In den ersten 12 Monaten nach dem Kauf oder der Lieferung ist es für Kunden einfacher, Mängel zu reklamieren. Bis dahin gilt die gesetzliche Vermutung, dass die Ware bereits mangelhaft war, als sie gekauft oder geliefert wurde. Kann der Händler dem Kunden nicht nachweisen, dass der angezeigte Mangel beim Kauf noch nicht bestand und später durch den Kunden verursacht wurde, haftet er und muss den Mangel beheben oder Ersatz leisten. Sind die 12 Monate vorbei, muss der Kunde nachweisen, dass der Mangel bereits bei Erhalt der Ware bestanden hat.

Der Hersteller selbst kann eine Garantie geben, beispielsweise auf korrekte Funktion der Ware für eine bestimmte Dauer. Garantieverprechen können die gesetzliche Gewährleistung ergänzen, aber nicht ändern oder ersetzen.

DEFEKTE WARE KANN NUR MIT KASSENBon REKLAMIERT WERDEN.

Um die Gewährleistung in Anspruch zu nehmen, müssen Sie nachzuweisen können, dass Sie die Ware tatsächlich dort in dem Geschäft gekauft haben. Dafür ist aber nicht zwingend ein Kassenbon erforderlich. Auch ein entsprechender Kontoauszug oder ein Zeuge, der bestätigen kann, dass Sie die Ware dort gekauft haben, können ausreichen. Die pauschale Aussage „Umtausch ohne Kassenbon ausgeschlossen“ ist demnach nicht richtig.

Beim Einkauf in Online-Shops außerhalb der EU fällt keine Mehrwertsteuer an.

In diesem Fall wird aber eine Einfuhrumsatzsteuer fällig, die ebenfalls bei 19 Prozent bzw. als vergünstigter Steuersatz bei 7 Prozent liegt. Bei einem Bestellwert von 150 Euro oder mehr können zusätzlich noch Zolgebühren anfallen. Sie sind abgängig von den bestellten Artikeln und können bis zu 17 Prozent des Warenwerts betragen.

In Kooperation mit der telefonischen Rechtsberatung durch die selbstständigen Partnerkanzleien der DAHAG Rechtsservices AG (Tel. 0900/8 303030 30; 2,99€/Min inkl. USt., www.dahag.de)

GUTE TIERHALTUNG: WARUM TRANSPARENZ SO WICHTIG IST



(SP) Die meisten Menschen kaufen Milch, Eier oder Fleisch im Supermarkt, ohne zu wissen, wie die Tiere gelebt haben. Werbeslogans und bunte Bilder ersetzen keine Einblicke in die Realität. Gleichzeitig wächst der Wunsch vieler Verbraucher nach Nachvollziehbarkeit: Wo kommt mein Essen her?

Transparenz bedeutet, dass Verbraucher nachvollziehen können, wie Lebensmittel entstehen. Das funktioniert nicht allein über ein Logo auf der Verpackung, sondern braucht offene Höfe, klare Informationen und überprüfbare Standards. Dabei zeigt sich: Gute Tierhaltung ist kein Zufall, sondern das Ergebnis vieler einzelner Entscheidungen.

WAS GUTE TIERHALTUNG AUSMACHT:

- **PLATZ, LICHT UND LUFT:** Ställe mit Bewegungsfreiheit, eingestreuten Liegeflächen und Zugang ins Freie ermöglichen natürliches Verhalten.
- **WEIDEGANG UND BESCHÄFTIGUNG:** Ob Milchkühe auf grünen Flächen oder Hühner, die von Puten vor Greifvögeln geschützt werden – Tiere profitieren sichtbar.
- **GESUNDHEITSMANAGEMENT:** Technik wie Sensoren am Ohr oder natürliche Mittel wie Effektive Mikroorganismen halten Tiere länger gesund.
- **ZUCHTVIELFALT:** Alte oder robuste Rassen bringen Eigenschaften ein, die Tierwohl fördern – etwa fürsorgliche Ammenhennen bei Puten.
- **DIREKTVERMARKTUNG UND LABELS:** Sie schaffen Vertrauen, weil Haltung und Herkunft nachvollziehbar sind.
- **UMWELTVERANTWORTUNG:** Tierwohl endet nicht am Stalltor. Auch Bodenschutz, CO₂-Speicherung oder regionale Kreisläufe gehören dazu.

Wer Produkte aus artgerechter Haltung wählt, trägt dazu bei, dass solche Betriebe bestehen können. Höhere Preise spiegeln wider, dass Futter, Platz und Pflege nicht zum Nulltarif zu haben sind. Transparenz bedeutet, die Geschichten hinter den Lebensmitteln zu kennen und zu verstehen, welche Arbeit dahintersteckt. Die nachstehenden Beispiele von Christine Bremer und Mathis Block zeigen: Es gibt Wege, Landwirtschaft so zu gestalten, dass Tierwohl sichtbar wird und Vertrauen entstehen kann.



Informieren.
Motivieren.
Gestalten.

Bundesverband
Die Verbraucher
Initiative e.V.

CHRISTINE BREMER: NEUE WEGE IN DER PUTENHALTUNG



Foto: Stefanie Pöppken



Kollernde Puten, gackernde Hühner, bunte Eier und ein Hof voller Leben – so wirkt der Betrieb von Christine Bremer in Suhlendorf, Niedersachsen. Wer hierherkommt, merkt schnell: Landwirtschaft kann vielfältig, transparent und tiergerecht sein. Und sie kann zeigen, dass es Alternativen zur anonymen Massenproduktion gibt.

Die Landwirtin hat ihren Bioland-Hof vor einigen Jahren übernommen und ihn Stück für Stück in einen Vorzeigebetrieb für artgerechte Geflügelhaltung verwandelt. Auf zwei Hektar leben 350 Legehennen, 2.500 Junghühner und rund 100 Puten. Hinzu kommen gepachtete Flächen für Kartoffeln. Besonders ist: Auf diesem Hof dürfen Putenküken bei Ammenhennen aufwachsen – eine in Europa bislang einmalige Methode.

Ammengebundene Aufzucht: Normalerweise wachsen Putenküken unter künstlicher Wärme und ohne mütterliche Fürsorge auf. Das ist nicht nur arbeitsintensiv, sondern birgt auch gesundheitliche Risiken. Mit dem Forschungsprojekt „Robustpute“ wagte Christine Bremer den Schritt in die natürliche Aufzucht: Glückige Hennen übernehmen die Küken, wärmen und führen sie. Das stärkt die Tiere und reduziert Krankheitsanfälligkeiten – ein wichtiger Punkt, weil im Biobereich Antibiotikaeinsatz stark eingeschränkt ist.

Die eingesetzten Cröllwitzer Puten eignen sich besonders gut: Sie sind robust, nicht zu schwer gebaut und ausgesprochen fürsorglich. Ihre Brustform schützt die Küken davor, erdrückt zu werden. Während industrielle Hybridputen kaum mütterliche Eigenschaften zeigen, sind die Cröllwitzer ideale Ammen. Damit verbindet sich Zuchtvielfalt mit Tierwohl – und für Verbraucher entsteht Transparenz: Wer den Hof besucht, sieht unmittelbar, wie eng Haltung und Gesundheit zusammenhängen.

Auf dem Hof haben die Tiere zudem mehrere „Rollen“. Die Cröllwitzer Puten dienen nicht nur der Aufzucht, sondern auch als „Habichtabwehr“ für die Hühner. Sie reagieren aufmerksam auf Greifvögel, warnen die Herde und vertreiben Eindringlinge. Solche natürlichen Schutzsysteme zeigen, dass Tierhaltung auch ohne aufwendige Technik funktionieren kann – wenn man den Bedürfnissen der Tiere Raum gibt.

Bunte Eier, bunte Vielfalt: Auch bei den Hühnern setzt die Familie Bremer auf Vielfalt: Von Marans über Silverrudds bis zu Bresse Gauloise sind viele Rassen vertreten. Das Ergebnis: Eier in allen Farben – von schokoladenbraun über olivgrün bis weiß. Für Kundinnen und Kunden ist das ein sichtbares Zeichen für Vielfalt in der Landwirtschaft. Und es erinnert daran, dass Tierhaltung nicht gleichförmig sein muss.

Christine Bremer ist überzeugt: Nur wenn Verbraucher sehen können, wie ihre Lebensmittel entstehen, entsteht auch Vertrauen. Deshalb öffnet sie ihren Hof, bietet Produkte direkt an und in einem Onlineshop. Schlachtungen finden künftig im mobilen Geflügelschlachthaus statt – kurze Wege für die Tiere, Nachvollziehbarkeit für die Kundschaft. Das Land Niedersachsen hat sie 2025 mit dem Tierschutzpreis ausgezeichnet.

Für Christine Bremer ist das mehr als ein Geschäftsmodell: „Ich möchte anderen Landwirten Mut machen, neue Wege zu gehen. Landwirtschaft darf nicht zum Einheitsbrei werden.“ Für Verbraucher bedeutet es: Wer bewusst einkauft und hinterfragt, wie Lebensmittel produziert werden, trägt dazu bei, dass tiergerechte Landwirtschaft Zukunft hat. Transparenz entsteht, wenn Höfe wie der von Christine Bremer offenlegen, was sie tun – und wenn wir als Gesellschaft bereit sind, diese Arbeit zu honorieren.

MATHIS BLOCK: GESUNDE KÜHE, GESUNDE MILCH



Wenn Mathis Block über seinen Hof in Dithmarschen spricht, dann erzählt er von Tradition und Innovation zugleich. Sein Urgroßvater baute den ersten Stall, der Vater den Laufstall, und 2013 kam ein moderner Milchviehstall mit viel Licht, Luft und Laufhöfen dazu. Heute bewirtschaftet die Familie 200 Hektar Land, hält rund 240 Milchkühe und beschäftigt mehrere Mitarbeiter.

Wer den Hof besucht, sieht Tiere, die auf der Weide stehen, im Stroh liegen oder sich genüsslich an rotierenden Bürsten reiben. Für Block ist klar: „Ich will meine Tiere mit gutem Gewissen halten – und die Verbraucher sollen das nachvollziehen können.“

Tierschutz sichtbar machen: Seit einigen Jahren nimmt der Betrieb an der Premiumstufe des Tierschutzlabels des Deutschen Tierschutzbundes teil. Damit ist garantiert: Die Kühe verbringen mindestens 150 Tage im Jahr auf der Weide, haben große Laufhöfe und eingestreute Liegeflächen. Sprenkleranlagen sorgen im Sommer für Abkühlung. Für die Kundinnen und Kunden ist das Label ein Signal: Hier wird Tierwohl nicht nur behauptet, sondern überprüft.

Mathis Block ist überzeugt, dass staatliche Programme zu langsam sind. „Das Label war die erste richtige Lösung für die Milchviehhaltung. Es bringt Transparenz, die Verbraucher sehen können.“ Auch ohne Siegel würde er seine Kühe hinauslassen – weil es den Tieren guttut und Freude macht.

