

# Verbraucher konkret

Mitgliedermagazin der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.



30 Jahre  
1985-2015  
VERBRAUCHER  
INITIATIVE e.V.

ERNÄHRUNGSMYTHEN IM CHECK | UMWELT- UND SOZIALVERANTWORTUNG IM MITTELSTAND |  
FRAGEN & ANTWORTEN: TÖPFE UND PFANNEN | INTERNET: KONSUM IM WANDEL

Bundesverband  
**Die Verbraucher  
Initiative e.V.**  
[www.verbraucher.org](http://www.verbraucher.org)

Informieren.  
Motivieren.  
Gestalten.

5

### 30 JAHRE VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.



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

11

### AUSBLICK: DIE NÄCHSTEN JAHRE

30 Jahre VERBRAUCHER INITIATIVE sind nicht nur ein Grund zurückzublicken, sondern nach vorne zu schauen. Wir setzen weiterhin auf die Vision mündiger, verantwortlicher und informierter Verbraucherinnen und Verbraucher.



24

### LEBENSMITTEL: PRODUZIEREN WIR DEN MANGEL VON MORGEN?

Die Vernichtung fruchtbarer Böden, die Verarmung der Pflanzenvielfalt sowie die weltweit steigende Nachfrage nach eiweißreichen Lebensmitteln zwingen Hersteller und Handel dazu, sich mit dem Thema Verknappung auseinanderzusetzen.

28

### CSR: NACHHALTIGKEIT IM MITTELSTAND

Die VERBRAUCHER INITIATIVE hat seit dem Jahr 2008 wiederholt branchenspezifisch Aktivitäten großer Handelsunternehmen und Hersteller betrachtet. Aktuell hat der Bundesverband klein- und mittelständische Unternehmen untersucht.



30

### INTERNET: KONSUM IM WANDEL

Immer mehr Verbraucher wollen einen verschwenderischen Lebensstil nicht mehr mitmachen und suchen nach Alternativen. Wir stellen Ihnen aktuelle Trends im Netz vor und haben uns dort für Sie umgesehen.



12

### Ernährungsmythen IM CHECK

Um kaum ein Thema ranken sich so viele Behauptungen, Halbwahrheiten und Tipps wie um das Essen und Trinken. Wir haben uns für Sie umgesehen.

- 19 RECHTSTIPPS: AKTUELLE URTEILE
- 20 MELDUNGEN
- 25 RÜCKBLICK: HOLZSCHUTZMITTELPROZESS
- 26 FRAGEN & ANTWORTEN: TÖPFE UND PFANNEN
- 32 BROSCHÜRENÜBERSICHT

## 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 9.00-12.00 Uhr. Sie können Ihre Frage auch per Fax, Mail oder brieflich an uns richten: Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V., Eisenstr. 106, 12435 Berlin, Fax 030/53 60 73-45, mail@verbraucher.org | Bei **rechtlichen Fragen** erreichen Sie unsere Anwälte mittwochs von 9.00-13.00 Uhr unter Tel. 030/53 60 73-3. | Ob Adressänderung oder Spendenbescheinigung – bei **Fragen zu Ihrer Mitgliedschaft** erreichen Sie Marina Tschernezki unter Tel. 030/53 60 73-40. | Unsere Bankverbindung – Kto. 8133500, BLZ 370 205 00 oder IBAN: DE80 3702 0500 0008 1335 00, BIC: BFSWDE33XXX.

**IMPRESSUM** | Verbraucher konkret 1/2015 | April 2015 | ISSN 1435-3547 | Mitgliederzeitschrift der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. | **Redaktion:** Eisenstr. 106, 12435 Berlin, Tel. 030/53 60 73-3, Fax 030/53 60 73-45, mail@verbraucher.org, www.verbraucher.org | **Erscheinungsweise:** 4 x jährlich | **Redaktion und Mitarbeit an dieser Ausgabe:** Georg Abel (GA, V.i.S.d.P.), Alexandra Bochard-Becker (ABB), Laura Gross (LG), Dr. Bettina Knothe (BK), Anke Rößner (AR), Dr. Melanie Weber-Moritz (MWM) | **Fotos:** Titel: 07Ja\_Photocase, Inhalt s. Nachweise im Heft, Fotonachweise jeweils von oben nach unten oder Uhrzeigersinn | **Papier:** Diese Broschüre wurde auf Circle matt white 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 Verbraucherinnen und Verbraucher. | Nachdruck und Vervielfältigungen, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers und Quellenangabe. | Der Bezugspreis ist im Mitgliedsbeitrag enthalten.

## Liebe Leserin, lieber Leser,

die EU will den Verbrauch von Plastiktüten eindämmen. Der beträgt heute pro EU-Bürger 176 Tüten und soll ab dem Jahr 2019 auf durchschnittlich 90 und bis zum Jahr 2025 auf 40 Tüten pro Person sinken.

Doch wie sieht die Realität aus. Während in Portugal über 500 Tüten pro Kopf verbraucht werden, liegt der Verbrauch in Deutschland derzeit bei jährlich „nur“ 71 Tüten. Ein Grund sich auszuruhen und nichts zu tun? Sicherlich nicht.

Zwar machen nach einer Studie des Umweltbundesamts Plastiktüten nur 0,7 Prozent unseres Kunststoffverbrauchs aus. Doch sie stehen für die Ex- und Hopp-Mentalität unserer Gesellschaft und haben angesichts von Bildern plastikverschmutzter Meere und verendeter Tiere hohe Symbolkraft.

Dabei ist auch die Tütenfrage nicht einfach: Sind es nicht Verbraucher, die nach dem Motto „einmal ist keinmal“ zur Plastiktüte greifen? Sind Jutebeutel oder Papiertüte wirklich (und ab wann) ökologisch eine Alternative? Im Lebensmittelhandel haben Verbraucher die Tütenwahl und zahlen. In der Textilbranche gehört die kostenlose Tüte dagegen zum „Kundenservice“

Nach einer Umfrage würden nur drei Prozent der Verbraucher eine Plastiktüte nutzen, wenn sie diese bezahlen müssten. Bezahlte Tüten in allen Branchen kann doch nur die Konsequenz dieser Untersuchung sein.

Auch beim Thema Plastiktüte gilt: Vermeiden, Alternativen nutzen, recyceln und verwerten. Dazu bedarf es mehr Verbraucherinformation über die Handlungsalternativen und deren ökologische Wirkung. Gefragt ist hier auch der Handel. Für eine entsprechende Brancheninitiative wäre jetzt die richtige Zeit. „Freiwilligkeit heißt nicht Beliebigkeit“, meint Bundesumweltministerin Barbara Hendricks. Und hat damit Recht!

Ihr Georg Abel  
Bundesgeschäftsführer



- Anzeige -

## Alles über Labels

Bio, fair, energiesparend ...  
Was Labels auf Produkten wirklich aussagen.  
Erfahren, was dahinter steckt!!  
Mehr auf [www.label-online.de](http://www.label-online.de)



Label  
ONLINE

Bundesverband  
Die Verbraucher  
Initiative e.V.

[www.label-online.de](http://www.label-online.de)

Jetzt auch als App!

NEU.

Bioland



DE-ÖKO-007

- \* 70% Birnensaft
- \* 30% Weißwein
- \* Bioland Vertragsanbau
- \* vegan
- \* nur 3% Alkohol
- \* regional
- \* Direktversand
- \* versandkostenfrei

Onlineshop [www.havelwasser.com](http://www.havelwasser.com)  
Tel. 030 / 53 60 76-94 Fax -93



**HAVELWASSER**

Birnensaft & Weißwein

# 30 Jahre VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

Liebe Leserin, lieber Leser,

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

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

Aus der Gründung einiger weniger Ehrenamtlicher im Wohnzimmer ist heute ein Bundesverband geworden,

der von Tausenden unterstützt wird und der mit seinen Themen Millionen Menschen erreicht. Der gemeinnützige Verband ist damit auch ein gutes Beispiel für unabhängige Verbraucherarbeit ohne staatliche oder unternehmerische Grundfinanzierung.

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

Wir freuen uns über Ihre weitere Unterstützung.

Beste Grüße

*Bettina Knothe*

Dr. Bettina Knothe  
(Bundesvorsitzende)



1985

Am 8. Juni trafen sich

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

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

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

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



1986

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



1987

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

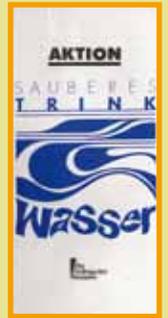
[www.verbraucher.org](http://www.verbraucher.org)

Bundesverband

Die Verbraucher  
Initiative e.V.

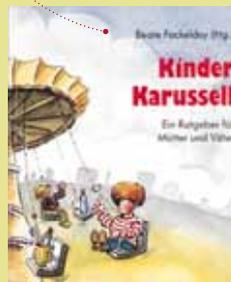
1990

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



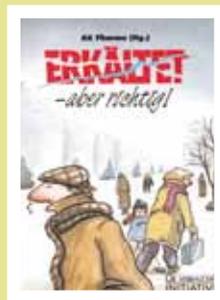
1988

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



1991

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



1989

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



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

1992

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



1993

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

Dieter Kublitz wird im Oktober neuer Bundesvorsitzender, Gerd Billen kandidiert nach acht Jahren nicht erneut.

1994

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

1995

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

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

**Vergiftung durch Holzschutzmittel**

1996

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

1997

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

1998

Mit dem Bundesumweltministerium startet die Klimakampagne „Meine Agenda 21“ (Foto: Dieter Kublitz mit Bundesumweltministerin Angela

Merkel), das entsprechende „Energie-Sparbuch“ wird 1,8 Millionen Mal abgerufen. | Der Verband beteiligt sich an der „Aktion Saubere Landschaft“. | Im Mai findet das Expertenhearing „Insekten im Haushalt“ statt. | Im Herbst diskutieren 120 Fachleute über die „Abfallwirtschaft der Zukunft“. | Die Mitgliederzeitschrift wird komplett umgestaltet, erweitert und erscheint nun als „Verbraucher konkret“. | Erstmals wird eine Rechtsberatung für Mitglieder angeboten.



2002

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

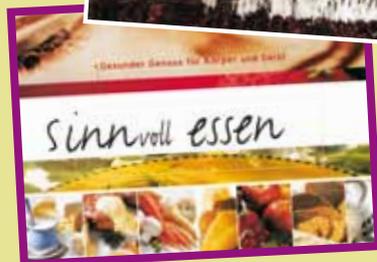
1999

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



2000

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



2003

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



2001

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



2004

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





2007

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



2009

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



2005

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

2008

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



2006

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



2010

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



## 2011

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

Fachhandel verbreitet.

Das Pilotprojekt mit der gleichnamigen Webseite [verpackungsbarometer.de](http://verpackungsbarometer.de) startet. | Eine repräsentative Verbraucherbefragung untersucht die Einstellung zur Nachhaltigkeit.



## 2013

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



## 2014

Im März werden Online-Supermärkte getestet. Für viel Medienresonanz sorgt die im April vorgestellte Label-App, u. a. werden über 108 Millionen Radiohörer erreicht. | Die Studie Getränkeverpackung wird erstellt und mit zahlreichen Stakeholdern u. a. auf einem Workshop diskutiert. | Zum neunten Mal erscheint mit 80.000 Exemplaren der 200-seitige Fairtrade-Kalender. | Der Verband beteiligt sich an der Aktion gegen Massentierhaltung in Brandenburg, tritt dem „Textilbündnis“ bei und informiert zum Interneteinkauf von Kosmetika. | Die Seniorenkonferenzen behandeln das Thema Energie. | [label-online.de](http://label-online.de) informiert zum Jahresende zu über 600 Zeichen. | [oeko-fair.de](http://oeko-fair.de) bietet u. a. über 40 Themenspezials.



## 2012

Im Januar geht [www.resterechner.de](http://www.resterechner.de) online, damit werden die Informationen zum Thema Lebensmittelverschwendung ergänzt. | Die repräsentative Studie

„Smart Shopping“ untersucht die Verbrauchervünsche an den mobilen Handel und wird im Februar mit Fachleuten diskutiert. | Die erstmalige Untersuchung der CSR-Aktivitäten von Herstellern aus sechs Branchen endet, 30 Hersteller werden ausgezeichnet. | Die Studien zur „verbrauchergerechten CSR-Kommunikation“ werden im Sommer auf einer Tagung diskutiert. Zehn

Leitlinien werden veröffentlicht. | In der Gut-zu-wissen-Reihe erscheint die Broschüre „Güte-zeichen in Bayern“, die Energie-Broschüre wird 75.000 Mal nachgedruckt.



## 2015

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

Bundesverband

Die Verbraucher  
Initiative e.V.

Informieren.  
Motivieren.  
Gestalten.

# DIE NÄCHSTEN JAHRE

(BK) 30 Jahre VERBRAUCHER INITIATIVE sind nicht nur ein Grund zurückzublicken, sondern nach vorne zu schauen. Wir setzen weiterhin auf die Vision mündiger, verantwortlicher und informierter Verbraucherinnen und Verbraucher. Wir sind davon überzeugt, dass der Staat nicht alles regeln kann (und sollte).

Konsumenten haben die Wahl. Sie entscheiden über den Erfolg (oder Misserfolg) von Produkten und Unternehmen. Sie wählen den Einkaufsweg: Geschäft oder Internet ist hier immer öfter die Frage. Sie wählen oft sehr bewusst ihren Lebensstil, zunehmend auch den eines reduzierten Konsums.