Technik für mehr Tierwohl: Besonders stolz ist Block auf ein digitales Überwachungssystem: Jeder Kuh misst ein Ohr-Transponder Temperatur, Fressverhalten und Wiederkäuen. Abweichungen werden sofort angezeigt, sodass er erkrankte Tiere früh erkennt. So verbessert Technik das Wohlbefinden – und senkt gleichzeitig Tierarztkosten.

Doch nicht immer lief es rund. 2015/16 kämpfte der Betrieb mit einer schweren Clostridien-Infektion. Zehn Prozent der Tiere starben – ein Albtraum für jeden Milchviehhalter. Block wollte schon aufgeben. Erst ein Umdenken brachte die Wende: eine angepasste Fütterung, viel Geduld – und der Einsatz von Effektiven Mikroorganismen (EM). Diese Mischung aus Hefen, Milchsäurebakterien und weiteren Kleinstlebewesen stabilisiert die Darmflora, fördert die Gesundheit und reduziert krankmachende Keime. „Wenn der Darm gesund ist, dann auch das Tier – und am Ende die Milch“, sagt er. Heute liegt die Remontierungsrate, also die Erneuerung der Herde, unter 20 Prozent. Sein Ziel: Kühe, die sieben bis acht Jahre Milch geben können.

Block denkt nicht nur an seine Tiere, sondern auch an den Boden. Er setzt auf Untersaaten und Grünstreifen, die Erosion verhindern und den Boden bereichern. Zudem betreibt er eine Anlage zur Herstellung von Pflanzenkohle,



Foto: Stefanie Popken

die langfristig CO₂ im Boden bindet und Nährstoffe speichert. Für ihn ist das kein Geschäft, sondern ein Beitrag zum Klimaschutz: „Es geht darum, den Planeten am Leben zu erhalten.“ Wer Block zuhört, merkt: Transparenz ist hier kein Schlagwort, sondern Alltag. Die Tiere spiegeln es wider – sie sind neugierig, gesund und Teil eines Betriebs, der zeigt, wie Landwirtschaft Verantwortung für Tiere, Umwelt und Gesellschaft übernehmen kann.

AUF DIE HALTUNG KOMMT ES AN

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die beiden Hofporträts eindrücklich zeigen, dass gute Tierhaltung grundsätzlich möglich ist – aber sie braucht Engagement, Wissen und die Bereitschaft, neue Wege zu gehen. Ob bei Puten und Hühnern in Suhlendorf oder Milchkühen in Dithmarschen – entscheidend ist die Haltung der Menschen, die Landwirtschaft gestalten. Christine Bremer macht vor, wie Zuchtvielfalt und natürliche Aufzuchtmethoden Tierwohl stärken können. Ihre Putenküken wachsen bei Ammenhennen auf. Dadurch verbessern sich Gesundheit und Verhalten der Tiere verbessert. Vielfalt zeigt sich auch bei den Hühnern: Bunte Rassen legen bunte Eier und schaffen damit ein sichtbares Zeichen für eine Landwirtschaft jenseits der Standardisierung. Mathis Block hingegen verbindet Technik, Erfahrung und Natur. Digitale Sensoren überwachen die Gesundheit seiner Kühe, während Effektive Mikroorganismen das Darmmilieu stabilisieren. Gleichzeitig investiert er in Weidehaltung, Bodenfruchtbarkeit und Klimaschutz durch Pflanzenkohle. Damit beweist er, dass Tierwohl und Umweltschutz Hand in Hand gehen können.

Für Verbraucher bedeutet das: Transparenz entsteht dort, wo Betriebe offenlegen, was sie tun, und wo Produkte mit nachvollziehbarer Herkunft angeboten werden. Labels, Direktvermarktung und Hofbesuche sind dabei wichtige Brücken. Doch ebenso wichtig ist die Bereitschaft, bewusst einzukaufen und höhere Standards zu honorieren. Denn mehr Platz, bessere Fütterung, Weidegang oder Gesundheitsmanagement kosten Geld – sie sind aber die Grundlage für mehr Tiergerechtigkeit. Tierwohl ist kein Luxus, sondern eine Frage der Entscheidung – auf den Höfen ebenso wie beim Einkauf. Transparenz hilft, diese Entscheidungen sichtbar zu machen. Und sie schafft Vertrauen zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft, das für die Zukunft unverzichtbar ist.

FÜR MENSCH UND ERDE

UMWELTFREUNDLICH & GESUND ESSEN

(ABB) Welche Lebensmittel wie oft und in welchen Mengen auf den Tisch kommen, hat Auswirkungen auf Umwelt und Gesundheit. Eine Orientierung bei der Auswahl bieten die aktuellen Ernährungsempfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE). Sie stimmen im Wesentlichen mit der Planetary Health Diet überein, einem globalen Konzept für eine nachhaltige Ernährung. Wir sagen, was sich dahinter verbirgt und geben Anregungen für die Umsetzung.

Bei einer nachhaltigen Ernährung geht es darum, die Auswirkungen der Ernährung auf die Menschen und die Umwelt möglichst gering zu halten sowie Lebensgrundlagen und Gesundheit der heutigen und nachfolgenden Generationen zu sichern. Biologische Vielfalt und Ökosysteme sind zu bewahren, damit Lebens-

und Umweltbedingungen weltweit verbessert und stabilisiert werden können. Neben ökologischen spielen auch soziale und wirtschaftliche Aspekte eine Rolle. Eine nachhaltige Ernährung ist kulturell akzeptiert, zugänglich, wirtschaftlich gerecht und bezahlbar.

PLANETARY HEALTH DIET

Sie ist eine pflanzenbasierte Ernährungsform, die auf einem wissenschaftlich erarbeiteten, weltweit geltenden Ernährungskonzept beruht. Es soll sowohl den Planeten als auch den Menschen langfristig gesund erhalten. Die begrenzten natürlichen Ressourcen sollen geschont und die Ernährung der Weltbevölkerung sichergestellt werden. Damit die planetaren Grenzen eingehalten werden, sind zudem eine umweltschonende Lebensmittelerzeugung und die Halbierung von Lebensmittelabfällen notwendig.

Um diese Ziele zu erreichen, wird eine flexitarische Ernährung empfohlen, die deutlich mehr Obst, Gemüse, Hülsenfrüchte und Nüsse enthält als die üblichen Essgewohnheiten. Gleichzeitig ist der Verzehr von Fleisch drastisch zu reduzieren.

DGE-EMPFEHLUNGEN

Die lebensmittelbezogenen Empfehlungen „Gut essen und trinken“ der Deutschen Gesellschaft für Ernährung zielen ebenfalls darauf ab, Umwelt und Naturgüter zu schützen, die Gesundheit zu fördern und chronischen Erkrankungen vorzubeugen. Im Gegensatz zu der Planetary Health Diet berücksichtigen sie jedoch nationale und kulturelle Aspekte.

Der Schwerpunkt liegt auf pflanzlichen Lebensmitteln, tierische Produkte spielen eine untergeordnete Rolle. Gemüse, Obst, Getreideprodukte, Kartoffeln, Hülsenfrüchte,





Nüsse und pflanzliche Öle machen insgesamt mehr als drei Viertel der täglichen Lebensmittelmenge aus, ein knappes Viertel entfällt auf Milchprodukte, Fleisch, Fisch und Eier. Füllen Sie daher Ihren Teller bei den Hauptmahlzeiten zur Hälfte mit Gemüse oder Obst. Ein Viertel machen Beilagen wie Kartoffeln, Nudeln, Reis oder andere Getreideprodukte aus, das andere Viertel bestreiten Hülsenfrüchte, Nüsse, Milchprodukte, Fleisch, Fisch oder Eier.

Orientieren Sie sich bei den Lebensmittelmengen und der -auswahl an den folgenden Angaben:

- **GEMÜSE UND OBST:** Mindestens fünf Portionen am Tag frisch, roh, gegart und als Salat. Wählen Sie saisonal und regional, verarbeiten Sie auch Gemüse und Obst mit Dellen oder Macken und vermeiden Sie Arten, die mit dem Flugzeug transportiert werden. Mit einer Handvoll Trockenfrüchte (25 Gramm) können Sie eine Portion Obst ersetzen. Eine Portion ist eine Handvoll, bei klein geschnittenem Gemüse, Salat oder Beerenobst ergeben zwei Hände voll eine Portion.
- **GETREIDEPRODUKTE:** Fünf Portionen täglich, dabei entspricht eine Portion einer Scheibe Brot bzw. 60 Gramm Getreideflocken, ungekochten Nudeln, Reis und anderen Getreidearten. Bevorzugen Sie möglichst Vollkornprodukte, nutzen Sie die Vielfalt der Getreideprodukte und essen Sie z. B. öfter Hafer oder Dinkel anstelle von Reis.
- **KARTOFFELN:** Eine Portion pro Woche (ca. 250 Gramm, entspricht den üblichen Essgewohnheiten), idealerweise als Pellkartoffeln,

Folien- oder Salzkartoffeln. Die Menge kann jedoch an individuelle Vorlieben angepasst werden und Getreideportionen ersetzen.

- **HÜLSENFRÜCHTE:** Mindestens eine Portion pro Woche, das entspricht 70 Gramm getrockneten und 125 Gramm gegarten Hülsenfrüchten, z. B. aus dem Glas oder der Dose.
- **NÜSSE UND SAMEN:** Eine Portion pro Tag, das sind ca. 25 Gramm bzw. eine kleine Handvoll. Wählen Sie Produkte ohne Salz- und Zuckerzusatz und wechseln Sie die Arten untereinander ab.
- **PFLANZLICHE ÖLE UND BUTTER BZW. MARGARINE:** Je ein Esslöffel täglich, am besten Raps-, Walnuss-, Soja-, Lein- und Olivenöl. Wählen Sie Butter oder Margarine nach persönlichen Vorlieben. Margarine kann ungesättigte Fettsäuren liefern.
- **MILCH UND MILCHPRODUKTE:** Zwei Portionen pro Tag, z. B. 150 g Joghurt, 30 g Käse oder 250 Milliliter Milch oder Buttermilch oder pflanzliche Alternativen. Angereicherte Produkte können zur Versorgung mit Calcium, Jod, Vitamin B2 und B12 beitragen.
- **FISCH UND FLEISCH:** Insgesamt maximal drei Portionen pro Woche (à 120 Gramm), z. B. zwei Portionen Fisch und eine Portion Fleisch oder umgekehrt. Essen Sie Fisch aus nachhaltiger Fischerei oder ökologischer Aquakultur und Fleisch aus tiergerechter Erzeugung.
- **WURST:** Eine Portion pro Woche, das sind 30 Gramm bzw. zwei Scheiben.
- **EIER:** Ein Ei pro Woche, das ist ein Orientierungswert aus ökologi-

schen, weniger aus gesundheitlichen Gründen. Die Menge reicht aus, um den Nährstoffbedarf zu decken.