Uns ist bewusst, „den Verbraucher“ gibt es nicht. Uns ist klar, die meisten Konsumenten sind in ihrem Konsumverhalten widersprüchlich. Wir wissen, Verbraucher sind zunehmend durch die mediale Flut unterschiedlichster Informationen irritiert: Was und wem soll man glauben, ist nur eine Frage in unserer reizüberfluteten Mediengesellschaft. Der individuelle, widersprüchliche und „verwirrte“ Verbraucher ist unbestritten eine Herausforderung: Auch und gerade in der Verbraucherarbeit und damit für uns als kritische Verbraucherorganisation.

Dabei haben wir nicht alleine Verbraucher im Blick, sondern wenden uns auch an Unternehmen. Auch hier wollen wir motivieren und im Einzelfall kooperieren. Wer ernsthafte Veränderungen in der Lieferkette will, muß sich dafür Zeit nehmen. Diese „Mühe in der Ebene“ eignet sich deshalb nicht für lautstarke Spendenaufrufe. Aber sie leistet einen ganz realen Beitrag zur notwendigen, dauerhaften Veränderung.

„Informieren. Motivieren. Gestalten.“ ist der Slogan mit dem man unsere Verbandsphilosophie auf den Punkt bringen kann. Veränderungen sind dabei ein kontinuierlicher Prozess. Dafür sind u. a. Kooperationen und ein langer Atem nötig. 30 Jahre sind eine lange Zeit. Für die vielen Baustellen in der EINEN Welt ist es allerdings nur ein sehr kleiner Zeitraum. ●

Informieren.  
Motivieren.  
Gestalten.

Foto: foto\_Photostock

## KURZ & KNAPP

Komplett überarbeitet wurde im Februar die **THEMENHEFTREIHE** der **VERBRAUCHER INITIATIVE**: Größere Schrift, knappere Texte und moderneres Layout lauten die Eckpunkte der Weiterentwicklung | Entsprechend angepasst wurde im März auch unser **MITGLIEDER-MAGAZIN** „Verbraucher konkret“ | Im April startet unsere überarbeitete **WEBSEITE** [www.verbraucher.org](http://www.verbraucher.org) mit Informationen zur Arbeit unseres Bundesverbandes | Gleichzeitig geht auch der neugestaltete **SHOP** der vereinseigenen GmbH ([www.verbraucher.com](http://www.verbraucher.com)) online. Er bietet zukünftig auch Ratgeber anderer Organisationen | **Neu** ist auch unser alle 5 bis 6 Wochen erscheinende **ONLINE-NEWSLETTER**. Er ersetzt ab Mai die bisherigen Newsletter von [oeko-fair.de](http://oeko-fair.de) und [label-online.de](http://label-online.de). Bei Interesse an diesem zusätzlichen Angebot, senden Sie Ihre Mailadresse an [mail@verbraucher.org](mailto:mail@verbraucher.org) | Ebenfalls im Mai startet eine umfangreiche **MITGLIEDER- UND SPENDENWERBUNG**.

# Ernährungsmythen IM CHECK

Um kaum ein Thema ranken sich so viele Behauptungen, Halbwahrheiten und Tipps wie um das Essen und Trinken. Unangefochtener Spitzenreiter ist das Abnehmen. Dazu sind besonders viele Irrtümer und Empfehlungen unterwegs. Letztere können helfen, das Gewicht in den Griff zu bekommen, doch nicht immer ist jede Empfehlung für jeden richtig. Essen und Trinken sind äußerst individuelle Angelegenheiten, die sich nicht in ein allgemeingültiges Schema pressen lassen.

## „MORGENS WIE EIN KAISER, ...

... mittags wie ein König und abends wie ein Bettelmann“ ist eine Volksweisheit, wenn es um das Abnehmen und die Verteilung der Energieaufnahme über den Tag geht. Was den Effekt einer **SPARSAMEREN ABENDMAHLZEIT** auf die Gewichtsreduktion angeht, ist etwas Wahres dran. Es gibt eine Reihe von Hinweisen darauf, dass es das Abnehmen fördern kann, wenn man abends nicht zu spät und nicht zu viel isst. Hierbei sind aber auch die jeweiligen Lebensumstände zu beachten. Wer abends noch Energie braucht, etwa für Spät- oder Nachtschichten, hat andere Ansprüche an das Essen am Abend als jemand, der nach einem ruhigen Fernsehabend gegen 22.00 Uhr zu Bett geht. Die beruflichen Anforderungen führen dazu, dass der natürliche Tag-Nacht-Rhythmus nicht eingehalten werden kann. Das kann bekanntermaßen negative gesundheitliche Folgen haben.

Was das Frühstück betrifft, macht es aus physiologischer Sicht Sinn, morgens vor dem Start in den Tag etwas Geeignetes zu essen. Die Nährstoff- und Energiespeicher haben sich über Nacht geleert. Der Körper braucht Nachschub, um in Schwung zu kommen und sich den Aufgaben des Tages zu stellen. Dabei kommt es weniger auf die Menge als



auf die Qualität an. Ratsam ist, die Zutaten energie- und fettbewusst auszuwählen. Empfohlen werden z. B. ungesüßtes Müsli, Vollkornflocken, Obst, fettarme Milchprodukte, Vollkornbrot, Marmelade oder Belag mit einem geringen Fettgehalt. Wer gleich nach dem Aufstehen noch nicht richtig essen mag, kann das später beim zweiten Frühstück nachholen. Wird dagegen gut und ausgiebig gefrühstückt, darf die Zwischenmahlzeit am Vormittag kleiner aus- oder ganz wegfallen. Auch Mittag- und Abendessen sollten - getreu dem Spruch - weniger umfangreich sein, damit die Gesamtenergiemenge nicht übers Ziel hinausschießt.

Noch nicht eindeutig geklärt ist bisher die Frage, ob regelmäßiges Frühstück die Gewichtsabnahme fördert. Studien legen nahe, dass sich dann der Appetit und die Nahrungsaufnahme über den Tag besser kontrollieren lassen und so Überge-

wicht entgegengewirkt werden kann.

Um die Volksweisheit zu widerlegen, werden häufig die Essgewohnheiten in den Mittelmeerländern angeführt. Hier ist es üblich, wenig zu frühstücken, ein leichtes Mittagessen einzunehmen und abends ausgiebig zu essen. Trotzdem haben die Menschen dort seltener Übergewicht als in Deutschland. Das ist zwar richtig, dennoch lohnt es, etwas genauer hinzuschauen. In Ländern wie Italien, Spanien oder Südfrankreich herrscht ein anderer Lebensrhythmus als in Deutschland. Die Menschen gehen nach dem guten Abendessen nicht gleich zu Bett, sondern bleiben länger auf und legen dafür am Tag eine ausgiebigere Mittagspause ein. Auch die Lebensmittelauswahl unterscheidet sich. So sind z. B. Gemüse und Salate wichtige Hauptbestandteile der Mahlzeiten. Sie werden im Kreise der Familie oder mit Freunden mit Ruhe und Zeit eingenommen.



# SPÄTABENDS ESSEN FÖRDERT ÜBERGEWICHT

Das stimmt nur zum Teil. Mit einem späteren Abendessen riskiert man nicht automatisch überflüssige Pfunde, wenn man zuvor bei den übrigen Mahlzeiten des Tages sparsamer zugelangt hat. Entscheidender als die Uhrzeit ist die Menge an Energie (Kilokalorien), die man insgesamt über den Tag zu sich nimmt. Liegt sie dauerhaft über dem individuellen Bedarf, entsteht Übergewicht. Zu welcher Uhrzeit gegessen wird, hat dagegen weniger Einfluss auf das Körpergewicht, solange man nicht mehr isst als der Körper braucht. Üppigere Abendmahlzeiten können z. B. dann den Zeiger auf der Waage nach oben treiben, wenn man zu schnell und mehr isst, als der Körper braucht. Das kann leichter passieren, wenn man sehr ausgehungert ist, weil die letzte Nahrungsaufnahme zu lange her ist.

## TIPPS

Vorsicht ist beim späteren Tafeln geboten, weil ein voller Magen den Schlaf stören kann. Daher sollte der Abstand zwischen dem Abendessen und der Nachtruhe bei mindestens drei Stunden liegen.

Auch wenn vorrangig die Gesamtenergiemenge darüber entscheidet, ob Körperfett ab- oder aufgebaut wird, sollte man sich nicht dazu verleiten lassen, den Großteil der Energiezufuhr auf den Abend zu legen, sondern einigermaßen gleichmäßig über den Tag verteilt zu essen.

Wir unterliegen einer tageszeitlichen Rhythmik, d. h. sind am Tag aktiv und in der Nacht auf Ruhe gepolt – mit individuellen Verschiebungen in Richtung Morgen- oder Abendtyp. Untersuchungen zufolge passt es daher besser zu unserem biologischen Rhythmus, wenn wir tagsüber mehr essen als abends.

## 5 MAHLZEITEN SIND BESSER



Die Nahrungsenergie am Tag auf drei größere Haupt- und zwei kleinere Zwischenmahlzeiten zu verteilen soll beim Abnehmen helfen. Ob man aber damit oder mit drei größeren Mahlzeiten besser durch den Tag kommt und seine Energiebilanz in der Waage halten kann, ist von Mensch zu Mensch verschieden. Beides hat Vor- und Nachteile, was die Gewichtsreduktion und -kontrolle betrifft. Wissenschaftlich gesicherte Aussagen und Empfehlungen gibt es nicht, da bisher keine eindeutigen Forschungsergebnisse vorliegen. Das erklärt die widersprüchlichen Angaben, die zu dem Thema in Medien und Ratgebern zu finden sind.

Mit mehreren Mahlzeiten das Abnehmen zu unterstützen funk-

tioniert nur, wenn man dabei insgesamt weniger an Energie zuführt als man verbraucht. Für Menschen, deren Blutzuckerspiegel stärker schwankt und auch mal in den Keller rutscht, ist es zuträglicher, über den Tag verteilt mehrere kleinere Mahlzeiten bzw. Zwischenmahlzeiten zu sich zu nehmen. So bleibt er auf einem verträglichen Niveau. Als Folge können das Hungergefühl vermindert, Heißhungeranfälle vermieden und die Leistungsfähigkeit erhalten werden. Die Gewichts-kontrolle kann so leichter fallen. Die Zwischenmahlzeiten sollten mit energiearmen und sättigenden Lebensmitteln bestritten werden, damit daraus nicht auch größere Mahlzeiten werden. Geeignet sind

z. B. Obst, Gemüse und fettarme Milchprodukte.

Wer dagegen Schwierigkeiten hat, es auch tatsächlich bei kleinen Zwischenmahlzeiten zu belassen und eher dazu neigt, zwischendurch zu energiereichen Lebensmitteln wie Süßwaren, Gebäck oder Fast Food zu greifen, fährt vermutlich mit dem 3-Mahlzeiten-System besser. Denn es kann leichter fallen, auf eine Mahlzeit ganz zu verzichten als sich bei einer begonnenen Mahlzeit zu beschränken, um die Energiemenge im Griff zu behalten. Auch bei drei Mahlzeiten ist darauf zu achten, sich mit Lebensmitteln, die wenig Energie, aber reichlich Nährstoffe liefern, satt zu essen. So können Heißhungerattacken vermieden werden.



## OBST UND WASSERTRINKEN HELFEN BEIM ABNEHMEN



Keine Frage, Obst ist gesund. Täglich sollten davon mindestens zwei Portionen bzw. 250 g auf dem Speiseplan stehen. Allerdings enthält es durch den fruchteigenen Zucker auch Energie. Einen **UNBEGRENZTEN OBSTKONSUM** über den Tag verteilt, z.B. in Form von Zwischenmahlzeiten, sollte man daher vermeiden. Damit kann Übergewicht eher gefördert als abgebaut werden.

Die Stärken von Obst lassen sich nutzen, wenn man es gezielt und in Maßen einsetzt. Durch seine natürliche Süße und sein angenehmes Aroma kann es z. B. eine energieärmere Alternative zu Süßigkeiten sein. Auf diese Weise kann es dazu beitragen, die Energieaufnahme zu senken.

Reichlich Wasser zu trinken kann die Bemühungen um ein geringeres Körpergewicht unterstützen, das zeigen einige Untersuchungen. Eindeutig wissenschaftlich bewiesen ist das aber noch nicht und auch die zugrunde liegenden Mechanismen sind unklar. Eine wichtige Rolle spielt, das Wasser keine Kalorien enthält. Gegenüber Fruchtsäften, Saftschorlen oder zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken ist es klar im Vorteil und kann dazu beitragen, die Energieaufnahme geringer zu halten.

An dem vielzitierten sättigenden und magenfüllenden Effekt kann es kaum liegen, denn der zeigte sich nur bei älteren Menschen. Und ob Wasser den Energieverbrauch ankurbeln kann, ist bisher nur unzureichend erforscht.

Beim Thema Trinken hört man immer wieder, dass es die Verdauung behindern soll, wenn man während des Essens trinkt. Durch die Flüssigkeit sollen Verdauungssäfte wie die Magensäure verdünnt werden. Das ist ein Trugschluss, denn man müsste enorme Mengen trinken, um einen verdünnenden Effekt zu erreichen. Das Gegenteil trifft eher zu, denn wenn der Körper ausreichend mit Flüssigkeit versorgt ist, zieht er bei der Verdauung weniger aus dem Nahrungsbrei. Er bleibt geschmeidiger und das fördert die Verdauung.



## TIPPS

Fruchtsaft ist in größeren Mengen nicht gut für eine gewichtsbewusste Ernährung geeignet. Als reiner Saft mit einem Fruchtgehalt von 100 Prozent enthält er zwar Vitamine und den Mineralstoff Kalium, aber auch reichlich fruchteigenen Zucker. Wer einen Liter davon am Tag trinkt, nimmt je nach Sorte ca. 500 Kilokalorien zu sich. Das entspricht der Energiemenge einer Hauptmahlzeit, die zusätzlich zum Essen „weggeschluckt“ wird.

Gegen ein Glas Fruchtsaft am Tag ist jedoch nichts einzuwenden. Wer ihn mit Wasser verdünnt trinkt, hat länger etwas davon. Saftschorlen sind eine gute Möglichkeit, sich die süßen flüssigen Früchtchen nach und nach abzugewöhnen, indem man schrittweise die Wassermenge erhöht und den Saftanteil senkt.

## DUNKLE SCHOKOLADE ENTHÄLT WENIGER KALORIEN

Schön wäre es! **EDEL- ODER ZARTBITTERSCHOKOLADE** hat genauso viel Energie wie andere Schokoladensorten, nämlich etwa 500 Kilokalorien. Der höhere Anteil an fetthaltiger Kakaomasse sorgt für einen intensiv schokoladigen, eher herben Geschmack. Er trägt dazu bei, dass man nicht so viel auf einmal davon essen mag wie von der milderen und vollmundigeren Vollmilchschokolade. Der Appetit auf Schokolade ist mit dunklen Sorten schneller gestillt, das kann einen gewissen Vorteil beim Abnehmen haben. Als weiterer Pluspunkt wird von Schokoladenfans oft der im Vergleich zu anderen Sorten höhere Gehalt an gesundheitsfördernden sekundären Pflanzenstoffen angeführt, der auf den Kakaoanteil zurückzuführen ist. Kalorienärmer und sättigender können diese Multitalente in Sachen Gesundheit allerdings über Gemüse, Obst, Vollkornprodukte, Hülsenfrüchte und Kartoffeln zugeführt werden.



Als „fettarm“ bezeichnete Lebensmittel müssen unter 3 Gramm Fett in 100 Gramm bzw. unter 1,5 Gramm Fett pro 100 Milliliter enthalten. Sie haben nicht unbedingt weniger Kalorien, denn wo weniger Fett ist, kann sich je nach Produkt trotzdem reichlich Zucker verbergen, der für einen höheren Energiegehalt sorgt. So kann z. B. ein magerer Frucht-Joghurt nahezu den gleichen Energiegehalt aufweisen wie ein vergleichbarer Joghurt mit einem höheren Fettgehalt.

„OHNE ZUCKERZUSATZ“ heißt nicht, dass das Lebensmittel keinen oder wenig Zucker und damit weniger Energie enthält. Es bedeutet nur, dass nicht extra Zucker zugesetzt wurde. Zuckerarten wie Glukose (Traubenzucker), Fruktose (Fruchtzucker), Saccharose (Haushaltszucker), Laktose (Milchzucker) oder Maltose (Malzzucker) dürfen daher nicht

enthalten sein. Auch andere zum Süßen verwendete Lebensmittel wie Honig, Birnen- oder Apfeldicksaft und Ahornsirup kommen als Zutaten nicht in Frage. Verwendet werden dürfen hingegen Zuckeraustauschstoffe und Süßstoffe. Sie gelten lebensmittelrechtlich nicht als Zucker. Zuckeraustauschstoffe wie Sorbit, Xylit, Laktit, Maltit oder Mannit liefern wie Zucker und alternative Süßungsmittel ebenfalls Energie. Lediglich Süßstoffe wie Acesulfam K (E 950), Aspartam (E 951), Cyclamat (E 952), Neohesperidin (E 959), Saccharin (E 954), Thaumatin (E 957) sind wirklich kalorienfrei. Enthält das Produkt natürlicherweise Zucker, z. B. in Trockenfrüchten oder Obst, sollte das Etikett den Hinweis enthalten: „Enthält von Natur aus Zucker“. Diese Angabe ist aber nicht verpflichtend.



Wird ein Produkt als „zuckerarm“ ausgelobt, enthält es im Fall von festen Lebensmitteln nicht mehr als 5 Gramm Zucker (ca. ein Teelöffel) pro 100 Gramm oder im Fall von flüssigen Lebensmitteln nicht mehr als 2,5 Gramm Zucker pro 100 Milliliter. Da noch andere energiereiche Zutaten enthalten sein können, ist auch hier nicht davon auszugehen, dass das Produkt automatisch weniger Kalorien mit sich bringt.



## LIGHT-PRODUKTE MACHEN SCHLANK



Nein, ganz im Gegenteil. Untersuchungen haben ergeben, dass man mit Light-Produkten nicht dauerhaft abnehmen kann, weil die Essgewohnheiten nicht verändert werden. Sie

verleiten eher dazu, mehr zu essen. In der Summe rutscht die Kalorienbilanz eher ins Plus als ins Minus.

Die Begriffe „light“ und „leicht“ dürfen für Produkte verwendet werden, bei denen der Gehalt an Energie, Fett oder Zucker mindestens um 30 Prozent gegenüber dem vergleichbaren herkömmlichen Lebensmittel reduziert wurde. Sie dürfen dann auch als fett- oder energiereduziert bezeichnet werden. Bei dem Namen des Lebensmittels muss stehen, auf welchen Inhaltsstoff oder Wert sich „light“ oder „leicht“ bezieht, z. B. Kartoffelchips light mit weniger Fett. Diese Produkte enthalten zwar weniger Energie, Fett oder Zucker, aber das bedeutet nicht, dass sie dadurch tatsächlich kalorienarm sind. „Leichte“ Kartoffelchips, Leberwurst, Salami, Mayonnaisen oder Fruchtsaftgetränke können immer noch eine ganze Menge an Energie liefern.

## TIPPS

Um sich ein genaues Bild zu machen, ob das Lebensmittel auch wirklich vergleichsweise wenig Energie, Zucker oder Fett enthält, ist immer ein kritischer und sorgfältiger Blick auf die Verpackung gefragt. Die Zutatenliste sowie die Energie- und Nährwertangaben können Auskunft geben und die Kaufentscheidung erleichtern.

Notwendig sind diese „reduzierten“ Produkte keinesfalls. Auch ohne sie gibt es eine Vielzahl von energiearmen Lebensmitteln, die einen geringen Fett- oder Zuckergehalt haben. Sie sind oft preisgünstiger, naturbelassener und enthalten weniger Zusatzstoffe. Dazu gehören z. B. fettarme Milchprodukte, magere Wurst-, Käse- und Fleischsorten. Daneben sind Gemüse, Vollkornprodukte und Obst bestens zum Abnehmen geeignet, weil sie von Natur aus fettarm sind.

Oft wird angenommen, Bio-Lebensmittel seien gesünder oder kalorienärmer. Das ist nicht der Fall, denn Produkte wie Bio-Schokolade, Bio-Kartoffelchips, Bio-Puddings oder Bio-Fertiggerichte enthalten nicht weniger Energie, Fett und Zucker als ihre konventionellen Pendanten.



## FETT IST UNGESUND

So einfach ist es nicht. Es ist grundsätzlich schwierig, Lebensmittel in „gesund“ und „ungesund“ einzuteilen. Denn es kommt immer auch darauf an, in welcher Menge und wie oft ein Lebensmittel verzehrt wird. Gerade beim Thema Fett ist ein differenziertes Hinschauen notwendig. Unser Körper braucht Fett, daher ist es weder zuträglich noch sinnvoll, darauf zu verzichten, um abzunehmen. Fett liefert ungesättigte Fettsäuren, die lebensnotwendig sind und die obendrein gesundheitsfördernde Wirkungen auf den Cholesterinspiegel haben, z. B. die Ölsäure im Olivenöl oder die vielzitierten Omega-3-Fettsäuren. Fett kann aber auch gesättigte Fettsäuren, gehärtete Fette und Transfettsäuren enthalten, die sich ungünstig auf den Cholesterinspiegel auswirken können. Gleichzeitig sorgt Fett für eine ausgeprägte Sättigung, denn es enthält mehr als doppelt so viel Energie wie Kohlenhydrate oder Eiweiß und bleibt relativ lange im Magen. Zudem ist es ein guter Geschmacksträger, bringt Aromen ins Essen und sorgt für ein vollmundiges, angenehmes Mundgefühl.

## TIPPS

Da Fett ziemlich energiereich ist, sollte es nicht im Übermaß verzehrt werden. Noch entscheidender als die Menge ist aber die Qualität des Nahrungsfettes. Als Faustregel gilt: Pflanzliche Öle und Fette, die reichlich ungesättigte Fettsäuren enthalten, sollten bevorzugt, fettreiche tierische Lebensmittel wie Fleisch, Wurst und Schmalz wegen des hohen Anteils an gesättigten Fettsäuren lieber sparsamer verzehrt werden. Doch keine Regel ohne Ausnahme: Fette Kaltwasserfische wie Hering, Makrele und Lachs bringen reichlich Omega-3-Fettsäuren mit und haben daher einen regelmäßigen Platz im Speiseplan verdient. In Fertigprodukten wie Pommes frites, Knabberartikeln und industriell hergestellten Back- und Süßwaren sind meistens gehärtete Fette sowie ein erhöhter Anteil an Transfettsäuren zu finden. Nicht nur aus kalorischen Gründen ist daher ein sparsamer Umgang anzuraten.

Native oder kalt gepresste pflanzliche Öle sind sehr aromatisch und können mit ihrem charakteristischen Geschmack viele Gerichte bereichern. Oliven-, Raps-, Walnuss- und Leinöl gelten als besonders empfehlenswert.

Die alte Streitfrage „Was ist besser – Butter oder Margarine?“ lässt sich nicht pauschal beantworten. Vom Energiegehalt her unterscheiden sie sich nicht. Wem Butter besser schmeckt und wer sich regelmäßig mit pflanzlichen Ölen und ihren ungesättigten Fettsäuren versorgt, der kann dabei bleiben. Im Gegensatz zu Margarine ist Butter auch das natürlichere Fett, denn Margarine muss erst aus pflanzlichen Fetten und anderen Zutaten hergestellt werden. Sie punktet durch ihren hohen Anteil an ungesättigten Fettsäuren. Hier kann sie zur Versorgung beitragen, vor allem, wenn wenig pflanzliche Öle zum Einsatz kommen. Beim Kauf sollte man darauf achten, dass sie keine gehärteten Fette enthält.

## BROT, NUDELN UND KARTOFFELN MACHEN DICK



**DAS IST NICHT RICHTIG.** Erst die Zubereitung macht aus diesen Lebensmitteln Kalorienbomben. Mit reichlich Butter oder Margarine und fettreichem Belag kann eine Scheibe Brot ziemlich viel Kalorien und Fett enthalten. Kommt die gleiche Scheibe mit weniger Streichfett und Gurkenscheiben daher, sieht es mit der Kalorien- und Fettmenge gleich ganz anders aus. Ähnliches gilt bei Kartoffeln und Nudeln. In reichlich Butter gebraten, frittiert oder mit Mayonnaise zu Salat verarbeitet werden aus den sonst kalorien- und fettarmen Kartoffeln üppige Speisen, ganz im Gegensatz zu Pell- oder Salzkartoffeln. Bei den Nudeln sind es z. B. die reichhaltigen Sahne- und Käsesoßen, die Fett und Energie bringen. Wählt man bei Brot und Nudeln die Vollkornvarianten, bringt das zusätzliche Vorteile. Durch ihren höheren Gehalt an Ballaststoffen sättigen sie besser und fördern die Verdauung. Folglich benötigt man weniger Scheiben oder geringere Portionen, um satt zu werden. Dadurch lassen sich wiederum Streichfette und Brotbelag einsparen. Außerdem müssen ballaststoffreiche Lebensmittel gründlicher gekaut werden. Dadurch isst man langsamer und wird besser satt.



# EIER ERHÖHEN DAS CHOLESTERIN IM BLUT



Als Inhaltsstoff von Eiern, Butter, Fleisch und anderen tierischen Lebensmitteln hat das Cholesterin ein schlechtes Image. Denn es steht im Verdacht, den Cholesterinspiegel im Blut zu erhöhen. Doch was hat es damit auf sich und was sollte man beim Essen beachten?