Trinken Sie außerdem täglich etwa 1,5 Liter, idealerweise Wasser und Früchte- oder Kräutertees ohne Zuckerzusatz. Besonders umweltfreundlich und ausgesprochen kostengünstig ist Leitungswasser. Hinzukommen können insgesamt zwei Gläser (à 200 Milliliter) Frucht- oder Gemüsesaft pro Woche, die Sie pur oder als Saftschorle trinken können. Greifen Sie bei Kaffee und Tee zu Produkten aus fairem Handel.

EFFEKTE

Nach Einschätzung des Umweltbundesamtes haben die DGE-Empfehlungen und die Planetary Health Diet wohl ähnlich positive Wirkungen auf die Umwelt. Im Vergleich mit der derzeit üblichen Ernährungsweise vermindern sie Treibhausgasemissionen, benötigen weniger landwirtschaftliche Fläche und tragen zum Schutz der Biodiversität bei.

Allerdings ist der Wasserverbrauch höher, wenn mehr Gemüse, Obst und Nüsse gegessen werden. Das gilt dann, wenn diese Lebensmittel wie bisher auch zu einem großen Teil aus Regionen stammen, in denen das Wasser knapp ist.

Lösungen können u. a. wassersparende Anbaumethoden, geeignete Anbauggebiete und die Züchtung von Kulturen mit geringerem Wasserbedarf sein. Regionales und saisonales Gemüse und Obst zu bevorzugen, kann ebenfalls dazu beitragen, den Wasserverbrauch zu senken. Heimische Produkte benötigen weniger Wasser als solche aus südlichen Ländern.

Würde weniger Fläche benötigt, könnte die Qualität der Nutzung verbessert und eine weniger intensive, umweltschonendere Landwirtschaft betrieben werden. Frei gewordene landwirtschaftliche Flächen könnten beispielsweise aufgeforstet oder renaturiert werden.

UMSETZUNG

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, mehr Pflanzliches in den eigenen Speiseplan einzubauen und dafür tierische Produkte zu reduzieren. Wir haben einige Anregungen zusammengestellt.

MEHR GEMÜSE UND OBST: Essen Sie zu jeder Mahlzeit eine Portion Obst oder Gemüse. Beginnen Sie schon beim Frühstück mit Obst zum Müsli oder Brot, nehmen Sie Obst als Zwischenmahlzeiten für unterwegs mit, essen Sie Salat oder Rohkost und eine Portion gekochtes Gemüse zum Mittagessen und belegen Sie am Abend das Brot mit Gemüse.

MEHR HÜLSENFRÜCHTE, NÜSSE UND SAMEN: Ergänzen Sie Salate, gedünstetes Gemüse oder Gemüsesuppen mit sättigenden Hülsen-

früchten. Praktisch sind schnell garende Sorten wie rote oder gelbe Linsen, Beluga- oder Berglinsen. Weichen Sie getrocknete Bohnen, Tellerlinsen und Kichererbsen über Nacht ein, kochen Sie gleich größere Mengen vor und frieren Sie sie ein. Wenn es schnell gehen muss, sind zudem Produkte aus dem Glas oder der Dose praktisch.

Streuen Sie Nüsse und Samen über Salate und andere Speisen oder knabbern Sie sie pur. Sie sind eine gesunde Alternative zu Süßwaren oder salzigen Knabberereien.

WENIGER FLEISCH UND WURST: Viele beliebte Alltagsgerichte sind vegetarisch oder kommen ohne Fleisch aus. Überlegen Sie, was Sie gerne essen und ob Sie dabei das Fleisch weglassen oder beispielsweise durch Hülsenfrüchte ersetzen können.

Vegetarische und vegane Fleisch- und Wurсталternativen, die den Originalen in Geschmack und Konsistenz recht ähnlich sind, können Sie beim Umstieg auf eine fleischärmere Ernährung unterstützen. Vergleichen Sie fleischlose Würstchen, Schnitzel, Salami und ähnliche Produkte und wählen Sie solche mit weniger

Fett, gesättigten Fettsäuren, Salz und Zusatzstoffen. Eine weitere Fleisch-Alternative sind Bratlinge aus Getreide, Gemüse und Hülsenfrüchten, die als fertige Produkte oder Mischungen angeboten werden, aber mit geeigneten Rezepten auch problemlos selbst zubereitet werden können. Auch Gemüse wie Sellerie oder Auberginen lassen sich als eine Art „Schnitzel“ und Ersatz für die Fleischkomponente in Mahlzeiten zubereiten.

Probieren Sie als Alternative zu Wurst beispielsweise Gemüse, Kresse und vegetarische Brotaufstriche. Sie bestehen aus Gemüse, Hülsenfrüchten, Getreide sowie Nüssen. Aus Quark, Kräutern und Gewürzen können Sie selbst schmackhafte Brotaufstriche zubereiten.

NEUES PROBIEREN: Holen Sie sich Anregungen für vegetarische Gerichte, Bratlinge und Brotaufstriche in Kochbüchern, Kochportalen oder Foodblogs. Auch die Küchen vieler anderer Länder haben aromatische Rezepte ohne Fleisch zu bieten. Testen Sie fleischlose, pflanzenbasierte Speisen, wenn Sie im Restaurant oder in der Kantine essen.



INFORMATIONEN

- Deutsche Gesellschaft für Ernährung, www.dge.de > Gesunde Ernährung > Gut essen und trinken, Nachhaltigkeit
- Bundeszentrum für Ernährung, www.bzfe.de > Klima und Wandel > Planetare Grenzen, Essen im Wandel
- Umweltbundesamt, www.umweltbundesamt.de > Tipps > Essen & Trinken > Klima- und umweltfreundliche Ernährung

ARTENVIELFALT IM ALLTAG – WICHTIG ODER WEIT WEG?

Biodiversität bezeichnet die Vielfalt des Lebens auf der Erde – von Tieren und Pflanzen über Pilze bis hin zu Mikroorganismen und ganzen Ökosystemen. Diese Vielfalt ist nicht nur schön, sondern lebenswichtig. Sie sorgt für fruchtbare Böden, sauberes Wasser, gesunde Luft und stabile Nahrungsversorgung. Doch laut Weltbiodiversitätsrat (IPBES) sind über eine Million Arten vom Aussterben bedroht. Mit dieser Befragung möchten wir besser verstehen, welche Rolle das Thema gegenwärtig im Verbraucheralltag spielt. Ihre Antworten helfen uns dabei, Informationen und Angebote bereitzustellen.



1. Wenn Sie den Begriff Biodiversität bzw. Artenvielfalt hören: woran denken Sie spontan als Erstes?

2. Wo ist Ihnen der Begriff zuletzt begegnet? (Einfachnennung)

- | | | |
|---|--|--|
| ☐ TV/Radio | ☐ Zeitung/Online-News | ☐ Soziale Medien |
| ☐ Fachzeitschrift | ☐ Super-/Biomarkt | ☐ Arbeit/Studium/Ausbildung |
| ☐ Gespräche mit Familie, Freunden, Bekannten | ☐ Politischer Diskurs | ☐ weiß nicht |

Sonstiges (bitte nennen): _____

3. Wie gut könnten Sie spontan erklären, warum Artenvielfalt wichtig für unsere Lebensqualität ist?

- ☐ gar nicht ☐ ein wenig ☐ teilweise ☐ eher gut ☐ sehr gut

4. Wenn Sie hören, dass Biodiversität „unsere Lebensgrundlage“ ist – was denken Sie, ist damit am ehesten gemeint? (Mehrfachnennungen möglich)

- | | |
|---|--|
| ☐ Artenvielfalt schützt Natur und Tiere | ☐ Sie ist wichtig für stabile Ernährungssysteme |
| ☐ Sie sichert langfristig wirtschaftlichen Wohlstand | ☐ Sie betrifft nur Menschen im globalen Süden |
| ☐ Ich bin mir unsicher, was gemeint ist | |

5. Nachhaltigkeit ist mittlerweile ein wichtiges Kaufkriterium für viele Verbraucher. Wie bewusst denken Sie beim Einkauf an Artenschutz?

- ☐ nie ☐ selten ☐ gelegentlich ☐ regelmäßig ☐ sehr häufig

6. Von welchen der folgenden Maßnahmen machen Sie im Alltag am häufigsten Gebrauch? (max. 3 Nennungen)

- | | |
|---|--|
| ☐ Bevorzugung regionaler und saisonaler Lebensmittel | ☐ Verzicht auf Pestizide im eigenen Garten/Balkon |
| ☐ Reduktion des Fleischkonsums | ☐ Unterstützung von Naturschutzorganisationen |
| ☐ Verzicht auf bestimmte Produkte (z. B. Palmöl, Tropenhölzer) | |

Sonstiges (bitte nennen): _____

7. Hand auf's Herz: War Ihnen vorher bewusst, dass die in Frage 6 genannten Maßnahmen auch den Artenschutz unterstützen?

- ☐ gar nicht bewusst ☐ wenig bewusst ☐ teilweise bewusst ☐ eher bewusst ☐ sehr bewusst

8. Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem bisherigen Wissen zum Thema Biodiversität?

- ☐ gar nicht zufrieden ☐ wenig zufrieden ☐ teilweise zufrieden ☐ eher zufrieden ☐ sehr zufrieden

9. Welche mögliche Folge von Artenschwund würde Sie persönlich am meisten treffen? (max. 3 Nennungen)

- | | |
|--|--|
| ☐ Weniger Lebensmittelvielfalt & -verfügbarkeit | ☐ Schlechtere Nahrungsqualität |
| ☐ Mehr Gesundheitsrisiken (z. B. durch Verbreitung von Schädlingen/Krankheiten) | |
| ☐ Höhere Lebensmittelpreise | ☐ Verlust von Naturerlebnissen |
| ☐ Verlust von regionalen Spezialitäten / alten Sorten | ☐ Unsicherheit über die Zukunft |
| ☐ Keine spürbaren Nachteile | ☐ Weiß nicht |

10. Was würde Sie am meisten motivieren, sich stärker als bisher für Artenvielfalt zu engagieren? (max. 3 Nennungen)

- | | |
|---|---|
| ☐ Bessere Kennzeichnung am Produkt / im Handel | ☐ Mehr Wissen über Zusammenhänge |
| ☐ Sichtbare Folgen im eigenen Umfeld | ☐ Anreize durch Politik (z. B. Steuern, Förderungen) |
| ☐ Vorbilder in Medien / Politik | ☐ Beratungsangebote für Verbraucher |
| ☐ Mehr Ressourcen im Alltag (Zeit, Geld etc.) | ☐ Ich bin ausreichend motiviert |

Sonstiges (bitte nennen): _____

11. Inwieweit wird das Thema Biodiversität in der Gesellschaft genügend beachtet? ? (Einfachnennung)

- | | |
|--|---|
| ☐ Es wird viel darüber gesprochen und getan | ☐ Es wird hin und wieder thematisiert, aber nicht konsequent genug |
| ☐ Es wird kaum thematisiert und ignoriert | ☐ Weiß nicht |

SOZIODEMOGRAFISCHE ANGABEN

Alter

- ☐ 18-29 ☐ 30-45 ☐ 46-59 ☐ + 60 Jahre

Geschlecht

- ☐ männlich ☐ weiblich ☐ divers ☐ keine Angabe

Was ist ihr höchster Bildungsabschluss?

- | | | | |
|--|--|---|---------------------------------------|
| ☐ kein Schulabschluss | ☐ Hauptschulabschluss | ☐ Mittlere Reife | ☐ Fach-/Abitur |
| ☐ abgeschlossene Ausbildung | ☐ Bachelor | ☐ Master, Diplom & höher | ☐ Sonstige |

Wo leben Sie?

- ☐ Großstadt ☐ Mittlere bzw. Kleinstadt ☐ „Speckgürtel“ ☐ ländliche Region

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 2025**
per Post zurück an die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., Wollankstr.134, 13187 Berlin,
oder als Scan per Mail an mail@verbraucher.org.

VIELEN DANK FÜR IHRE TEILNAHME.

HIER DIREKT ONLINE MITMACHEN.



STEUERBESCHEID

FINANZTIP RÄT, GENAU HINZUSCHAUEN

Statt 800 € Rückerstattung sollen Sie 200 Euro nachzahlen? Das wäre einer der schlimmeren Fälle, die im Umschlag mit dem Steuerbescheid stecken könnten. Deshalb sollten Sie den Bescheid unbedingt lesen – sogar, wenn Sie ungefähr rausbekommen haben, was Ihre Steuersoftware kalkuliert hatte.

Und viel wichtiger: Wenn was nicht passt, haben Sie ziemlich gute Chancen, eine Änderung durchzusetzen. Ob Sie was rausbekommen oder nachzahlen müssen, steht direkt auf der ersten Seite unter „Festsetzung“.

Diese Dinge genau prüfen

Schauen Sie direkt auf Seite 1 nicht nur aufs Endergebnis unten. Dort stehen auch Angaben zu Ihrer Lohnsteuer und Ihren Kapitalerträgen. Prüfen Sie, ob das Finanzamt die einbehaltene Lohnsteuer korrekt berücksichtigt hat. Denn hier könnten unter Umständen Fehler bei der Datenübermittlung oder bei Ihrem Arbeitgeber passiert sein.

Haben Sie in Ihrer Steuererklärung Kapitalerträge angegeben, sollten Sie außerdem überprüfen, ob die bezahlte Steuer ebenfalls ausgewiesen ist – das reduziert nämlich die Einkommenssteuer, die Sie zahlen müssen.

„Besteuerungsgrundlagen“ genau durchschauen

Im nächsten Schritt sollten Sie den Abschnitt zu den Besteuerungsgrundlagen kontrollieren. Dort finden Sie heraus, ob und wie stark das Finanzamt Ihre geltend gemachten Ausgaben – z.B. für Telefon und Internet – anerkennt.

In diesem Abschnitt rechnet Ihnen das Finanzamt vor, wie es zur Höhe Ihrer fälligen Steuer gekommen ist. Hier kann Ihnen Ihre Steuersoftware helfen. Sie kann das Ergebnis Ihrer Steuererklärung oft ähnlich wie im Steuerbescheid darstellen. Manche haben sogar eine spezielle Funktion, um den Bescheid zu prüfen.

Mehr dazu finden Sie im Ratgeber zur Steuersoftware „Hol Dir mit Steuersoftware oder App Steuern zurück“ (<https://www.finanztip.de/steuersoftware/>).

Was tun, wenn etwas nicht passt?

Aber was, wenn Sie etwas finden, das Ihrer Ansicht nach nicht passt? Dann könnten Sie Einspruch einlegen – auch dabei kann Ihnen Ihre Steuersoftware helfen. Sie können dafür aber auch ganz einfach das Musterschreiben (Word-Dokument) von Finanztip nutzen. Es kann über den Ratgeber zum Steuerbescheid „Wann Du gegen Deinen Steuerbescheid Einspruch einlegen solltest“ (<https://www.finanztip.de/steuerbescheid-aendern/>)

herunter geladen werden, außerdem bietet der Ratgeber weitere Informationen und Tipps, beispielsweise zu geltenden Fristen und Verlängerungsmöglichkeiten.

Mit einem Einspruch haben Sie übrigens gute Chancen: Rund zwei Drittel der Einsprüche waren in den vergangenen Jahren im Schnitt erfolgreich. Das ist aber nicht immer die beste Variante.

Sie haben einen Monat Zeit, um Einspruch gegen den Bescheid einzulegen. Dabei wird aber der gesamte Bescheid nochmal geprüft – es kann also passieren, dass dann z. B. noch weniger anerkannt wird. Hat das Finanzamt eine teure und evtl. strittige Entscheidung zu Ihren Gunsten getroffen, ist das riskant. Das könnte z. B. bei einem Arbeitszimmer der Fall sein.

Die Alternative zum Einspruch

In so einem Fall sollten Sie eine schlichte Änderung beantragen. Darin müssen Sie nur genau benennen, welche Punkte Ihrer Meinung nach geändert werden sollten. Das Finanzamt prüft dann nur diese Punkte, Sie können Ihre restliche Situation also nicht verschlechtern.

Und: Sie müssen das nicht schriftlich machen, das geht auch telefonisch. Sprechen Sie direkt mit Ihrer Sachbearbeiterin oder Ihrem Sachbearbeiter. So lassen sich Probleme oft schnell klären. Deshalb sollte der Anruf beim Finanzamt immer an erster Stelle stehen, wenn Ihr Steuerbescheid fehlerhaft sein könnte.

Selbst bei den trockenen Zahlen ist die Antwort auf diese Frage sehr individuell. Deshalb hat Finanztip viel Zeit investiert, um Ihnen einen kostenlosen Mieten-oder-Kaufen-Rechner zu bauen, mit dem Sie dieses Thema für Ihren Fall durchspielen und klären können. Den Mieten-oder-Kaufen-Rechner finden Sie in dem Finanztip-Artikel „Mieten oder kaufen – Lohnt sich das Eigenheim?“ unter <https://www.finanztip.de/baufinanzierung/mieten-oder-kaufen/>.

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.



PFLEGEKRÄFTE AUS DEM AUSLAND

(GA) Eine praktische Übersicht für Privathaushalte, die eine Betreuungskraft aus dem EU-Ausland suchen, bietet das Europäische Verbraucherzentrum Deutschland. Erklärt werden die vier häufigsten Modelle Arbeitnehmerüberlassung, Entsendemodell, Selbstständigen-Modell und das Arbeitgebermodell. Außerdem gibt es wichtige Informationen zu organisatorischen und arbeitsrechtlichen Aspekten: www.evz.de/reisen-verkehr/gesundheits/pflege/betreuungskraft-aus-dem-ausland.html.

EINSAMKEIT

(GA) Die digitale Landkarte des Kompetenznetz Einsamkeit zeigt, wo Menschen in Deutschland Hilfe und Unterstützung finden können - sei es zur Vorbeugung oder Begleitung im Umgang mit Einsamkeit. Sie umfasst mittlerweile rund 1000 bundesweite Angebote: <https://kompetenznetz-einsamkeit.de/angebotslandkarte>



! KASSENPRÜFER GESUCHT

(GA) Für die nächste zweijährige Wahlperiode beginnend im März 2026 sucht die VERBRAUCHER INITIATIVE bis zu zwei ehrenamtliche Kassenprüfer als verbandsintern Prüftanz. Geprüft werden stichprobenartig einmal pro Jahr vor Ort die Jahresabschlüsse, die durch ein Steuerberatungsbüro in Bonn erstellt werden. Interessierte melden sich bei Marina Tschernezki unter mail@verbraucher.org.



(GA) **Aussehen** „Über das Ringen mit den Augenringen“ ist ein Themenspezial unseres Kooperationspartner haut.de überschrieben: www.haut.de/ueber-das-ringen-mit-den-augenringen/?utm_source=n19-2025&utm_medium=newsletter&utm_campaign=gesichtspflege ● **Heizsaison** Mit einfachen Heiztipps können Verbraucher mehrere Hundert Euro sparen. Unser Kooperationspartner Finanztip liefert Tipps unter www.finanztip.de/heizkosten-sparen/ ● **Digital Kompass** Das Bundesprojekt mit Beteiligung der VERBRAUCHER INITIATIVE (siehe Interview Seite 7) wurde zunächst bis Oktober 2025 verlängert ● **Veröffentlichung** Eine Studie von organic Marken-Kommunikation unter Beteiligung der VERBRAUCHER INITIATIVE beschäftigt sich mit den Motiven und Treibern für den Konsum nachhaltiger Lebensmittel. Die Zusammengefassten Ergebnisse finden Interessierte unter https://verbraucher.org/media/file/4331.OnePager_organic_Studie_2025.pdf ● **Neue Kollegin** Ab 01. Oktober unterstützt Carolin Engbert die VERBRAUCHER INITIATIVE im Bereich Kommunikation. Sie übernimmt diese Tätigkeit von Georg Abel, der zum Jahresende altersbedingt ausscheidet.

TIPP

MIT CARSHARING UMWELT UND GELDBEUTEL ENTLASTEN



(ABB) Autos belasten die Umwelt und die Lebensqualität, vor allem in den Städten. Mit dem Besitz eines Autos fallen zudem hohe Anschaffungs- und monatliche Unterhaltskosten an. Das Umweltbundesamt rät daher zu Carsharing, wenn weniger als 14.000 Kilometer im Jahr zurückgelegt werden.

Ein Vorteil ist, dass Sie beim Carsharing nur dann für das Auto zahlen, wenn Sie es nutzen. Das kann sich vor allem dann finanzi-

ell lohnen, wenn Sie das Auto nicht täglich benötigen, um zur Arbeit zu fahren. Im Durchschnitt stehen private Pkw 23 Stunden am Tag still, verursachen aber fixe Kosten rund um die Uhr. Zudem beanspruchen sie Fläche, die nicht anderweitig nutzbar ist. Carsharing lässt sich mit dem Rad oder öffentlichen Verkehrsmitteln kombinieren und trägt dazu bei, die Umwelt zu schonen. Eine Alternative zu Carsharing-Anbietern ist das private Teilen von Autos, z. B. in der Familie, mit Freunden, Nach-

barn oder über entsprechende Internetportale.

Mehr Informationen, Tipps und Links zum Carsharing gibt es beim Umweltbundesamt (<https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/mobilitaet/carsharing>). Einige Carsharing-Anbieter sind inzwischen mit dem Blauen Engel ausgezeichnet (<https://www.blauer-engel.de/de/produktwelt/car-sharing-bis-12-2025>).

EMPFÄNGERÜBERPRÜFUNG

(GA) Ab 9. Oktober gibt es die Empfängerüberprüfung. Die Banken überprüfen dann bei Überweisungen, ob der Name des Zahlungsempfängers mit der IBAN übereinstimmt. Das Ergebnis wird von der Bank angezeigt. Nach dieser kostenfreien Prüfung kann die Überweisung freigegeben werden. Ziel der Empfängerüberprüfung ist es, Kunden noch besser vor Fehleingaben und Betrugsversuchen im Zahlungsverkehr zu schützen. Der Bankenverband hat wichtige Informationen dazu zusammengestellt: <https://bankenverband.de/fragen-und-antworten-zur-empfaengerueberpruefung>.