Cholesterin selbst ist kein Fett, sondern ein fettähnlicher Stoff. Da es aber immer zusammen mit tierischem Fett vorkommt, wird es als Fettbegleitstoff bezeichnet. Der Körper benötigt Cholesterin, um z. B. Hormone, Vitamin D und Gallensäuren herzustellen, als Bestandteil von Zellen oder zum Aufbau von Nerven. Daher kann er sich nicht auf die Zufuhr von außen verlassen, sondern produziert es selbst. Die Eigenproduktion deckt den Großteil des Bedarfs und reguliert sich von allein. Wird Cholesterin benötigt, fährt sie hoch und wird gedrosselt, wenn ausreichende Mengen vorhanden sind. Enthält die Nahrung reichlich Cholesterin, stellt der Körper selbst weniger her und nimmt auch weniger davon aus dem Darm auf. Bei gesunden Menschen funktioniert dieser Regelmechanismus gut. Daher können sie größere Cholesterinmengen im Essen, z. B. aus mehreren Eiern, problemlos verarbeiten. Bei Personen, die einen erhöhten Cholesterinspiegel haben, sind die regulierenden Mechanismen und der Stoffwechsel von Cholesterin gestört. Trotz reichlicher Cholesterinzufuhr von außen wird die körpereigene Produktion nicht zurückgefahren. Als Ursachen

kommen genetische Faktoren und bestehende Erkrankungen wie Diabetes oder Schilddrüsenerkrankungen in Frage. Übergewicht, eine ungünstige Lebensmittelauswahl, zu wenig Bewegung und Stress können erhöhte Cholesterinwerte zusätzlich fördern.

Ob ein Cholesterinwert im Blut von über 200 Milligramm in 100 Milliliter behandelt werden muss, hängt nicht so sehr von dem absoluten Wert als vielmehr von der Höhe der LDL- und HDL-Cholesterinkonzentrationen ab. Das LDL-Cholesterin wird auch als „schlechtes“ Cholesterin bezeichnet, da es Fettablagerungen in den Blutgefäßen und somit eine Arteriosklerose begünstigen kann. Das HDL-Cholesterin ist das „gute“ Cholesterin, da es für den Abtransport von Cholesterin aus den Zellen verantwortlich ist und daher eine schützende Wirkung hat. Von Bedeutung ist außerdem, ob weitere Risikofaktoren für Herz-Kreislauf-Erkrankungen vorhanden sind. Sind die Werte behandlungsbedürftig, wird zunächst versucht, sie durch eine geeignete Umstellung der Ernährung in den Griff zu bekommen. Weniger cholesterinhaltige Lebensmittel zu essen, führt dabei nicht immer zu dem gewünschten Erfolg, denn nur ein Teil der Personen reagiert auf eine cholesterinarme Ernährung mit geringeren Werten. Sie werden als Cholesterinresponder bezeichnet. Bei dem anderen Teil, den sogenannten Nonrespondern, hat es kaum Auswirkungen, wenn sie mit Cholesterin im Essen sparsam umgehen.



Das 24-seitige Themenheft „Diäten“ beschreibt und bewertet u. a. verschiedene Diäten und wirft einen Blick auf Abnehmhilfe. Mitglieder können die Broschüre kostenfrei, Nicht-Mitglieder für 2,00 Euro (zzgl. Versand) bei der VERBRAUCHER INITIATIVE unter [www.verbraucher.com](http://www.verbraucher.com) bestellen oder dort für 2,00 Euro herunterladen.

## TIPPS

- **Ob Responder oder nicht, der Cholesterinspiegel im Blut wird nachhaltiger dadurch beeinflusst, welches Fett und wie viel davon wir essen als von der Menge an Cholesterin selbst. Für beide Gruppen gelten daher die oben genannten Empfehlungen. Werden pflanzliche Fette und fettärmere tierische Lebensmittel bevorzugt, nimmt man auch gleichzeitig weniger Cholesterin zu sich.**
- **Zusätzlich wirken sich ballaststoffreiche Lebensmittel wie Gemüse, Obst, Vollkornprodukte, Kartoffeln und Hülsenfrüchte sowie regelmäßige Bewegung und Entspannung günstig aus. Auf ein Frühstücksei am Wochenende müssen auch Personen mit erhöhten Werten nicht verzichten. Mehr als zwei bis drei Eier pro Woche sollten es aber nicht sein.**
- **Das Cholesterin in der Nahrung hat zwar wenig Einfluss auf den Cholesterinspiegel, dennoch wird von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung zu einem maßvollen Umgang geraten. Als Richtwert werden 300 Milligramm (mg) pro Tag angegeben. Zur Orientierung: ein Esslöffel Butter (15 g) hat ca. 33 mg, eine Scheibe Käse (30 g) etwa 25 mg, eine Scheibe gekochter Schinken (30 g) ca. 16 mg, ein Schweinekotelett (150 g) etwa 120 mg und ein Ei rund 240 mg Cholesterin. Der Richtwert berücksichtigt sowohl Studienergebnisse als auch Reaktionen zwischen gesättigten Fettsäuren und dem Cholesterin im Blut.**
- **Kommt es trotz der Maßnahmen zu keinen nennenswerten Veränderungen bei den LDL- und HDL-Werten, kann eine medikamentöse Behandlung notwendig werden. Neben chemisch definierten Fettsenkern stehen auch pflanzliche Präparate, z. B. mit Artischockenblättereextrakten zur Verfügung.**

## SPORT HILFT BEIM ABNEHMEN



**JA**, und zwar auf mehreren Wegen. Zum einen werden durch die regelmäßige sportliche Betätigung Muskelmasse auf- und Fettpolster abgebaut. Das äußere Erscheinungsbild verändert sich, der Körper wird straffer und die Kleidung passt wieder besser. Diese Veränderungen zeigen sich nicht unbedingt gleich auf der Waage. Muskelmasse ist schwerer als Fettgewebe, nimmt aber weniger Volumen ein. Zum anderen sorgt die zusätzliche Muskelmasse dafür, dass der Körper mehr Energie verbraucht und zwar auch dann, wenn man nicht trainiert. Hinzu kommt, dass Sport den Energieverbrauch ankurbelt und ein besseres

Sättigungsempfinden fördert. Mit diesen Effekten kann Sport neben der Ernährung dazu beitragen, das Wunschgewicht zu erreichen und auch zu halten.

Doch wie viel und welcher Sport ist geeignet? Man hört immer wieder, dass es mindestens 30 Minuten sein sollten, damit die Fettverbrennung in Gang kommt. Und Ausdauersport soll hier am besten geeignet sein. Richtig ist, dass der Körper seine Energie beim Training aus Kohlenhydraten und Fetten holt und zwar von Anfang an. Bei längerer Belastung werden dann zunehmend mehr Fette verbrannt. Daher sollte man länger und bei geringerer Intensität trainieren.

Möchte man mit Sport eine Gewichtsreduktion unterstützen, ist die Kombination aus Kraft- und Ausdauertraining empfehlenswert. So werden wertvolle Muskeln aufgebaut und das Herz-Kreislauf-System trainiert. Drei bis vier 30- bis 45-minütige Sporteinheiten pro Woche sollten es schon sein. Die unterzubringen, ist im beruflichen und familiären Alltag oft nicht einfach. Wer es aber schafft, einen Abend in der Woche für den Sport zu reservieren, am Wochenende aktiv zu werden und auch regelmäßige Wege z. B. zur Arbeit für Bewegung zu nutzen, kann dieser Empfehlung schon ziemlich nahe kommen.



Foto: iStock

## WER VIEL SPORT MACHT, MUSS VIEL EIWEISS ESSEN



**DAS IST EIN IRRTUM.** Zwar stimmt es, dass für den Aufbau von Muskelzellen Eiweiß notwendig ist. Jedoch nur in sehr kleinem Umfang, immerhin bestehen Muskeln zu 80 Prozent aus Wasser. Selbst bei intensivem Training könnten höchstens 2 Kilogramm Muskelmasse im Jahr zusätzlich aufgebaut werden. Dafür werden ca. 400 g zusätzliches Eiweiß benötigt. Ein gezielter und konzentrierter Muskelaufbau erfordert also nur 1,1 g mehr Eiweiß am Tag – unsere Ernährungsgewohnheiten liefern diese Menge völlig problemlos. Sogar Leistungssportler, die wegen ihres erhöhten Energiebedarfs sowieso von allem mehr essen, können auf zusätzliche Eiweißdrinks verzichten. ●

- Anzeige -



Unser komplettes Wohlfühl - Angebot  
finden Sie im Internet

  
**grüne Mühle**  
NATURKOSMETIK

Seit mehr als 25 Jahren entwickeln und produzieren wir hochwertige Naturkosmetik.

Damit sie sich in Ihrer Haut wohlfühlen verarbeiten wir in unseren Produkten erlesene Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs von höchster Qualität. Gönnen Sie sich und Ihrer Haut tägliche Pflege aus vitaminreichen Pflanzenölen, feinen Wachsen und wohlriechenden ätherischen Ölen.

[www.gruene-muehle.de](http://www.gruene-muehle.de)

# AKTUELLE URTEILE

## iPod am Steuer KEIN BUSSGELD

Geräte, mit denen man nicht oder nur über eine Internetverbindung telefonieren kann, fallen im Sinne der Straßenverkehrsordnung nicht unter den Begriff des Mobiltelefons. So entschied das Amtsgericht Waldbröl (Az. 44 OWI-225). Einem Mann wurde vorgeworfen, während der Autofahrt sein Handy benutzt zu haben. Später stellte sich jedoch heraus, dass es sich bei dem Gerät gar nicht um ein Telefon, sondern um einen iPod, also einen MP3-Player, gehandelt hatte. Der Fahrer hatte diesen zwar beim Fahren in der Hand gehalten, damit aber nicht telefoniert, was auch überhaupt nicht möglich gewesen wäre. Er war deshalb nicht bereit, die auferlegte Strafe zu bezahlen und leitete rechtliche Schritte ein. Das Amtsgericht Waldbröl gab dem Fahrer Recht. Auch wenn er bei gleicher Bedienung eines Smartphones schuldig gewesen wäre und mit dem iPod womöglich nicht weniger abgelenkt war, handelte es sich schlicht nicht um ein Mobiltelefon im Sinne des Gesetzes.

## Radfahrer VORSICHT BEI HALTENDEM BUS

Bei einem Zusammenstoß mit einem aussteigenden Fahrgast trifft den Radfahrer der Großteil der Schuld. Denn er ist es, der den haltenden Bus vorsichtig umfahren muss. So entschied das Kammergericht Berlin (Az. 29 U 18/14). Im vorliegenden Fall war eine Radfahrerin auf einem Radweg unterwegs, der an einer Bushaltestelle vorbeiführte. Dort stieß sie mit einem Mann zusammen, der aus dem Bus ausstieg. Sie stürzte, verletzte sich an der Wirbelsäule, musste operiert werden und konnte vier Monate nicht arbeiten. Daraufhin verklagte sie den Mann und verlangte von

ihm sowohl Schmerzensgeld als auch Schadensersatz. Denn er hätte schließlich unachtsam den Radweg betreten. Das Kammergericht Berlin bestätigte zwar, dass der Mann sich beim Aussteigen hätte umsehen müssen, doch die Hauptschuld liege bei der Radfahrerin. Sie hätte also entsprechend langsam und vorsichtig fahren müssen, während die Passagiere den Bus verließen. Das Gericht entschied, dass der Fahrgast lediglich ein Fünftel des eingeklagten Betrages zahlen muss.

## Reisemängel REKLAMATION AUCH OHNE ANWALT MÖGLICH

Beauftragt man einen Rechtsanwalt, um Reisemängel beim Veranstalter anzuzeigen und geltend zu machen, müssen die Kosten des Rechtsanwalts nicht zwingend vom Reiseveranstalter übernommen werden. Das hat das Amtsgericht München entschieden (Az. 261 C 2135/14). Die Klage der Familie wurde dort abgewiesen, da eine Beauftragung eines Rechtsanwalts in diesem Fall nicht nötig gewesen sei. Eine Mängelanzeige kann zunächst ohne Rechtsanwalt erfolgen. Erst wenn der Reiseveranstalter darauf nicht reagiert oder die Mängel nicht anerkennt, kann ein Rechtsanwalt helfen. Erst dann muss auch das Anwaltshonorar bei berechtigten Mängeln vom Veranstalter übernommen werden.

## Nebenkostenabrechnung WARMWASSER UND HEIZKOSTEN KÖNNEN GESCHÄTZT WERDEN

In der Nebenkostenabrechnung einer Mietwohnung kann der Verbrauch an Heizung und Warmwasser geschätzt werden. Er muss nicht unbedingt auf abgelesenen Messwerten entsprechen. So urteilte der Bundesgerichtshof (Az. VIII ZR

112/14). In dem Fall ermittelte der Vermieter die Heizkosten anhand des Vorjahresverbrauchs des Mieters. Auch den Warmwasserverbrauch schätzte er mithilfe von vergleichbaren Räumen ab. Der Mieter war mit der Nebenkostenabrechnung seiner Wohnung nicht einverstanden. Er meinte, diese Kostenumlage entspreche nicht einer ordnungsgemäßen Betriebskostenabrechnung. Denn wegen der Schätzung könne er nicht prüfen, ob die Abrechnung korrekt ist. Der Bundesgerichtshof stellte jedoch klar, dass die Nebenkostenabrechnung den formellen Anforderungen genügt. Denn aus dem Gesamtbetrag der umzulegenden Heiz- und Warmwasserkosten und dem Umlagemaßstab ist der Kostenanteil ersichtlich. Ein Mieter muss anhand der Abrechnung seinen Kostenanteil rechnerisch nachvollziehen können. Und das sei hier der Fall, meint das oberste deutsche Zivilgericht. Denn der Verbrauch wird in konkret berechneten Mengen angegeben und sei mit Gesamtverbrauch und Verteilerschlüssel auch nachvollziehbar. Dass diese nicht etwa an einem Zähler abgelesen, sondern geschätzt wurden, sei dafür unerheblich.