DIGITALER EURO

(GA) Verbraucher in Deutschland und Europa haben klare Erwartungen und Anforderungen an digitale Zahlungsmethoden – insbesondere im Hinblick auf den geplanten digitalen Euro. Dabei stehen Nutzerfreundlichkeit, Sicherheit, Kostenfreiheit und Datenschutz im Vordergrund. Das zeigt eine repräsentative Studie von European Consumer Organisation (BEUC), Euroconsumers und International Consumer Research & Testing (ICRT). Der Verbraucherzentrale Bundesverband fordert von einem digitalen Euro einen für alle Verbraucher einfachen, sicheren und kostenfreien Zugang zum digitalen Zahlungsverkehr.



SELBSTZAHLER

(GA) Mindestens 2,4 Milliarden Euro geben gesetzlich Versicherte pro Jahr für Selbstzahlerleistungen in Arztpraxen aus. Diese Zahl hat der IGeL-Monitor des Medizinischen Dienstes Ende 2024 veröffentlicht. Viele Millionen davon sind aber schlecht investiert. Denn die sogenannten Individuellen Gesundheitsleistungen (IGeL) sind meist nicht medizinisch notwendig und schaden teilweise mehr als sie nutzen. Viele der Leistungen wurden zudem noch nicht auf Nutzen und Schaden überprüft. Oder sie sind nicht „ausreichend, zweckmäßig und wirtschaftlich“, wie es das Sozialgesetzbuch V erfordert. Entscheidungshilfen bei IGeL: www.verbraucherzentrale.nrw/node/11604

TESTS IM OKTOBER 2025

Test 10/2025, www.test.de

- | EINBRUCHSCHUTZ: Im Test: 15 Outdoor- und 7 Indoor-Sicherheitskameras, außerdem 17 Nachrüstsysteme für Fenster und Terrassentüren. Brauchbaren Einbruchschutz gibt es schon ab etwa 30 Euro.
- | BB-CREMES: Sie sollen die Haut frisch erscheinen lassen, kleine Makel abdecken, Feuchtigkeit spenden und vor UV-Strahlung schützen. Können sie all das wirklich? Geprüft wurden zwölf Cremes, einige fallen durch.
- | WÄRMEPUMPEN: Fünf Modelle mussten im Test einen Altbau und einen effektiv gedämmten Neubau bei Außentemperaturen zwischen minus 15 und plus 12 Grad heizen. Die Unterschiede offenbaren sich besonders beim jährlichen Stromverbrauch.
- | WEITERE THEMEN: Pre-Nahrung, Matratzen, Luftbefeuchter, Diagnose CMD, Reisen mit Nachtzügen, Drucker

Finanztest 10/2025, www.test.de

- | VORSORGEVOLLMACHT: Hiermit legen Sie fest, welche Vertrauensperson für Sie einspringt, wenn Sie keine Entscheidung treffen können. Sie bekommt dann Auskunft von Ärzten und kann sich um Konto, Wohnung oder Pflegeheim kümmern. Plus: Was bei Immobilienbesitz wichtig ist.
- | ETF-SPARPLÄNE: Im Test sind Sparpläne mit ETF für Aktien Welt über Aktien Welt ex USA bis hin zu Aktien USA von Filialbanken, Direktbanken und Neobrokern.
- | Kfz-VERSICHERUNG: Der Test von 160 Haftpflicht-, Voll- und Teilkaskotarifen zeigt, wo Sie jetzt günstige Tarife bekommen können. Extra getestet wurden Tarife für E-Autos und die mögliche Schadenregulierung.
- | WEITERE THEMEN: Test: Immobilie kaufen mit wenig Eigenkapital, Betrug mit Cybertrading, Eigenbedarfskündigung, Verluste und Steuern, Test: Smartphone-Tarife

ÖKO-TEST 10/2025, www.oekotest.de

- | TESTS: Melatonspray, Gnocchi, grünes Pest, Zahnseide, Flüssigseife, Silbershampoo, Duschshampoos für Kinder
- | WEITERE THEMEN: Titelthema: Besser schlafen, Hygiene-Routine für Kinder, Gartenplaner, Sterneparks, Mobilität: E-Roller und Fußgänger



KINDERSCHUTZ DANK BITTERSTOFF

(MB) Leider kommt es immer wieder vor, dass kleine Kinder versehentlich Reinigungs- oder Waschmittel in den Mund nehmen und herunterschlucken. Je nach Chemikalienmix kann das für sie lebensgefährlich sein. In Haushalten, in denen sich Kinder aufhalten, gehören entsprechende Mittel daher stets kindersicher verwahrt. Viele Hersteller, darunter beispielsweise die dm-Handelsmarke Denkmil, versehen ihre Produkte aus diesem Grund mit dem Bitterstoff Bitrex. Nehmen Kinder ein entsprechendes Mittel in den Mund, werden sie es dank des extrem bitteren Geschmacks in der Regel sofort wieder ausspucken. Produkte, die den Stoff enthalten, sind im Handel mit dem Bitrex-Logo gekennzeichnet.

TIPP: Halten Sie stets eine Notfallnummer griffbereit. Eine Liste der Giftnotrufzentralen in Deutschland ist auf der Webseite des Bundesamtes für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit einsehbar: www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01_Lebensmittel/03_Verbraucher/09_InfektionenIntoxikationen/02_Giftnotrufzentralen/ImLMVergiftung_giftnotrufzentralen_node.html oder direkt über den QR-Code:



ERFOLGREICH IM KUNDENMONITOR

(GA) Kunden haben dm zum beliebtesten stationären Handelsunternehmen Deutschlands gewählt. In der Hauptkategorie „Globalzufriedenheit“ der Verbraucherbefragung „Kundenmonitor“ erzielt dm die Bestnote unter allen untersuchten stationären Händlern. Unter den Drogeriewarenhändlern erreicht das Karlsruher Unternehmen herausragende Bewertungen in den Parametern Wertschätzung, Kundenbegeisterung und Vertrauen. dm verbessert sich im Vergleich zum Vorjahr und nimmt die Spitzenposition ein. Ebenfalls sehr positiv bewerten die Befragten Auswahl und Angebotsvielfalt: Dabei wurde sowohl das Angebot an Bioprodukten als auch an Gesundheits- und nachhaltigen Produkten besser bewertet als 2024. Zudem haben mehr Menschen 2025 Gesundheitsprodukte bei dm gekauft (+5 Prozent) und die Qualität der dm-Marken (1,87) sowie der Bio- (1,98) und der Kosmetikprodukte (1,96) als überdurchschnittlich gut bewertet. Auch digital ist der langjährige Kooperationspartner der VERBRAUCHER INITIATIVE gut aufgestellt: dm-App und dm-Onlineshop legen zu.



(GA) in unserer monatlichen Themenheftereihe sind die folgenden Themen neu erschienen: „Smart Home“ (Juni), „Kleidung clever nutzen“ (Juli), „Reisen bewusst genießen“ (August) und „Kochen ohne Reste“ (September) und „Nachhaltige Gemüseküche“ (Oktober), „Basiswissen Kochen“ (November) und „Tierhaltung im Wandel“ (Dezember). 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.

WARE WUNDER

(GA) Verbraucher stehen häufig vor der Herausforderung, Nachhaltigkeit bei ihren Konsumgewohnheiten zu berücksichtigen. Sachverhalte wirken kompliziert und nicht selten wird befürchtet, dass umweltentlastende Produkte teurer sind oder weniger Komfort bedeuten würden. Statt komplexer Informations- und Beratungsangebote bietet die Kampagne #WareWunder des Umweltbundesamtes wesentliche und einfache Handlungsoptionen im Bereich klimafreundlicher Konsum. Im Rahmen der deutschlandweiten Kampagne werden nachhaltige Produkte präsentiert, die im Alltag und in Sachen Nachhaltigkeit wahre Wunder vollbringen. Sie verbinden Nachhaltigkeit mit Qualität und Alltagstauglichkeit und sind ein Gewinn für jeden Einzelnen

und die Welt. Ziel der dezentralen Kampagne des Umweltbundesamtes ist es, sieben nachhaltige Produkte effektiv im Alltag der Verbraucher zu etablieren, um eine erhebliche Reduktion der Umweltauswirkungen im Vergleich zu herkömmlichen Alternativen zu erzielen und darüber hinaus weitere alltägliche Gewohnheiten langfristig in Richtung Nachhaltigkeit zu transformieren.

Jeweils ein Produkt steht pro Monat im Fokus: Im Oktober sind dies die programmierbaren Heizkörperthermostate, in den nächsten Monaten denn die Produktgruppen Sparduschköpfe und Pflanzendrinks.



DIGITALWEGWEISER NRW



(GA) Rund 100 Akteure aus dem Bereich der Digital- und Medienbildung aus ganz Nordrhein-Westfalen trafen sich am 25. Juni in der Dortmunder Volkshochschule. Auf dem ganztägigen Programm standen ganz unterschiedliche Themen mit dem Schwerpunkt Künstliche Intelligenz/KI und Desinformation. Die vielfältigen Formate aus Barcamp, Markt der Möglichkeiten und „Learning Stations“ sorgten für einen regen Erfahrungsaustausch sowie die Vernetzung unter den Teilnehmenden. Die VERBRAUCHER INITIATIVE war mit einem Infostand zu den unterschiedlichen Angeboten für ältere Konsumenten vertreten. VI-Fachreferent Guido Steinke bot außerdem Infoblocks rund um das Thema KI an. Mehr Infos: #DigitalwegweiserNRW und #WissenDasVerbindet.



„NACHHALTIGE VERPACKUNG DARF KEIN LUXUS WERDEN“

(VI) PPWR steht für Packaging and Packaging Waste Regulation. Unsere Kollegin Miriam Bätzing im Gespräch über die neue europäische Verordnung über Verpackungen und Verpackungsabfälle.

Wie gut sind Verbraucher über die PPWR-Änderungen ab August 2025 informiert – und was müsste geschehen, damit sie die Ziele der Verordnung aktiv mittragen können?

Miriam Bätzing: Die geplanten PPWR-Änderungen sind unter Verbrauchern bislang kaum bekannt. Dabei betreffen sie uns direkt im Alltag, etwa die neuen Mehrwegpflichten in der Gastronomie oder geänderte Kennzeichnungen auf Verpackungen. Damit die Ziele der Verordnung mitgetragen werden können und gleichzeitig die Akzeptanz steigt, braucht es Aufklärung

– über Verbraucherorganisationen, Medien und den Handel selbst. Entscheidend ist, nicht nur über Pflichten zu informieren, sondern auch über die Vorteile: weniger Müll, besseres Recycling und mehr Umweltschutz.

Welche Rückmeldungen gibt es aktuell zum Thema Verpackung – und erwartet man mit der PPWR einen steigenden Beratungsbedarf?