## Arbeitsweg unterbrochen UNFALLVERSICHERUNG GREIFT NICHT

Wer den Heimweg von seiner Arbeitsstelle aus privaten Gründen unterbricht, steht nicht mehr unter dem Schutz der gesetzlichen Unfallversicherung. So urteilte das Sozialgericht Karlsruhe (Az. S 1 U 1460/14).

In Kooperation mit der  
telefonischen Rechtsberatung  
der Deutschen Anwaltshotline  
(0900/18 75 000-0,  
1,99 Euro pro Minute, [www.deutsche-anwaltshotline.de](http://www.deutsche-anwaltshotline.de)).

## NACHHALTIG IN FRANKFURT

Der kritische Blick auf das „Qualitätsprogramm“ von Nestlé stand im Mittelpunkt des Besuchs von Bundesgeschäftsführer Georg Abel in der Deutschland-Zentrale des Schweizer Lebensmittelkonzerns. Morgens auf dem „Mitarbeiter-Stehmeeting“ (Bild), mittags in der Runde der Nestlé-Geschäftsführer und anschließend im Gespräch mit Reiner Eich, dem Vorsitzenden des Gesamtbetriebsrates, waren die Fortschritte im Programm (700 Teilprojekte bis zum Jahr 2016). Gelobt wurde die noch vor fünf Jahren schwer vorstellbare Dialogbereitschaft und -fähigkeit von Nestlé (u. a. siebenköpfiger Experten- und NGO-Beirat, jährliches Stakeholderforum, 32-köpfiger Verbraucherbeirat) und der „breit angelegte, ambitionierte Weiterentwicklungsprozess“. Bei der Transparenz wünschte sich Georg Abel mehr Produkte mit QR-Code (derzeit rund 50 Prozent) und sprach sich für eine Fortführung des Qualitätsprogramms über das Jahr 2016 als Teil einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie von Nestlé aus.



## NEU BEI OEKO-FAIR.DE

(GA) Neue Themen-Spezials u. a. zu den Themen „Tiergerecht leben“ und „Konsumstile“ sind in den letzten Wochen auf unserem Webportal erschienen. Weiterhin wurden Interviews u. a. zum Nestlé Cocoa Plan und mit dem Cradle to Cradle e. V. über eine Welt ohne Abfall geführt.

## NEU BEI LABEL-ONLINE.DE

(GA) Das Thema Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz greift eine sechsteilige Bilderserie auf unserem Webportal (<http://label-online.de/nachhaltiges-buero/>) auf. Der Nutzer erfährt durch Anklicken der Bürogegenstände, welche Label nachhaltig hilfreich sind. Europas größtes Labelportal bietet neben der Bewertung von 600 Labels weitere Bildserien zum „Nachhaltigen Einkauf“ bzw. zum „Nachhaltigen Zuhause“ an.

(LG) Nach monatelanger Vorbereitung fiel im Januar endlich der Startschuss für die „Initiative Tierwohl“. In ihr arbeiten erstmals Tierhalter, Fleischverarbeiter und Handel gemeinsam daran, die Lebensbedingungen von Schweinen und Geflügel in der Landwirtschaft deutlich zu verbessern. Ab Sommer 2015 sollen Verbraucher die ersten Tierwohl-Produkte kaufen können. Zum Selbstverständnis der branchenübergreifenden Initiative gehört auch, stetig besser werden zu wollen. Für die kritische und konstruktive Begleitung dieses Prozesses gibt es den unabhängigen Beraterausschuss, in dem Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Tierschutz und Verbraucherpolitik zusammenkommen. Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist in dieses Gremium berufen und wird die weitere Ausgestaltung und Umsetzung der sogenannten Branchenlösung mitgestalten.



## Initiative Tierwohl



Der **Tagungsband zur UBA-Tagung** „Freiwillige Kompensationszahlungen und Nachhaltige Lebensstile: Passt das zusammen?“ kann heruntergeladen werden: [www.umweltbundesamt.de/themen/freiwillige-co2-kompensation-weitgehend-ungenutzt](http://www.umweltbundesamt.de/themen/freiwillige-co2-kompensation-weitgehend-ungenutzt) ● In seinen vielen Büchern hat er die Eine-Welt-Thematik behandelt, dabei auch mit der VERBRAUCHER INITIATIVE zusammengearbeitet. Im Februar starb **Siegfried Pater**, seine Bücher sind weiterhin erhältlich ([www.retap-verlag.de](http://www.retap-verlag.de)) ● Agrarindustrie und Bäuerlichkeit sind die Schwerpunktthemen des **„Kritischen Agrarberichts 2015“**. Der 340-seitige Bericht kostet 22 Euro und ist beim Bauernblatt-Verlag erschienen. ● Der klassische Einzelhandel leidet unter dem zunehmenden Internet-Shopping. In Wuppertal starteten die Stadt und ein Start-up-Unternehmen jetzt einen lokalen Marktplatz, der den stationären Handel und die Online-Welt verknüpfen will ([www.onlinecity-wuppertal.de](http://www.onlinecity-wuppertal.de)). ● Sparkassen konfrontieren ihre Kunden derzeit mit einer Änderung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). **Musterbrief für den Widerspruch** unter: [www.verbraucherzentrale.de/provisionen](http://www.verbraucherzentrale.de/provisionen). ● Zur Steuererklärung 2014 hat das Online-Magazin FINANZTIP Informationen zusammengestellt: [www.finanztip.de/steuererklaerung/](http://www.finanztip.de/steuererklaerung/).

## NEUE STAFFEL

(GA) Nach über 70 regionalen Verbraucherkonferenzen für die Zielgruppe der Verbraucher 60plus startet im Mai ein neues Thema. Unter der Überschrift „Ihr gutes Recht: So schützen Sie sich vor „Abzocke“ im Alltag“ werden u. a. die Themen „Telefonwerbung und Haustürgeschäfte“, „Kaffeefahrten und Angebote auf Reisen, Messen usw.“ sowie „Internetfallen erkennen und vermeiden“ behandelt. Die mehrteilige Veranstaltungsreihe startet zunächst in Nordrhein-Westfalen (Start: 21. Mai, Hürth) und soll im Herbst in Baden-Württemberg fortgesetzt werden. Kooperationspartner sind die Verbraucherministerien, die Landesseniorenvertretungen, die Verbraucherzentrale sowie die Polizei. Eine begleitende 20-seitige Broschüre zur Veranstaltung ist ab Mitte Mai kostenlos unter [www.verbraucher.org](http://www.verbraucher.org) herunterladbar. Dort findet man auch die Broschüren der bisherigen drei Themen Gesundheit, Internet und Energie.



Die Kollegen von TransFair aus Köln beweisen Sinn für Nachhaltigkeit. Und recyceln den Kampagnenslogan unserer erfolgreichen Kampagne „fair feels good.“



## PERSONALWECHSEL

(GA) Nach über sieben Jahren Tätigkeit bei der VERBRAUCHER INITIATIVE wechselte Dr. Melanie Weber-Moritz im März als Geschäftsführerin zur Deutschen Stiftung Verbraucherschutz. Nachfolger im Fachbereich Nachhaltigkeit/CSR wird Christoph-Daniel Teusch, bisher u. a. als CSR-Berater und Coach bei der Handwerkskammer Berlin tätig.



## HAUPTSTADT DES FAIREN HANDELS

(AR) Der Wettbewerb „Hauptstadt des Fairen Handels“ findet in diesem Jahr zum siebten Mal statt. Gesucht sind Städte und

Gemeinden, die sich besonders für den Fairen Handel einsetzen, Bewerbungsschluss ist der 13. Juli, die Preisverleihung erfolgt im September. Der unabhängigen Jury gehört auch die VERBRAUCHER INITIATIVE an. Das Preisgeld für die ersten fünf Preisträger beträgt 100.000 Euro, hinzukommen fünf Sonderpreise in Höhe von jeweils 1.000 Euro. Außerdem erhält die Gewinner-Kommune ein eigens entwickeltes Gütesiegel, das sie für ihre künftigen Marketingaktivitäten nutzen kann. Mehr unter: [www.service-eine-welt.de](http://www.service-eine-welt.de).

## TIPP

### POSTBANK-GEBÜHREN: ZAHLUNG UNTER VORBEHALT

(ABB) Viele Verbraucher ärgern sich derzeit über die neuen Gebühren bei der Postbank. Ab April will das Unternehmen seinen Kunden für jeden in Papierform eingehenden Auftrag 0,99 Euro berechnen. Nur Aufträge, die telefonisch oder online eingehen, bleiben weiterhin gebührenfrei. Die neuen Regelungen betreffen die Konten „Giro Basis“ und „Giro plus“. Nach Informationen der Stiftung Warentest zweifeln Experten, ob die Gebühren rechtmäßig sind. Wer die Bank nicht wechseln möchte, dem empfehlen die Warentester unter Vorbehalt zu zahlen. Das sollte der Kunde gegenüber der Bank mit dem Hinweis erklären, dass die Gebühren zurückgefordert werden, sollten sie sich nach einer gerichtlichen Prüfung als rechtswidrig erweisen. Dazu stellt die Stiftung Warentest unter [www.test.de/Neue-Postbank-Girokonto-Gebuehren-Vorbehalt-der-Rueckforderung-4810047-0](http://www.test.de/Neue-Postbank-Girokonto-Gebuehren-Vorbehalt-der-Rueckforderung-4810047-0) einen Musterbrief bereit. Eine weitere Möglichkeit ist, Widerspruch einzulegen – in dem Fall wird die Postbank vermutlich den Vertrag kündigen und den Wechsel auf ein anderes Kontomodell nahelegen. Und schließlich bleibt noch, das Konto bzw. die Bank zu wechseln. Will oder muss man dauerhaft größere Mengen an Papieraufträgen nutzen, ist dieser Schritt ratsam.

## NEUE UNTERSUCHUNG

(GA) Mit dem Umwelt- und Sozialengagement von Unternehmen beschäftigt sich eine aktuelle Untersuchung, die die VERBRAUCHER INITIATIVE im März gestartet hat. Erneut werden Handelsunternehmen und Hersteller bundesweit befragt und bei positivem Ergebnis ausgezeichnet. Seit dem Jahr 2008 hatte unser Bundesverband bereits mehrfach Unternehmen auf ihr entsprechendes Engagement untersucht.



## TESTS IM APRIL/MAI

**Test, April 2015, [www.test.de](http://www.test.de)**

- | Pflanzenversender – Blühende Landschaften aus Paketen? Im Test: Pflanzen von acht Versendern und zum Vergleich aus drei Baumärkten.
- | Salami-Pizza: Wie gut sind Tiefkühlpizzen für zuhause? 27 Produkte wurden auf Geschmack, Fett- und Salzgehalt getestet.
- | Reparaturservice beim Smartphone: Welche ausgewählten Hersteller, Online-Dienstleister und Vor-Ort-Läden reparieren gut, schnell und günstig ein zersplittertes Display?
- | Weitere Themen: Matratzen, Drucker-Scanner, Lampen, Laufschuhberatung, Antivirenpakete, Prostatakrebs.

**Finanztest, Mai 2015, [www.test.de](http://www.test.de)**

- | Altersvorsorge: Anfangen ist die halbe Miete und gar nicht so schwer. Ob Immobilien, Wertpapiere oder Versicherungen – finden Sie die Altersvorsorge, die zu Ihnen passt.
- | So gibts Geld für gute Pflege: Die Leistungen der gesetzlichen Pflegeversicherung haben sich verbessert. Trotzdem bleibt oft eine große Lücke. Finanztest sagt, was die gesetzliche Kasse zahlt, wann Kinder einspringen müssen und welche privaten Pflegeversicherungen sinnvoll sind.
- | Schneller schuldenfrei als gedacht: Wenn die Zinsbindung Ihres Immobilienkredits demnächst endet, können Sie sich jetzt Ihren Anschlusskredit zu traumhaften Konditionen sichern. Vorgestellt werden die günstigsten Kredite, die bis zu vier Jahren im Voraus abgeschlossen werden können.
- | Weitere Themen: Internetkonto geknackt, Steuererklärung für Anleger, Mischfonds und Tipps zum Selbermischen, Nebenkosten für Mieter, Gutachten bei Autoschäden.

**ÖKO-TEST, April 2015, [www.oekotest.de](http://www.oekotest.de)**

- | Im Test: Milch, Gesichtscremes mit UV-Schutz, Fahrradtaschen, Pflegeversicherungen, Aknemittel, Ostereierfarben, Kinderhalbschuhe, Spachtelmassen. Außerdem: 30 Jahre ÖKO-TEST: Wie schnell die Zeit vergeht und wie sich die Zeiten ändern.

## MENSCHENKETTE

(GA) Die Klimaallianz, ein Bündnis zu dem auch die VERBRAUCHER INITIATIVE gehört, ruft für den 25. April zur „Anti-Kohle-Kette 2015“ auf. Anlass der Menschenkette ist die Entscheidung der Bundesregierung, ob Energiekonzerne ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen mindern und dafür Kohlekraftwerke abschalten müssen. Gleichzeitig steht in Nordrhein-Westfalen die Leitentscheidung zur Braunkohlepolitik und damit zur Verkleinerung des Tagebaus Garzweiler an. Die Menschenkette findet am Tagebau Garzweiler, die Abschlusskundgebung im vom Abriss bedrohten Ort Immerath statt. Mehr unter [www.anti-kohle-kette.de](http://www.anti-kohle-kette.de).



## KONGRESS „ZEITZEICHEN“

(GA) Am 5. Februar trafen sich auf Einladung von dm-drogerie markt, Deutscher Kinderschutzbund und der GLS Bank Stiftung mehr als 300 Engagierte in Berlin, um den brennenden sozialen Fragen der Gegenwart nachzugehen. Auf dem Kongress diskutierten sie über Themen wie nachhaltige Entwicklung, wirtschaftliche Teilhabe und gerechtere Bildungschancen für alle oder Auswege aus den ökonomischen Zwängen in Gesundheit und Pflege. Vier Themenschwerpunkte kristallisierten sich dabei heraus: Vitalisierung der Demokratie, Zukunftsfähigkeit der Bildung, Integrationskraft der Gesellschaft und Gemeinwohlorientierung der Wirtschaft. Näheres zu diesen vier Themenschwerpunkten und dem allgemeinen Resümee kann nachgelesen werden unter: <http://sozialefragen.de/fazit-workshops/>



## LESENSWERT

(LG) Gut für den Körper, tiergerecht hergestellt, fair produziert, der Situation angemessen, umweltfreundlich und bezahlbar soll es sein, was in Europa auf den Tisch kommt. Doch wer bestimmt, was richtig ist? Warum lohnt es sich, darüber nachzudenken? Und: geht denn das alles überhaupt zusammen?

Das Buch „Was der Mensch essen darf“ vereint auf knapp 400 Seiten Betrachtungen zu Moral, Ethik und Nachhaltigkeit in der Ernährung. In 25 Beiträgen betrachten Experten die vielen Facetten „richtigen“ Essens aus unterschiedlichen Blickwinkeln und regen so zum Nachdenken an.

G. Hirschfelder, A. Ploeger, J. Rückert-John, G. Schönberger (Hrsg.): Was der Mensch essen darf. Springer VS. ISBN-13: 978-3658014643. Preis: 49,99 Euro



## VERBRAUCHERKOMMUNIKATION VERBESSERN

(GA) Als „falsches Signal“ bezeichnet die VERBRAUCHER INITIATIVE die Ankündigung von Coca Cola Deutschland, teilweise aus dem Mehrwegsystem auszusteigen. Dadurch wird der Anteil von Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Getränkeverpackungen (MöVE) weiter zurückgehen. Die VERBRAUCHER INITIATIVE fordert deshalb mehr Engagement für eine nachhaltige(re) Sortimentspolitik: Abfüller müssten ihre Getränke in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Verpackungen anbieten. Der Handel entsprechende Produkte listen und seine Kunden auf diese nachhaltigeren Angebote hinweisen. Basis einer notwendigen akteursübergreifenden Verbraucherkampagne muss die bestehende Definition ökologisch vorteilhafter Getränkeverpackung sein. Ein solcher Ansatz leistet einen wichtigen Beitrag zur Unterstützung einer nachhaltigen Ressourcenpolitik. Für eine breit angelegte Kampagne sind einprägsame Kernbotschaften erforderlich, die leicht im Alltag und beim Einkauf umsetzbar sind und auf „gelerntem Wissen“ der Verbraucher (weniger Verpackung schont die Umwelt, Wiederverwertung hat Priorität...) aufbauen. Kostenloser Download unsere Studie „Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweg-Getränkeverpackungen“ unter: [www.verpackungsbarometer.de/verbraucherstudie](http://www.verpackungsbarometer.de/verbraucherstudie).



## GUT ZU WISSEN

Zum Weltverbrauchertag am 15. März präsentierten Bayerns Verbraucherministerin Ulrike Scharf und Georg Abel von der VERBRAUCHER INITIATIVE die neue Broschüre „Gut zu wissen: Nachhaltig konsumieren in Bayern“. Ob beim Einkauf oder im Haushalt, beim Reisen oder bei der Abfallentsorgung - Verbraucher entscheiden sich zunehmend für eine nachhaltigere Alternative. Voraussetzung ist aber das Wissen um diese Alternativen. Der 58-seitige Ratgeber steht zum kostenlosen Download unter [www.verbraucher.org](http://www.verbraucher.org) bereit und wird in Bayern über Landratsämter, Verbrauchereinrichtungen etc. vertrieben. Die neue Broschüre ist bereits die vierte gemeinsame Publikation in der „Gut-zu-wissen“-Reihe.

## NEUE THEMENHEFTE

(GA) In der monatlichen Themenheftreihe sind folgende Titel neu erschienen: „Nanotechnologien im Alltag“ (Januar), „Konsum im Wandel“ (Februar), „Verbraucherrechte beim Einkauf“ (März) und „Tiergerecht leben“ (April). Die jeweils 16-seitigen Broschüren sind für Mitglieder kostenlos in der Geschäftsstelle abrufbar. Nichtmitglieder zahlen pro Heft 2,00 Euro plus Versand.





## PRODUZIEREN WIR DEN MANGEL VON MORGEN?

**(LG) Die Vernichtung fruchtbarer Böden, die Verarmung der Pflanzenvielfalt sowie die weltweit steigende Nachfrage nach eiweißreichen Lebensmitteln zwingen Hersteller und Handel dazu, sich mit dem Thema Verknappung auseinanderzusetzen. Diese Herausforderungen und neue Wege der Bewusstseinsbildung standen im Mittelpunkt des Symposiums der Interessengemeinschaft für gesunde Lebensmittel (IG FÜR) und der VERBRAUCHER INITIATIVE.**

In den Jahresgesprächen des Lebensmittelhandels versuchen die Einkäufer traditionell, den günstigsten Preis auszuhandeln. Was aber, wenn die Lieferanten auf einmal nicht mehr liefern können oder wollen? Mit einem fiktiven Jahresgespräch zwischen einem „Chefeinkäufer“ und seinem langjährigen Lieferanten stimmte Georg Sedlmaier, Gründer der IG FÜR (Foto, im Bild oben rechts), die etwa 70 Teilnehmer in Köln auf die mögliche Folge von kontaminierten Böden, Saatgutpatenten, verstärktem Energiepflanzenanbau und veränderter Nachfrage ein.

### VON BODEN, SAATGUT UND WERTSCHÄTZUNG

Die Fakten machen nachdenklich: Nur etwa 9 Prozent der Böden Chinas sind fruchtbar, 18 Prozent davon schon heute mit Schadstof-

fen kontaminiert. In den USA sind die Hälfte der landwirtschaftlichen Flächen durch Monokulturen mit hohem Pestizideinsatz und resistenten Unkräutern unfruchtbar. Auch in Europa werden wertvolle Humusböden vernichtet, verbaut, zubetoniert und vermaist. Hinzu kommt der Verlust an Artenvielfalt. „Fünf Unternehmen kontrollieren etwa 50 Prozent des Weltmarktes für Gemüse-Saatgut“, rechnete Dr. Christoph Then vom Testbiotech Institut den Teilnehmern vor. Die aktuell rund 2.400 Patente auf Pflanzen wie Tomaten, Melonen, Paprika oder Pfeffer nennt er eine „Behinderung der Vielfalt, der Züchter und Landwirte“, der unter anderem durch Aufklärung über die Bedeutung und die Herkunft von Saatgut begegnet werden müsse. „Ohne Information gibt es keine Nachhaltigkeit“, zeigte sich auch Volker Engelsman von Eosta überzeugt. Das niederländische Unternehmen gibt Verbrauchern über das „trace & tell“-System die Möglichkeit, mehr über die Produkte, die Erzeuger und ihre Region zu erfahren. Überzeugt, dass widerstandsfähige Böden der Schlüssel zu einer nachhaltigen Welternährung sind, rief das Unternehmen die Kampagne „Safe our Soils“ ins Leben. Dr. Anke Schekahn (BioFair Verein) und Stefan Voelkel (Voelkel GmbH) proklamierten in ihrem Vortrag „Wertschöpfung im Sinne von Wertschätzung“.

### JEDER AUF SEINER STUFE

Wie die Gesellschaft mit diesen Herausforderungen umgehen sollte, diskutierten der Dokumentar-Filmer Valentin Thurn, der Geschäftsführer der Rapunzel GmbH Andreas Wenning und Laura Gross von der VERBRAUCHER INITIATIVE auf dem Podium. Mit Beispielen und Erfahrungen aus ihren Tätigkeitsfeldern machten sie gemeinsam deutlich, dass die Verantwortung für eine nachhaltige Lebensmittelwirtschaft vor allem in der Landwirtschaft, bei den Herstellern und im Handel liegen und nur sie gemeinsam Verbraucher für eine wertschätzende Wirtschaftsweise gewinnen können.

### ANREGENDE WORKSHOPS

Ob und wie das unternehmerische Engagement für Nachhaltigkeit Verbrauchern vermittelt werden kann, fragte Laura Gross als Moderatorin eines nachmittäglichen Workshops, während in zwei anderen Runden über regionale Wertschöpfungsketten sowie die Folge von Saatgutpatenten diskutiert wurde. Das Junge Forum der IG FÜR beschäftigte sich zeitgleich mit Möglichkeiten einer vielfältigen Ansprache, zum Beispiel durch akustische Informationen, Geschmacksproben oder eine individuelle Kundenberatung via Skype.

# HOLZSCHUTZMITTEL-PROZESS

(LG) Unter der Drucksachennummer 18/3978 befasste sich die Bundesregierung im Februar 2015 mit einem Meilenstein der Umwelt- und Verbraucherrechtsprechung: 1984 hatten Verbraucher Chemieunternehmen auf Entschädigung verklagt. Der Vorwurf: Obwohl sie wussten, dass die Chemikalien in ihren Holzschutzmitteln hochgiftig waren, hatten die Hersteller die Produkte weiterhin unverändert vermarktet. Tausende Menschen hatten infolgedessen jahrelang die giftigen Ausgasungen dieser Anstriche eingeatmet und schwere gesundheitliche Schäden davongetragen. Die Interessengemeinschaft der Holzschutzmittelgeschädigten (IHG) verhalf ihnen zu Gewicht und Stimme. Die VERBRAUCHER INITIATIVE warb um Spenden für die immensen Verfahrenskosten, organisierte gemeinsam mit der IHG die Prozesse und gab ihr eine öffentliche Plattform. Das Verfahren wurde 1996 gegen ein Bußgeld und die Auflage eingestellt, vier Millionen DM für die Forschung bereitzustellen. Auf unsere Anregung gingen sie in die Stiftungsprofessur „Toxikologie der Innenraumluft“ der Universität Gießen. Eine Entschädigung der Opfer war nicht vorgesehen. Das mag enttäuschend klingen. Doch die Folgen des Verfahrens waren gewaltig:

- Die giftigen Chemikalien PCB und Lindan wurden verboten.
- Das Produkthaftungsgesetz verpflichtete Unternehmen, die Sicherheit ihrer Produkte vorausschauend zu gewährleisten und bei Hinweisen auf Risiken selbst tätig zu werden.
- Auf europäischer Ebene wurden Holzschutzmittel strengen Regeln zur Zulassung und Kennzeichnung unterworfen.
- Chemikalien müssen umfassende Sicherheitsbewertungen durchlaufen.
- Für den Verbraucherschutz etablierte sich der Vorsorgeansatz.

Der „Holzschutzmittelprozess“ zeigte zudem, welche Kraft Verbraucher haben, wenn sie sich zusammenschließen, um ihre Rechte zu vertreten. ●



**BIO PLANETE**  
Ölmühle Moog seit 1984



## Aus meiner Heimat.

»Durch die Initiative der Ölmühle Moog kann ich die traditionelle Kulturpflanze meiner Heimat, den Öllein, wieder anbauen. Für meine Saaten erhalte ich einen Preis, der mir einen langfristigen Anbau ermöglicht.«

Eckhard Voigt aus Leisnig

Gemeinsam für mehr Bio-Landwirtschaft in Deutschland. Eine Initiative.



Erfahren Sie mehr über die Initiative und die Öle »Aus unserer Heimat«.



www.bioplanete.com

# HÄUFIGE FRAGEN & ANTWORTEN

## TÖPFE UND PFANNEN

(ABB) Selber kochen ist kostengünstig, gesund und schmeckt gut. Voraussetzung ist allerdings eine Grundausstattung an Arbeitsgeräten. Was Sie benötigen, worauf Sie beim Kauf von Töpfen und Pfannen achten sollten und wie sich die verschiedenen Materialien unterscheiden zeigt der folgende Artikel.

### Woraus besteht Kochgeschirr?

Der überwiegende Teil der im Handel angebotenen Töpfe besteht aus Edelstahl. Mit einem deutlich geringeren Marktanteil folgen Aluminiumtöpfe und Stahlkeramik-Töpfe. Aluminiumtöpfe werden meist mit einer Versiegelung oder einer Antihafbeschichtung angeboten. Bei Stahlkeramik-Kochgeschirr ist ein Stahlkern mit einer Keramikschicht überzogen, damit er nicht rostet. Kochgeschirr aus Gusseisen und Kupfer wird seltener verwendet, zumindest im privaten Haushalt.

### Welche Eigenschaften hat Edelstahl?

Töpfe und Pfannen aus Edelstahl sind sehr stabil, robust und haben eine lange Lebensdauer. Sie sind kratz- und stoßfest und leicht zu reinigen, da sie meistens spülmaschinengeeignet sind. Edelstahl ist ein schlechter Wärmeleiter, kann dafür aber die Wärme länger halten. Damit Topf und Pfanne trotzdem schnell heiß werden, besteht der Boden aus zwei dünnen Edelstahlplatten mit einer Aluminium- oder Kupferschicht in der Mitte (Sandwichboden).