Verbraucher kritisieren seit Jahren überflüssige oder schlecht recycelbare Verpackungen. Viele sind unsicher, was in welche Tonne gehört – bestes Beispiel: der Drei-Komponenten-Becher – oder warum nachhaltige Verpackungen so schwer zu erkennen sind. Mit der PPWR nimmt der Informationsbedarf weiter zu: etwa zu den neuen Symbolen, zur Unterscheidung von Ein-

und Mehrweg oder zu möglichen Pfandregelungen. Hier braucht es eindeutige, verlässliche Antworten.

Müssen sich Verbraucher auf höhere Kosten einstellen, weil Verpackungen durch Mehrweg- oder Rezyklatvorgaben teurer werden?

Kurzfristig können Verpackungen teurer werden, etwa durch Investitionen in neue Systeme oder Materialien. Wichtig ist: Nachhaltige Verpackung darf kein Luxus werden! Politik und Wirtschaft müssen dafür sorgen, dass Mehrweg und Recycling bezahlbar bleiben – z. B. durch Investition in die Infrastruktur und Anreize für umweltfreundliche Lösungen, z. B. Rabatte auf Mehrwegbehältnisse. Langfristig können funktionierende Kreisläufe Kosten senken, etwa durch weniger Ressourcenverbrauch und geringere Entsorgungskosten.

VORGESTELLT: DIE „3-30-300-REGEL“

(MB) Eine der schwerwiegendsten Folgen des Klimawandels sind zugleich häufigere und länger anhaltende Hitzewellen. Das trifft vor allem Stadtbewohner hart.

Durch den hohen Versiegelungsgrad und weniger Vegetation wirken Städte wie „Hitzeinseln“, die sich tagsüber stark aufheizen und nachts nur langsam abkühlen. Wirksame Klimaanpassungsstrategien und Hitzeschutzpläne werden daher immer wichtiger – auch in Deutschland. Ein Ansatz ist die „3-30-300-Regel“. Sie wurde 2021 von Cecil Konijnendijk, Experte für urbane Forstwissenschaft, veröffentlicht und lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- 3 Bäume: Jeder Mensch sollte von seinem Zuhause, seinem Arbeitsplatz oder seiner Schule aus mindestens drei ausgewachsene

Bäume sehen können – für mehr Naturbezug und psychisches Wohlbefinden.

- 30 Prozent Baumkronenbedeckung: In jedem Wohngebiet sollten mindestens 30 Prozent der Fläche von Baumkronen beschattet werden, um Hitzestress zu reduzieren und die Luftqualität zu verbessern.
- 300 Meter: Jeder Mensch sollte von seiner Wohnung aus inner-

halb von 300 Metern Zugang zu einer öffentlichen Grünfläche von mindestens 0,5 Hektar haben.

Die „3-30-300“-Regel bietet Städte und Kommunen wirksame Anhaltspunkte, um Grünflächen zielgerichteter auszubauen und lebenswerte, klimaangepasste Umfelder zu schaffen. Dabei besticht sie gleichermaßen durch Wirksamkeit und Einfachheit. Mehr erfahren Sie unter www.330300rule.com.

SIE MÖCHTEN SICH BESSER VOR DEN FOLGEN DES KLIMAWANDELS SCHÜTZEN?

In unserem 20-seitigen Ratgeber „Klimaanpassung (für) Zuhause“ finden Sie zahlreiche Tipps für den Alltag. Hier kostenlos herunterladen oder gegen Versandgebühr über mail@verbraucher.org bestellen.





„WATT WARTEST DU NOCH?“

HERBSTKAMPAGNE DES GRÜNER STROM LABEL e.V.

(MB) Strom ist nicht gleich Strom. Doch worin unterscheiden sich eigentlich die vielen Angebote auf dem Markt? Und woran erkennen Verbraucher, ob ein Tarif wirklich mehr leistet als nur die reine Energieversorgung? Mit einer aktuellen Kampagne gibt der Verein Grüner Strom Label e.V., zu dessen Trägerverbänden auch die VERBRAUCHER INITIATIVE gehört, Antworten auf diese Fragen.

Ziel von #WattWartestDuNoch? ist es, Verbraucher bei der Wahl eines Stromtarifs zu unterstützen, der nachweislich zusätzliche Investitionen in die Energiewende ermöglicht. Von Oktober bis Dezember finden Interessierte ausführliche Informationen dazu auf den Social-Media-Kanälen von Grüner Strom Label e.V. Eine hilfreiche Anlaufstelle ist etwa das Vergleichsportal www.vergleich-dich-gruen.de. Es bietet Verbrauchern einen fairen und transparenten Vergleich von Ökostromtarifen, die an ihrem Wohnort verfügbar sind. Alle Tarife in diesem

Portal sind mit dem Gütesiegel Grüner Strom-Label zertifiziert. Der Vorteil: Der Ökostrom kommt nicht nur aus Erneuerbaren Energiequellen. Für jede verbrauchte Kilowattstunde Ökostrom mit dem Grüner Strom-Label fließt zudem ein fester Betrag in Energiewende-Projekte. Mit dem Geld wurden bisher über 2.000 Projekte in Deutschland und international kofinanziert – von Solaranlagen auf Kindergärten über Mieterstrommodelle bis hin zu neuen Windkraftanlagen. Mit der Entscheidung für einen solchen Tarif tragen Verbraucher also unmittelbar zur Energiewende bei – gerade jetzt, wo die dunkle Jahreszeit beginnt und der Stromverbrauch wieder steigt.

MEHR ERFAHREN:

- Vergleichsportal: vergleich-dich-gruen.de
- www.gruenerstromlabel.de
- Instagram: @gruenerstromlabel, #WattWartestDuNoch?
- LinkedIn: Grüner Strom Label e.V.



EIN STARKES SIEGEL

Das Grüner Strom-Label ist das einzige Ökostrom-Siegel in Deutschland, das von führenden Umwelt- und Verbraucherorganisationen

getragen und empfohlen wird – darunter BUND, NABU und VERBRAUCHER INITIATIVE. Am 19. September vertrat Miriam Bätzing den Bundesverband erneut bei der diesjährigen Mitgliederversammlung des Grüner Strom Label e.V. in Berlin.

NEU

JETZT
ONLINE

BESUCHEN SIE UNSEREN NEUEN SHOP!

WWW.VERBRAUCHER.COM

ÜBER 100 THEMENHEFTE AUCH
ALS PDF ZUM DOWNLOADEN

VI-MITGLIED? SO GEHT'S:

- 01 Öffnen Sie www.verbraucher.com
- 02 Legen Sie ein Profil an mit ihrem Mitgliedsnamen und der bei uns hinterlegten Adresse und einer Email ihrer Wahl.
- 03 Wir prüfen innerhalb von fünf Werktagen ihr Profil und hinterlegen sie als Mitglied.
- 04 Nach unserer Prüfung bestellen Sie wie gewohnt kostenfrei als Mitglied. Der 100%-Rabatt wird am Ende des Bestellprozesses im Warenkorb gezeigt.

Bundesverband

Die Verbraucher
Initiative e.V.

CARE

BERLIN ERFASST SEINE LEBENSMITTELABFÄLLE



(MB) Ende Juli lud die VERBRAUCHER INITIATIVE alle teilnehmenden Haushalte der beiden Berliner Pilotstudien zu Lebensmittelabfällen und Kleidung zu zwei digitalen Kick-off-Veranstaltungen ein. Während der Sommerferien nahmen die Haushalte dann an Befragungen teil, deren Ergebnisse aktuell ausgewertet werden. Diese Auswertungen bilden die Grundlage für individuelle Beratungen der teilnehmenden Haushalte, die für den Herbst geplant sind. Wir geben Einblick in die Startphase.

PILOTSTART LEBENSMITTEL

Zunächst wurden alle volljährigen Mitglieder der Berliner CARE-Haushalte gebeten, an einer Online-Befragung zum Thema Umgang mit Lebensmitteln bzw. -abfällen im eigenen Haushalt teilzunehmen (Startphase: Juli-August 2025). Unter anderem wurde gefragt, wie

zu Hause üblicherweise aufbewahrt und gelagert werden oder wer zu Hause zu welchem Anteil für Einkaufen und Kochen zuständig ist. Ergänzend wurden Fragen zum Wohlbefinden der Haushaltsmitglieder gestellt, etwa wie zufrieden diese im Allgemeinen mit ihrem Einkommen bzw. ihrer Wohnsituation sind. In einem zweiten Schritt waren die Haushalte aufgefordert, ein sogenanntes Food Waste-Tagebuch zu führen. Über einen Zeitraum von mindestens 14 Tagen sollten sie darin schriftlich dokumentieren, welche Lebensmittel zu Hause weggeworfen wurden. Dabei galt es, die jeweiligen Mengen genau abzuwiegen und darüber hinaus Angaben zur vorherigen Lagerung und dem Grund der Entsorgung zu machen. Auch besondere Ereignisse während dieser Zeit, etwa Feste, Gäste oder Urlaub, sollten vermerkt werden. Berücksichtigt wurden dabei ausschließlich verwertbare Lebensmittel, nicht jedoch Schalen, Knochen oder andere unverwertbare Reste.

Die Antworten der Teilnehmenden wurden auf Vollständigkeit geprüft und dann durch einen akademischen Projektpartner, die Universität für Bodenkultur (BOKU) mit Sitz in Wien, mit den üblichen Verfahren der Datenanalyse ausgewertet. Die gewonnenen Ergebnisse wurden in individuellen Daten-Reports je Haushalt zusammengefasst. Beispielsweise wurden Treibhausgasemissionen für die entstandenen Lebensmittelabfälle

ermittelt und auf das Jahr hochgerechnet. Die Berechnung der Treibhausgasemissionen erfolgte auf Basis der CO₂-Emissionsfaktoren für die Produktion einzelner Lebensmittel und Gerichte der anerkannten französischen LCA-Datenbank „Agribalyse“ (<https://agribalyse.ademe.fr/>). Außerdem wurde der deutsche Strommix bei den Kalkulationen berücksichtigt.

Das CARE-Projektteam der VERBRAUCHER INITIATIVE nutzt die Daten-Reports in einem nächsten Schritt für die Ausarbeitung individueller Beratungsangebote für die teilnehmenden Berliner Haushalte („Advisory Services“). Dabei arbeitet der Bundesverband eng mit den akademischen Einrichtungen sowie den „Local Partnern“ der anderen Pilot-Standorte zusammen. Ziel ist es, den Haushalten mögliche Verschwendung-„Hotspots“ aufzuzeigen, also zunächst einmal Bewusstsein zu schaffen, und sie zugleich mit konkreten, maßgeschneiderten Lösungsvorschlägen zu motivieren, Neues auszuprobieren. Über den Beratungstermin hinaus steht das Projektteam den CARE-Haushalten beratend zur Seite, u. a. über die projekteigene Community-Plattform. Die Haushaltsberatungen werden an allen fünf CARE-Standorten durchgeführt. Die gesammelten Erfahrungen fließen am Ende in die Entwicklung eines skalierbaren Beratungsansatzes ein, der künftig Kommunen in ganz Europa zur Verfügung stehen und den Bürgerinnen und Bürgern zugutekommen soll.