### Was kennzeichnet andere Materialien?

Aluminiumtöpfe sind deutlich leichter als die anderen Töpfe. Sie leiten die Wärme gut weiter, die Speisen kühlen darin aber auch schneller wieder ab. Mit ihrer Beschichtung sind sie leicht zu reinigen, gehören aber nicht in die Spülmaschine. Zudem sind sie recht empfindlich gegen Stöße, verbeulen schnell und neigen zu Verfärbungen. Stahlkeramik-Töpfe zeichnen sich durch eine gute Wärmeleitfähigkeit aus und haben eine glatte, sehr kratzfeste, säurebeständige Oberfläche. Sie sind leicht zu reinigen und spülmaschinenfest.

Kochgeschirr aus Gusseisen ist sehr schwer und dadurch weniger leicht handhabbar als die anderen Materialien. Gleichzeitig ist es ausgesprochen stabil und langlebig. Es wird nur langsam heiß, kann aber die Wärme gut halten und gleichmäßig abgeben. Kupfertöpfe und -pfannen sind teuer in der Anschaffung. Sie leiten die Wärme sehr gut, eine Beschichtung mit anderen Metallen verhindert unerwünschte Reaktionen mit Lebensmitteln. Beide Materialien brauchen etwas mehr Pflege als die anderen Topfarten.

### Womit sind Pfannen beschichtet?

Für die Beschichtung von Aluminium- oder Edelstahlpfannen wird meist ein Kunststoff mit der Bezeichnung „Polytetrafluorethylen (PTFE)“ verwendet. Bekannt ist er unter dem Markennamen Teflon. Diese Pfannen werden am häufigsten verkauft. Doch starke Hitze, wie sie z. B. für das Anbraten von Steaks gerne verwendet wird, verträgt der Stoff nicht. Auch für Kratzer, z. B. durch scharfe oder spitze Gegenstände, ist der verhältnismäßig weiche Stoff anfällig. Die zerkratzten Stellen haben keine Antihaf-Wirkung mehr. Um die PTFE-Beschichtungen kratzunempfindlicher zu machen, werden dem Kunststoff inzwischen häufig Keramikeilchen beigemischt. Auf die





Hitzeempfindlichkeit haben sie aber keinen Einfluss. Hier bringen erst reine Keramik-Antihaft-Beschichtungen, die kein PTFE enthalten, die Wende. Sie sind bis ca. 400 Grad Celsius hitzebeständig und kratzfest.

### Sind Kunststoff-Beschichtungen gesundheitlich bedenklich?

Nach Informationen des Bundesinstituts für Risikobewertung besteht bei bestimmungsgemäßem Einsatz keine gesundheitliche Gefährdung. Beim Gebrauch ist darauf zu achten, die Pfannen nicht zu stark zu erhitzen, besonders wenn sie leer sind. Wenn Temperaturen von 360 Grad Celsius und mehr erreicht werden, entstehen für den Menschen giftige Dämpfe. Bei Temperaturen von ca. 200 Grad Celsius beginnt sich das Material zu zersetzen, ab ca. 230 Grad Celsius kann es zu Verfärbungen kommen und die Beschichtung löst sich ab. Bei Beschädigungen durch Kratzer können sich aus dem Material kleinere Partikel lösen. Sie sind jedoch gesundheitlich unbedenklich, da sie vom Körper nicht verdaut und wieder ausgeschieden werden.

### Worauf sollte man beim Gebrauch achten?

Heizen Sie leere Pfannen mit PTFE-Beschichtung nicht länger als drei Minuten vor, da sonst giftige Stoffe gebildet werden können. Auf Induktions- und Gasherden sollten sie gar nicht vorgeheizt werden, denn hier können sehr schnell Temperaturen um 360 Grad Celsius erreicht werden. Liegt Bratgut in der Pfanne, klettern die Temperaturen üblicherweise nicht über 200 Grad Celsius. Daher ist nicht damit zu rechnen, dass sich gesundheitsschädliche Stoffe bilden und in das Lebensmittel gelangen. Zu hohe Temperaturen beim Garen machen sich durch einen angebrannten Geruch bemerkbar. Wird Öl zu heiß, beginnt es zu rauchen und sollte nicht mehr verwendet werden.



Im Mai erscheint das 16-seitige Themenheft „Basiswissen Kochen“. Für Mitglieder kostenlos in der Geschäftsstelle abrufbar. Nichtmitglieder zahlen pro Heft 2,00 Euro plus Versand.

Verwenden Sie zum Rühren und Wenden Kochlöffel und Pfannenwender aus Kunststoff oder Holz. Metall kann die empfindlichen Oberflächen zerkratzen. Das gilt auch für Besteck.

### Worauf sollte man beim Kauf achten?

Wählen Sie für das Kochgeschirr ein Material, das Sie sicher und gut handhaben können. Es sollte für die gewünschten Koch- und Zubereitungsmethoden geeignet sein. Schauen Sie auch auf die Reinigungshinweise der Hersteller, denn nicht alle Materialien sind spülmaschinenfest. Achten Sie auf stabile, dickere und ebene Topf- und Pfannenböden. Mehrschichtige Sandwichböden zeichnen sich durch eine gute Wärmeleit- und Speichereigenschaft aus. Dadurch lässt sich Energie sparen. Die Größe des Topf- und Pfannenbodens sollte zur Herdplatte passen, um Energieverluste zu vermeiden und gute Kochergebnisse zu erzielen. Die Griffe sollten stabil, sicher am Topf befestigt und ausreichend groß sein. Sie sollten so geformt sein, dass sie sich gut anfassen lassen und ausreichend Abstand zum Topf besteht. Beim Kochen und Braten sollten die Griffe nicht zu heiß werden, sodass sie sich ohne oder mit Topflappen sicher anfassen lassen. Der Deckel sollte gut schließen und sicher aufliegen, um energiesparend und nährstoffschonend zu garen. Steckdeckel schließen fest, denn sie werden in den Topf gesteckt. Aufliegende Deckel liegen mit dem Rand auf dem Topfrand auf, daher sollte man hier auf eine breite Auflagefläche achten. ●

# NACHHALTIGKEIT IM MITTELSTAND



(MWM) Corporate Social Responsibility (CSR) meint das freiwillige unternehmerische Engagement, sich über gesetzliche Vorgaben hinaus sozial und umweltgerecht auszurichten. Die VERBRAUCHER INITIATIVE hat seit dem Jahr 2008 wiederholt branchenspezifisch Aktivitäten großer Handelsunternehmen und Hersteller untersucht. Aktuell hat der Bundesverband klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) untersucht. Wir stellen das Projekt vor.

Für Unternehmen lohnt sich CSR-Engagement gleich mehrfach. Energieeffizienz, Klima- und Ressourcenschutz, innovative Weiterbildungsmodelle für Mitarbeiter und Verbesserung bei deren Sozial- und Gesundheitsvorsorge bedeuten neben Imagegewinn und der Bindung von Mitarbeitern auch ökonomische Vorteile. Und dies nicht zuletzt weil Kunden zunehmend Unternehmen bevorzugen, die ökologisch und sozial verantwortlich handeln.

Für die meisten klein- und mittelständischen Unternehmen ist verantwortliches Handeln gegenüber der Belegschaft, Umwelt und Gemeinwesen oft gelebte Selbstverständlichkeit. Jedoch sind noch nicht alle KMU aus eigener Kraft in der Lage, sich systematisch mit dem Thema auseinanderzusetzen und die nötigen Schritte hin zu einer umfassenden verantwortungsvollen Unternehmensführung einzuleiten. Dabei weisen KMU aufgrund ihrer Marktbedeutung großes Potenzial auf, einen wichtigen unternehmerischen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Mit über 99 Prozent der Unternehmen und über

60 Prozent der Beschäftigten (15 Mio. Menschen) bildet der Mittelstand das Rückgrat der deutschen Wirtschaft.

## KMU BEWEGEN

So sind bei vielen kleinen und mittleren Unternehmen der Begriff CSR und das damit bezeichnete Konzept noch nicht bekannt oder sie beschäftigen sich nicht mit dem Thema. So gaben im Jahr 2011 mehr als die Hälfte der befragten Mittelständler an, sich nicht mit dem Thema „Nachhaltige Unternehmensführung“ zu beschäftigen. Hinzu kommt, dass sich CSR-Aktivitäten und deren Kommunikation im KMU-Sektor häufig auf einzelne Handlungsfelder beschränken. Seltener wird CSR strategisch im Kerngeschäft verankert. Selbst Unternehmen mit vielen Einzelmaßnahmen (z. B. Engagement für soziale, kulturelle oder ökologische Belange, Mitarbeiterbeteiligung, Beachtung ethischer und ökologischer Prinzipien bei der Produktion oder in der Zusammenarbeit mit Zulieferern) verbinden ihr Engagement überwiegend nicht mit einer entsprechenden Unternehmensstrategie.

Projektziel war die Motivation und Unterstützung von KMU zur eigenständigen, nachhaltigen Umsetzung von ökologischen und sozialen Aktivitäten und deren systematischer Integration in die betrieblichen Abläufe. Dazu wurden Gespräche mit ausgewählten Unternehmen und Branchenvertretern mit den drei Branchen Kfz-Werkstätten, Pflege und Friseure geführt, gute Unternehmensbeispiele sondiert und Überlegungen angestellt, wie im eigenen Betrieb (weitere) Maßnahmen praktisch umgesetzt werden können.

## BEISPIEL FRISEURE

Die Friseur-Branche zeichnet sich durch geringes Nachhaltigkeitsengagement aus. Ansätze gibt es vor allem beim Produkt-Angebot, den Themen Klimaschutz und Energie und den Mitarbeitern. Für einige Betriebe sind Naturprodukte und Energieeffizienzmaßnahmen Faktoren, die sie an ihre Kunden kommunizieren. Die Verwendung von biologischen, gesundheitlich unbedenklichen, haut- und haarverträglichen Produkten wird von immer mehr Betrieben unterstützt.

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit ist in der Branche zwar nach eigenen Aussagen in den letzten Jahren gewachsen, auch aufgrund eines sich ausdifferenzierenden Marktes. Dies zeigte die Messe Frankfurt 2014 mit der „Green Salon“-Schau, bei der sich die Branche über ökologischere Produkte und Dienstleistungen austauschte.

In der Friseur-Branche lassen sich CSR-Aktionsfelder vor allem anhand von Einzelbeispielen (best practice) erkennen, die mit individuellem Engagement von Unternehmen zusammenhängen. Ein Beispiel ist die Kooperation zwischen L'Oréal und Renault unter dem Motto „L'Oréal mobilisiert Nachhaltigkeit“. Ein weiterer Aktionsbereich ist außerdem das Sponsoring von Friseurbetrieben (z.B. die Aktion „Friseur der Welt gegen Aids“).

## ANALYSE

Die Ergebnisse aus Recherche, Interviews und Kundenbefragung zeigen, dass Nachhaltigkeit in der Friseurbranche noch keine gelebte

Selbstverständlichkeit ist. Dabei sollte Nachhaltigkeit als Chance verstanden werden, sich – nicht zuletzt angesichts des Preisdrucks durch Discount-Friseure – positiv im Markt abzugrenzen. Friseursalons sollten deutlich kommunizieren, welche Maßnahmen sie ergreifen, um sich über das gesetzlich Erforderliche hinaus zu engagieren.

Die Ergebnisse unserer Kundenbefragung haben gezeigt, dass günstige Preise für die Kunden wichtig sind. Dennoch überwiegen aus Kundensicht im Vergleich die Qualität der Arbeit und die Zeit für Beratung. Auch Umweltmaßnahmen werden von den Kunden honoriert, vor allem das Angebot gesundheitlich unbedenklicher und umweltfreundlicher Produkte und umweltfreundlicher Verpackungen. Etwas weniger wichtig sind den Kunden hingegen Umweltauflagen in den Salons, z.B. Energiesparmaßnahmen und die Nutzung von Ökostrom. Die Kunden wollen, dass sich der Betrieb für seine Mitarbeiter einsetzt. Sie stimmen dafür, dass Mitarbeiter fair bezahlt werden sollten, der Betrieb aus- und weiterbildet, flexible Arbeitszeiten anbietet und sich um die Gesundheit seiner Angestellten kümmert. Nachhaltiges Engagement über das Kerngeschäft hinaus, wie Bio- oder

Fairtrade-Produkte im Salon und Spenden für gemeinnützige Zwecke, ist den Kunden vergleichsweise weniger wichtig.

Nachhaltige Veränderungen in der Friseurbranche haben, angesichts von rund 80.000 Friseursalons bundesweit und entsprechenden Mitarbeiter- und Kundenzahlen, große Auswirkungen. Es gibt eine Reihe von ökologischen und sozialen Maßnahmen, die Friseursalons umsetzen können. Dabei gibt es bereits kleine, kostengünstige Maßnahmen – wie die Nutzung wiederauffüllbarer Shampoo-Flaschen, die Mehrfachnutzung von Handschuhen – die einen Beitrag leisten können. Die Einführung des gesetzlichen Mindestlohns leistet einen wichtigen Beitrag für die Zahlung fairer Löhne. Um der Branche insgesamt zu einem Imagegewinn zu verhelfen, auch um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, bedarf es jedoch mehr Engagement.