Im September fanden bereits erste Beratungsgespräche mit den Haushalten statt, weitere folgen im Oktober. Mit dem Präsenz-Workshop zum Thema „Kochen ohne Reste“, der am 18. Oktober in Berlin stattfinden wird, startet dann die eigentliche Test- und Erprobungsphase der Pilotstudie Lebensmittel.

CARE IM NETZ:

www.circularhouseholds.eu
Jetzt den Projekt-Newsletter abonnieren!

PILOTSTART KLEIDUNG

Auch in der Zwillingstudie, dem Kleidungs-Piloten, nahmen die erwachsenen Haushaltsmitglieder über den Sommer an einer Online-Befragung zum allgemeinen Umgang mit Kleidung im Haushalt teil. So wurde beispielsweise gefragt, wie viele Stunden pro Woche sie für das „Management“ von Kleidung – also Anschaffung, Waschen, Pflege, Aufbewahrung und Entsorgung – üblicherweise aufwenden. Auch um eine Einschätzung der eigenen Fähigkeiten bzw. Möglichkeiten in Bezug auf einen (potenziell) nachhaltigeren Umgang mit Kleidung wurde gebeten. Genau wie beim Lebensmittel-Piloten wurde zudem nach dem allgemeinen Wohlbefinden der Haushaltsmitglieder gefragt. Beim zweiten Teil der Abfrage bildete der sogenannte „Kleiderschrank-Check“. Dabei ging es darum, möglichst genau zu erfassen, wie viele Kleidungsstücke

aus bestimmten Kategorien die volljährigen Haushaltsmitglieder aktuell besitzen. In diesem Zusammenhang sollte außerdem angegeben werden, wie viele Kleidungsstücke davon repariert wurden oder reparaturbedürftig sind, welche neu oder gebraucht gekauft wurden, und welche im vergangenen Jahr nicht getragen wurden. Ergänzend mussten die Teilnehmenden Angaben zum Vorhandensein von Geräten bzw. Utensilien zur Textilpflege oder -herstellung, etwa Wasch- oder Nähmaschine, machen. Zudem sollten die Haushaltsmitglieder angeben, wie sie die Menge ihrer Kleidungsstücke einschätzen (von „viel zu wenig“ bis „viel zu viel“).

Die Antworten der Teilnehmenden werden zurzeit durch zwei akademische Projektpartner ausgewertet. Die Analyse der Online-Befragung übernimmt das Swedish Environmental Research Institute (IVL), den „Kleiderschrank-Check“ wertet die Oslo Metropolitan University (OsloMet) aus. Die gewonnenen Ergebnisse werden – wie schon bei der Pilotstudie Lebensmittel – zu individuellen Daten-Reports ausgearbeitet, welche wiederum dem Projektteam der VERBRAUCHER INITIATIVE zur Entwicklung individueller Beratungsgespräche dienen. Diese werden im Oktober und November stattfinden. Die eigentliche Test- und Erprobungsphase der Pilotstudie Kleidung startet dann am 08.11. mit dem ersten Präsenz-Workshop zum Thema „Waschen & Pflegen“ in Berlin.



JETZT NOCH MITMACHEN!

Für beide Pilotstudien gibt es nur noch wenige Plätze.

Interessierte Haushalte aus dem Raum Berlin können sich hier noch für kurze Zeit für die kostenlose Teilnahme anmelden: <https://forms.office.com/e/9H7KC1m8E3?origin=lprLink>



CARE LIVE ERLEBEN

Die VERBRAUCHER INITIATIVE vertritt das Projekt CARE bei einer Reihe von Events. Die nächsten Termine sind:

- 07.10.2025: „Markt der Möglichkeiten“ beim 4. Deutschen Klimatag in Berlin (www.klima-allianz.de/veranstaltungen/deutscher-klimatag)
- 15.+16.11.2025: Heldenmarkt in Berlin (<https://heldenmarkt.eco/messen/berlin-2025/>)

FAST FASHION IM VISIER

WAS SICH FÜR VERBRAUCHER ÄNDERN WIRD



(MB) Wer kennt es nicht: Nach nur wenigen Waschgängen verliert das neue Shirt an Form, Farbe oder Spannkraft. Der altbekannte Spruch „wer billig kauft, kauft zweimal“ bewahrheitet sich einmal mehr, wenn es um Kleidung geht. Was auf den ersten Blick wie ein guter Deal aussieht, entpuppt sich schnell als Fehlkauf, der Geldbeutel und Umwelt gleichermaßen belastet hat. Die Europäische Union hat der Fast Fashion zuletzt den Kampf angesagt.

Als Fast Fashion wird Kleidung bezeichnet, die sehr schnell und günstig produziert wird, damit ständig neue Kollektionen in den Läden hängen. Die Modekette h&m beispielsweise bringt bis zu 16 Kollektionen pro Jahr heraus, bis zu 24 sind es beim Konkurrenten Zara. Online-Händler wie Shein oder Temu, die den Handel seit wenigen Jahren aufmischen, bringen täglich oder sogar stündlich neue Modelle auf den Markt – zu extrem niedrigen Preisen. Hier spricht man bereits von Ultra Fast Fashion. Das Problem: Die Billigmode ist oft von so minderer Qualität, dass die Kleidungsstücke nach kürzester Zeit im Müll landen. Die raschen Kollektionswechsel suggerieren den Kunden zusätzlich, dass die neu erworbenen Artikel schon nach kürzester Zeit „out“ sind. Häufig ist daher auch von „Wegwerfmode“ die Rede.

Was für Verbraucher ärgerlich ist, verursacht zudem enorme Umwelt- und Klimaprobleme – von hohem Wasser- und Energieverbrauch bei

der Rohstoffgewinnung über den Einsatz gefährlicher Chemikalien in der Fertigung und langen Transportwegen bis hin zu enormen Mengen Textilabfällen und Entsorgungsproblemen. Hinzukommen die schlechten Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern außerhalb der EU. Kurz gesagt: Während Fast Fashion schnellen Konsum und Verschwendung von Kleidung

getragen wird –, mehr Transparenz für Verbraucher sowie ein Verbot der Vernichtung unverkaufter Produkte.

DIESE NEUEN REGELN SOLLTEN SIE KENNEN

Seit dem 1. Januar 2025 gilt innerhalb der EU die Pflicht zur Getrennsammlung von Alttextilien (Richtlinie 2018/851/EU). Unverschmutzte



IN ZAHLEN

Angaben der Europäischen Umweltagentur (EUA) zufolge, ist der Textilkonsum in der EU von 17 kg pro Person im Jahr 2019 auf durchschnittlich 19 kg im Jahr 2022 gestiegen. Gleichzeitig werden jedes Jahr 5 Millionen Tonnen Kleidung in der EU weggeworfen – das entspricht rund 12 kg pro Person. Weniger als 1 Prozent der weggeworfenen Kleidung weltweit wird aktuell dem Recycling zugeführt.

schon länger antreibt, hat Ultra Fast Fashion diese Entwicklung noch einmal deutlich verschärft. Die EU begegnet dem wachsenden Problem mit einer Reihe neuer Verordnungen und Regelungen, die nun schrittweise in Kraft treten. Die zentralen Ziele sind Reduktion von Umweltbelastungen, Stärkung von Kreislaufwirtschaft – hier setzt auch das Projekt CARE an (siehe Seite 26/27), das in Deutschland unter anderem von der VERBRAUCHER INITIATIVE

Kleidung und Heimtextilien dürfen demnach nicht mehr im Restmüll entsorgt werden, sondern müssen - je nach örtlicher Regelung - in Altkleidercontainern, Wertstoffhöfen oder bei örtlichen Sammelstellen abgegeben werden. Das Ziel der neuen Vorschrift ist es, die Recyclingquote von Textilien zu erhöhen. Eine einheitliche Lösung fehlt derzeit aus Verbrauchersicht. Erkundigen Sie sich daher im Zweifel bei Ihrem zuständigen Entsorger nach den lo-

KAUM ZU GLAUBEN

Um ein einziges T-Shirt aus Baumwolle herzustellen, braucht es offiziellen Schätzungen zufolge bis zu 2.700 Liter Frischwasser – genug, um eine Person zweieinhalb Jahre lang mit Trinkwasser zu versorgen. Im Jahr 2022 erforderte der Textilkonsum pro Person in der EU durchschnittlich 323 Quadratmeter Land, zwölf Kubikmeter Wasser und 523 Kilogramm Rohstoffe. (Quelle: Europäisches Parlament, 2025)



kal geltenden Verfahren. Eine zusätzliche Textil-Mülltonne für zuhause ist derzeit nicht vorgesehen.

Seit dem 18. Juli 2024 ist die Öko-design-Verordnung EU 2024/1781 (auch ESPR genannt) EU-weit in Kraft. Ihre spezifischen Anforderungen sind in sogenannten delegierten Rechtsakten geregelt:

- Demnach dürfen Händler in der EU unverkaufte Kleidung und Schuhe ab dem 19. Juli 2026 nicht mehr einfach vernichten. Ab dem Stichtag müssen sie gespendet, recycelt oder anderweitig verwertet werden.
- Neue ESPR-Produktvorgaben sehen ab 2027 außerdem vor, dass im Handel erhältliche Kleidung (neben den Produktgruppen Möbel und Elektronik) haltbarer und reparierbarer werden muss.
- Vorgesehen ist ab 2027/2028 zudem die Einführung eines „digitalen Produktpasses“ (DPP) für die betroffenen Produktgruppen. Dieser soll relevante Informationen wie z. B. Herkunft, Inhaltsstoffen, Materialeigenschaften, Reparierbarkeit und Recyclingfähigkeit bündeln und – vermutlich über einen QR-Code – bereitstellen.

Für Verbraucher versprechen die neuen Regelungen künftig mehr Transparenz bei der Produktauswahl sowie mehr Produktsicherheit. Experten gehen zudem davon aus, dass Fehlkäufe dadurch seltener werden könnten. Kleidung selbst könnte in der Konsequenz teurer werden, gleichzeitig würde jedoch die Qualität steigen und die Reparierbarkeit verbessern.

10 TIPPS FÜR EINE LANGLEBIGE & NACHHALTIGE GARDEROBE

- Stellen Sie sich vor jedem Kauf die ehrliche Frage: Brauche ich dieses Kleidungsstück wirklich oder geht es mir eher um Belohnung oder Langeweile? Ebenso wichtig: Passt es zur vorhandenen Garderobe und werde ich es regelmäßig tragen?
- Probieren Sie ein Kleidungsstück vor dem Kauf an. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass es später auch tatsächlich getragen wird. Achten Sie neben der richtigen Größe unbedingt auch auf den Tragekomfort und ein gutes Stoffgefühl sowie eine gute Verarbeitung.
- Entscheiden Sie sich bei der Anschaffung bewusst für Kleidungsstücke aus Materialien, die sich für Sie unkompliziert und mit vorhandenen Mitteln pflegen und reinigen lassen. Achten Sie außerdem auf Angaben zur Maß- und Farbbeständigkeit.
- Bevorzugen Sie Second-Hand-Kleidung, vor allem für Babys und Kinder. Sie ist günstig und sogar oft in neuwertiger Qualität in Geschäften, auf Flohmärkten und Online-Plattformen verfügbar. Durch mehrmaliges Waschen ist sie in der Regel weitgehend frei von produktionsbedingten Schadstoffen.
- Bevorzugen Sie beim Neukauf Textilien aus natürlichen Materialien wie Baumwolle, Leinen oder Wolle, am besten aus biologischer Erzeugung und hergestellt in der EU.
- Waschen Sie Ihre Kleidung – mit Ausnahme von Neuware – nur so oft, wie es wirklich notwendig ist, denn der Waschprozess ist für textilen Verschleiß und Farbverluste mitverantwortlich. Gerade bei Woll- und Naturfasern reicht Auslüften häufig aus.
- Sortieren Sie Ihre Wäsche vor dem Waschen nach Farben (Weißes, Buntes (ggf. nach hell und dunkel trennen), Schwarzes), Materialien sowie Waschtemperatur. Prüfen Sie dafür im Zweifel immer die Etiketten (neuer) Kleidungsstücke auf entsprechende Hinweise.
- Dosieren Sie ein idealerweise zugleich haut- und umweltfreundliches Waschmittel gemäß den Herstellerangaben (Verschmutzung und Härtegrad des Wassers mitberücksichtigen!) und wählen Sie den passenden Waschgang aus, idealerweise den energiesparenden Eco-Modus.
- Verzichteten Sie wenn möglich auf Weichspüler. Nicht nur wirken sich die darin enthaltenen Stoffe negativ auf Umwelt und Gesundheit aus, auch längst nicht jedes Textil profitiert davon. So verlieren z.B. bestimmte Stoffe ihre Saugfähigkeit und Atmungsaktivität, Kleidung mit Stretch-Anteil kann wiederum schneller ausleieren oder porös werden.
- Ist ein Kleidungsstück beschädigt, sollten Sie rasch handeln. Im Nu ist aus einem kleinen Loch ein großer Riss geworden. Auch lose Knöpfe und offene Nähte sollten möglichst schnell geflickt werden – vor allem beim Waschen können sie sich weiter lockern bzw. ganz aufreißen.



VERPACKUNGEN SPAREN

(ABB) Weniger Verpackungen zu verwenden, Mehrweglösungen und Verpackungen aus recyceltem Material zu wählen, sind Ansätze, um die enorme Verpackungsflut einzudämmen. Wir stellen Ihnen Webseiten vor, bei denen Sie Informationen für einen verpackungsärmeren Alltag, zu Vor- und Nachteilen von Verpackungsmaterialien und ihrer richtigen Entsorgung finden.



www.nabu.de

Verpackungen, insbesondere die Reduktion von Verpackungsmüll, Vergleiche und Ökobilanzen von verschiedenen Verpackungsarten sowie die Vermeidung unnötiger Einweg- und die Förderung von Mehrwegverpackungen gehören zu den Themen des Naturschutzbundes Deutschland (NABU). Der Verband stellt dazu Informationen und Tipps für Verbraucher in der Rubrik „Umwelt & Ressourcen“ unter dem Menüpunkt „Abfall & Recycling“ bereit.



www.wwf.de

Der WWF (World Wide Fund For Nature) setzt sich weltweit für den Schutz der biologischen Vielfalt ein. Wichtige Instrumente sind die Ausweisung von Schutzgebieten sowie die nachhaltige, naturverträgliche Nutzung natürlicher Ressourcen. Zusätzlich arbeitet die Organisation daran, Umweltverschmutzung zu verringern und einen übermäßigen Konsum auf Kosten der Natur einzudämmen. Informationen zu den Themen Plastik, Verpackungen und Mehrweg finden Interessierte bei dem Menüpunkt „Plastik“ in der Rubrik „Themen & Projekte“.



www.utopia.de

Die Online-Plattform für nachhaltigen Konsum bietet eine Vielzahl von Informationen, Produktempfehlungen und Ratgeberartikeln. Sie enthalten Anregungen, wie Verbraucher mit kleinen Veränderungen bei ihren Kauf- und Konsumgewohnheiten die Umwelt schonen und nachhaltiger leben können. Artikel und Informationen zu Verpackungen sind über den Zugang zu den Themenwelten von Utopia und zu der Übersicht über alle Themen im unteren Bereich der Webseite erreichbar.



www.trenntstadt-berlin.de

Die Trenntstadt Berlin ist eine Initiative der Berliner Stadtreinigung (BSR) und ihrer Partner mit dem Ziel, über Abfallvermeidung, -trennung und Recycling zu informieren. Eine korrekte Entsorgung von Verpackungen nach Gebrauch trägt dazu bei, dass die Materialien gesammelt und wiederverwertet werden können. In der Rubrik „Mülltrennung“ erfahren Interessierte, wie das funktioniert, was mit den Stoffen nach der Entsorgung passiert und wie sie aufbereitet werden. Die Frage, welcher Müll wohin kommt, wird im Abfall-ABC in der Rubrik „Service“ beantwortet.



www.verbraucherzentrale.de

Die Verbraucherzentralen in Deutschland informieren u. a. über Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Schadstoffe in Konsumprodukten. Der Beitrag „Alles über Verpackungen und andere Gegenstände mit Lebensmittelkontakt“ (erreichbar über Suche, Suchbegriff „Verpackungen“) bietet einen Zugang zu einer Vielzahl von Artikeln, die über den sicheren Umgang mit Lebensmittelkontaktmaterialien, ihre Vor- und Nachteile sowie mögliche Schadstoffe informieren.



www.verbraucher60plus.de

Hier bietet die VERBRAUCHER INITIATIVE in der Rubrik „Umwelt“ ein umfangreiches Themenspezial über Verpackungen an. Neben Informationen zu Materialien, zu Mehrweg- und Einwegverpackungen bei Getränken und in anderen Bereichen gibt es Tipps, wie sich Verpackungen sparen lassen und worauf bei der Auswahl zu achten ist, um die Umwelt zu entlasten. Eine umfangreiche Liste mit Links zu weiterführenden Informationen ergänzt das Angebot.



www.bundesumweltministerium.de

Unter dem Menüpunkt „Kreislaufwirtschaft“ stellt das Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMUKN) Verbrauchertipps u. a. zu Verpackungsabfällen, Altglas und Altpapier bereit. Verpackung zu sparen, Mehrwegverpackungen zu verwenden und Einwegverpackungen zu recyceln trägt dazu bei, Ressourcen zu schonen, Abfall zu vermeiden und den Produktkreislauf zu verlängern. Diese Maßnahmen sind ein wichtiger Teil der Kreislaufwirtschaft.



www.umweltbundesamt.de

Wie sich die negativen Folgen von Verpackungsmüll auf die Umwelt verringern lassen, welche gesetzlichen Vorgaben es gibt und wie jede und jeder einzelne verantwortungsvoll mit Verpackungen umgehen kann, gehört zu den Themen des Umweltbundesamtes. In der Rubrik „Abfall/Ressourcen“ stehen unter dem Punkt „Produktverantwortung in der Abfallwirtschaft“ Informationen über Verpackungen und über Kunststoffe bereit.



www.bfr.bund.de

Verpackungen für Lebensmittel müssen hohe Anforderungen an die Sicherheit erfüllen. Sie dürfen keine Bestandteile in gesundheitlich bedenklichen Mengen auf Lebensmittel übertragen. Zu den Aufgaben des Bundesinstituts für Risikobewertung gehört es, Lebensmittelkontaktmaterialien wie Kunststoff, Papier, oder Metall im Hinblick auf mögliche gesundheitliche Risiken zu untersuchen und darüber zu informieren. Die Informationen stehen in der Rubrik Produktsicherheit unter dem Menüpunkt „Materialien in Kontakt mit Lebensmitteln“. Hier gibt es auch Informationen zu Mikroplastik.



<https://biowerkstoffe.fnr.de/>

Die Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e. V. wurde auf Initiative der Bundesregierung gegründet und hat den Auftrag, Forschungs-, Entwicklungs- und Demonstrationsvorhaben im Bereich nachwachsender Rohstoffe und anderer biogener Ressourcen zu koordinieren. In dem Themenportal Biowerkstoffe stellt sie u. a. Informationen zu biobasierten Kunststoff-Verpackungen bereit.



THEMENHEFTE DER VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

Gesundheit & Haushalt

- Basiswissen Bodenbeläge (2018)
- Basiswissen Entspannung & Fitness (2017)
- Basiswissen Labels (2017, 24 S.)
- Basiswissen Patientenrechte (2021)
- Clever haushalten (2022, 20 S.)
- Den Geist fit halten (2025)
- 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)
- Gut zu Fuß (2022)
- Haushaltspflege (2015, 24 S.)
- Heimwerken & Labels (2017)
- Kinder & Gesundheit (2020)
- Kinder & Übergewicht (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)
- Sicherheit für Familien (2025)
- Sonnen- und Hitzeschutz (2025)
- Unfällen im Alter vorbeugen (2024)
- Vollwertig essen bei Diabetes Typ 2 (2024)
- Yoga (2015, 32 S.)
- Zähne pflegen (2014, 24 S.)

Essen & Trinken

- Abnehmen & Diäten (2025)
- 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 (2025)
- 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.)
- Ernährung bei erhöhtem Cholesterin (2024)
- Essen macht Laune (2012)
- Fisch & Meeresfrüchte (2020)
- Insekten auf dem Teller (2023)
- Klimafreundlich essen (2019)
- Kochen ohne Reste (2025)
- Küchenkräuter (2009, 8 S.)
- Lebensmittelallergien & Co. (2015)
- Lebensmittel wertschätzen statt verschwenden (2025, kostenfrei)
- Lebensmittel selber machen (2022)
- Lebensmittelvorräte (2020)
- Obst & Gemüse selbst anbauen (2020)
- Nachhaltige Gemüseküche (2025)
- Regionale Lebensmittel kaufen (2019)
- Superfood (2022)
- 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)
- Besonders sparsame Haushaltsgeräte 2024 (2024)
- Clever Energie sparen (2022)
- Das neue EU-Energielabel (2021)
- Einfach klimagerechter leben (2021, 20 S.)
- Fairer Handel (2020)
- Familie & Klima (2020)
- Generation 55+ & Labels (2024)
- Holz & Papier (2023)
- Kleidung clever nutzen (2025)
- Klimaanpassung (für) zuhause (2024, 20 Seiten, kostenfrei)
- 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)
- Nanotechnologien in Alltagsprodukten (2021)
- Permakultur (2019)
- Plastikärmer leben (2021)
- Reisen bewusst genießen (2025)
- Tierhaltung im Wandel (2025)
- Schadstoffe im Alltag (2023)
- Wasser – Lebensmittel Nr. 1 (2022)

Weitere Themen

- Ehrenamt & Co. (2023)
- Internet (2024)
- Internet-Mythen (2024)
- Smart Home (2025)
- Online sicher unterwegs (2023)

DOWNLOADS FINDEN SIE UNTER WWW.VERBRAUCHER.COM

THEMENHEFTE EINFACH ONLINE, PER BRIEF ODER MAIL BESTELLEN