Aus Nachhaltigkeitsperspektive ist in der Friseurbranche noch nicht ausreichend bekannt, dass entsprechendes Engagement nicht nur einen gesellschaftlichen Mehrwert schafft, sondern betriebswirtschaftliche Vorteile bedeuten kann, den Kundenwünschen entgegenkommt und nicht zuletzt zu einem besseren Branchenimage beiträgt. ●



Download der Projektergebnisse unter: [www.nachhaltig-einkaufen.de/gute-unternehmensbeispiele/csr-im-mittelstand](http://www.nachhaltig-einkaufen.de/gute-unternehmensbeispiele/csr-im-mittelstand).

Der Leitfaden „Nachhaltiger Handel(n)“ mit den Ergebnissen aller CSR-Untersuchungen der VERBRAUCHER INITIATIVE

unter: [www.verbraucher.com/verbrauchercom.php/cat/4/pid/473/title/Nachhaltiger%20Handel%28n%29](http://www.verbraucher.com/verbrauchercom.php/cat/4/pid/473/title/Nachhaltiger%20Handel%28n%29).

Marktforschungsergebnisse und Studien der VERBRAUCHER INITIATIVE unter [www.nachhaltig-einkaufen.de](http://www.nachhaltig-einkaufen.de).

## KONSUM IM WANDEL

## ANREGUNGEN ZUM MIT- UND NACHMACHEN

(AR) Wer kennt das nicht? Die Einkaufstaschen wieder einmal zu voll gepackt. Einiges hätte man eigentlich gar nicht gebraucht. Aber der Wunsch nach Neuem ist groß. Shoppen verschafft zudem das kurzfristige Gefühl von Glück. Es ist nicht so lange her, da wurden viele Dinge noch auf Lebenszeit gekauft. Heute ist dieser Konsumstil nicht mehr weit verbreitet. Schnell wechselnde Modetrends, Billigproduktion und technischer Fortschritt führen dazu, dass das Smartphone und die Jeans aus der letzten Saison bald „veraltet“ sind und gegen neue Produkte ausgetauscht werden. Immer mehr Verbraucher wollen diesen verschwenderischen Lebensstil nicht mehr mitmachen und suchen nach Alternativen. Wir stellen Ihnen aktuelle Trends im Netz vor und haben uns dort für Sie umgesehen.

## ÜBER HINTERGRÜNDE INFORMIEREN

[www.footprint-deutschland.de](http://www.footprint-deutschland.de)

Mit diesem anschaulich gestalteten Online-Fußabdruck-Rechner kann man ganz bequem vom Sofa aus den ersten



Schritt machen und mehr über die Auswirkungen des eigenen Konsumverhaltens erfahren. „Passt dein Fußabdruck auf diese Erde?“ lautet dabei die Frage. Einfach ein paar Fragen beantworten und die Plattform des BUNDjugend e.V. liefert die Antwort.

[www.slaveryfootprint.org](http://www.slaveryfootprint.org)

Offiziell ist die Sklaverei abgeschafft. Dennoch gibt es weltweit viele Menschen, die ohne Entlohnung arbeiten, wirtschaftlich und körperlich ausgebeutet und daran gehindert werden, ihren Arbeitsplatz aus freien Stücken zu verlassen. Wer herausfinden möchte, wie viele Menschen unter Zwangsarbeit am persönlichen Lebensstil beteiligt sind, muss Fragen aus 11 Kategorien zu seinem täglichen Konsum



beantworten. Unter anderem auf Grundlage von Daten der International Labor Organization (ILO) und Transparency International ermittelt die Webseite die entsprechende Anzahl vermutlich beteiligter Zwangsarbeiter.

## GEMEINSCHAFTSGÄRTNERN IN DER STADT

[www.anstiftung.de](http://www.anstiftung.de)

Das städtische Gemeinschaftsgärtnern oder Urban Gardening macht buddeln, aussäen und ernten auch in Städten wieder salonfähig. Statt Gemüse aus dem Supermarkt, haben viele Bewohner wieder Lust auf Obst und Grünzeug aus eigenem Anbau. So verwandeln sie ungenutzte städtische Freiflächen auf Schul- und Hinterhöfen, an Straßenrändern und Garagendächern in Obst-, Gemüse- und Kräuterbeete. Mit der Webseite bietet die Stiftungsgemeinschaft ein Webportal



mit umfangreichen Informationen und Adressen zu Urban Gardening Projekten in ganz Deutschland sowie Workshops und ein umfassendes Beratungsnetzwerk.

[www.gartenpiraten.net](http://www.gartenpiraten.net)

Auch das Urban Gardening Portal widmet sich dem Thema Stadtgärtnern. In kurzen Video-Porträts werden zahlreiche Projekte vorgestellt. Darüber hinaus wird erklärt, was es eigentlich



mit Solidarischer Landwirtschaft auf sich hat, wo Selbsternte-Gärten und nützliche Anleitungen zum Selbermachen von Anzuchttopfchen, Pflanzkisten & Co. zu finden sind.

## REPARIEREN & AUFWERTEN

### [www.repaircafe.org](http://www.repaircafe.org)

Statt defekte Haushaltsgeräte und andere Gebrauchsgegenstände einfach auf den Müll zu schmeißen, bieten immer mehr Repair Cafés deren kostenlose Reparatur an. Vielerorts, vor allem in Großstädten, eröffnen diese kleinen Reparaturwerkstätten, in denen sich die Nachbarschaft zum gemeinschaftlichen Hämmern und Schrauben trifft. Vom „Baustellen“ ist die Rede. Die Türen stehen jedem offen, der etwas zu reparieren hat oder reparieren kann. Die Webseite ist eine Suchmaschine für Repair Cafés in aller Welt. Sie bietet außerdem Tipps für alle, die selbst ein Repair Café gründen wollen.



### [www.weupcycle.com](http://www.weupcycle.com)

„Aus Alt mach Neu“ heißt es bei der Upcycling Community. Wer nicht weiß wohin mit ausgedienten Dingen, kann sich hier inspirieren lassen. Ob Blumenbänke aus alten Lattenrosten, Taschen aus Regenschirmen oder Gartenstühle aus Fahrradschläuchen – durch kreative Umgestaltung können vielerlei Gegenstände und Materialien weiterverwendet werden. Über drei Jahre lang veröffentlichten Nutzer auf dem Blog ihre eigenen Upcycling-Werke, kleine Geschichten zur Entstehung und Anleitungen zum Nachbasteln inklusive.



### [www.nobrandz.de](http://www.nobrandz.de)

Wer Interesse daran hat, Upcycling- und Recycling-Produkte zu kaufen, der kann hier fündig werden. Das Portal ist ein Branchenbuch für Upcycling- und Recycling-Designer rund um Mode, Schmuck, Taschen, Wohnaccessoires, Leuchten und Möbel. Auch wer seine eigenen Upcycling-Stücke verkaufen möchte, kann sich hier registrieren.



## WENIGER KONSUMIEREN – SELBSTVERSUCHE

### [www.ichkaufnix.wordpress.com](http://www.ichkaufnix.wordpress.com)

Wem der eigene Konsum über den Kopf wächst und wer aufhören will, immer mehr überflüssige Dinge im Haushalt anzuhäufen, der ist damit nicht allein. Auf Online-Blogs berichten gleichgesinnte Verbraucher über ihre Verzicht-Experimente. Sie streichen bestimmte Produkte vom Einkaufszettel und krepeln ihren Konsumstil mal mehr, mal weniger umfassend, um. Wie es sich anfühlt, ein Jahr lang keine neuen Kleidungsstücke zu kaufen, berichtet die Autorin des Blogs.

### EIN JAHR OHNE KLEIDERKAUF + DANACH

STRIKEN, PÖDEL, COOL, HAARE, BEWAFFNETE, ECKHAARE, SÜßER, STÄRKE  
17. MÄRZ 2015 UMWELTLAGER UNTER KUMMELTUT  
ICH MACH KLEIDERKAUFCHENKRETE

- Anzeige -

LECKER · FAIR · BIO  
**ETHIQUABLE**  
CHIPS  
GRÜNER TEE JASMIN  
VOLLMILCH LEINSAAMEN INGWER  
ETHIQUABLE NOIR QUINOA  
KONGO  
FAIRTRADE  
Approved FAIR TRADE BY ECCERT  
DE-ÖKO-034 Nicht-EU-Landwirtschaft  
[www.ethiquable.de](http://www.ethiquable.de)

# Broschürenübersicht

Themenhefte der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

## Essen & Trinken

Alternative Ernährungsformen (2006, 16 S.) | Basiswissen Kochen (2015) | Clever preiswert kochen (2009)  
 Clever preiswert kochen 2 (2014) | Clever saisonal kochen (2010) | Clever saisonal kochen 2 (2011) | Clever  
 saisonal kochen 3 (2011) | Diäten (2006) | Essen macht Laune (2012, 16 S.) | Fleisch genießen! (2009)  
 Fisch & Co. (2010) | Genießen statt wegwerfen (2011, 16 S.) | Gesund essen (2006) | Getränke (2005) | Klima-  
 freundlich essen (2010, 16 S.) | Küchenkräuter (2009, 8 S.) | Lebensmitteleinkauf (2005) | Lebensmittelvorräte  
 (2005) | Lebensmittelzusatzstoffe, Aromen & Enzyme (2013) | Pflanzenöle (2011, 16 S.) | Pflanzlich genießen  
 (2006) | Saisonkalender für Obst und Gemüse (2004, 8 S.) | Süßigkeiten (2013) | Vegetarisch essen (2014)  
 Vegetarisch genießen (2014, 16 S.) | Vitamine & Co. (2011, 16 S.) | Wasser & Co. (2009, 16 S.) | Wie Oma backen  
 (2014, 16 S.) | Wie Oma kochen (2011) | Wie Oma naschen (2012, 16 S.) | Wild & Wildpflanzen (2007)

## Gesundheit & Haushalt

Allergien (2008) | Alltagsmythen (2014) | Babykost & -pflege (2006) | Clever haushalten 1 (2012) |  
 Clever selbst machen! (2010) | Erkältung (2007, 16 S.) | Familienratgeber: Ernährung & Bewegung (2012)  
 Familienratgeber: Sitzender Lebensstil (2013, 20 S.) | Fitness & Gesundheit (2005) | Frauen & Gesundheit  
 (2011) | Für immer jung (2008, 20 S.) | Gesund älter werden (2010) | Gesund im Büro (2008) | Gesund  
 schlafen (2008, 16 S.) | Homöopathie (2005) | Kinder & Gesundheit (2012) | Kindersicherheit (2006)  
 Klein- und Schulkinder (2008) | Kosmetik (2013, 32 S.) | Männer & Gesundheit (2010) | Naturheilverfahren  
 (2007) | Omas Hausmittel (2010) | Patientenrechte (2013) | Patientenrechte 2 (2014) | Pflege (2013,  
 32 S.) | Prävention und Erste Hilfe (2010) | Rad fahren (2009) | Rückengesundheit (2010, 28 S.) | Sauberer  
 Haushalt (2008) | Sehen und Hören (2007) | Selbstmedikation (2007) | Teppich (2006, 16 S.) | Textilien  
 (2007, 16 S.) | Zähne pflegen (2014)

## Umwelt & Nachhaltigkeit

Abfall vermeiden & entsorgen (2013) | Alternative Kraftstoffe (2009, 16 S.) | Blauer Engel (2008, 16 S.)  
 Energie sparen (2014, 16 S.) | Energiesparende Haushaltsgeräte (2014, 16 S.) | Furnier (2007, 16 S.)  
 Gas-Fahrzeuge (2007, 16 S.) | Gesund Wohnen (2005) | Green IT (2009) | Grüne Geldanlagen (2009, 16 S.)  
 Holz & Holzprodukte (2011, 16 S.) | Klimafreundlich einkaufen (2012) | Label & Gütezeichen (2014)  
 Leihen, teilen, gebraucht kaufen (2012) | Nachhaltig einkaufen (2011) | Nachhaltige Mobilität (2012)  
 Nachhaltiger Handel(n) (2014, 16 S.) | Nachhaltige Unternehmen (2008, 16 S.) | Nachhaltig leben (2012)  
 Nachhaltig reisen (2012) | Strom sparen (2007, 16 S.) | Wie Oma gärtnern (2012)

## Weitere Themen

Digital fotografieren (2007) | Fairer Handel (2012) | Freiwillig engagieren (2014, 16 S.) | Ihr gutes Recht:  
 Erben & Vererben (2011) | Internet (2013) | Lebensstile & Labels (2014) | Nanotechnologien im Alltag  
 (2015, 16 S.) | Ratgeber Eltern (2010) | Richtig helfen (2013, 20 S.) | Ruhestand gestalten (2011)  
 Studium finanzieren (2010, 16 S.) | Tiergerecht leben (2015) | Verbraucherrrechte beim Einkauf (2015, 16 S.)  
 Verbraucherwegweiser (2014)

Umfang: 24 Seiten (soweit nicht anders angegeben), Einzelpreis: 2,00 Euro zzgl. Versand.

Allgemeine Geschäftsbedingungen unter [www.verbraucher.com](http://www.verbraucher.com)

EINFACH BESTELLEN

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

Weitere Angebote sowie Downloads unter [www.verbraucher.com](http://www.verbraucher.com).