

B u n d e s v e r b a n d

**Die Verbraucher  
Initiative e.V.**

---

## **Rechenschaftsbericht 2007**

**von Bundesvorstand und Geschäftsführung**

vorgelegt zur Mitgliederversammlung am 24.11.2007 in Berlin

**Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. (Bundesverband)**

Eisenstraße 106, 12435 Berlin

Tel: 030/53 60 73-3, Fax: 030/53 60 73-45

mail@verbraucher.org, www.verbraucher.org

## Inhaltsverzeichnis

|  |    |
|--|----|
| Editorial  | 3  |
| Themenfeld Fairer Handel                         | 4  |
| Themenfeld Ernährung und Landwirtschaft          | 7  |
| Themenfeld Gentechnik                            | 9  |
| Themenfeld Umwelt                                | 10 |
| Themenfeld Handel/Unternehmen                    | 14 |
| Themenfeld Gesundheit                            | 15 |
| Themenfeld Online-Käufe                          | 16 |
| Mitgliederbetreuung                              | 17 |
| Mitgliederzeitschrift <i>Verbraucher konkret</i> | 18 |
| Internetangebot                                  | 19 |
| Presse- und Medienarbeit                         | 21 |
| Verbraucher Initiative Service GmbH              | 22 |
| Die VERBRAUCHER INITIATIVE im Überblick          | 24 |



## Editorial

Berlin, im November 2007

Liebe Leserinnen und Leser,

auch in den seit der letzten Mitgliederversammlung vergangenen zwölf Monaten hat sich die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. mit einer Vielzahl von Verbraucherthemen beschäftigt. Naturgemäß muss sich ein kleiner Bundesverband dabei auf einige der unzähligen Themen beschränken. Dazu gehören für unseren Verband auch im Berichtszeitraum vor allem die klassischen inhaltlichen Säulen Ernährung, Gesundheit und Umwelt.

„Verbraucher haben Macht!“ – dieser Satz gilt nicht nur für die Vergangenheit. Wer aber diese Macht einsetzen will, braucht glaubwürdige, handlungsorientierte Informationen. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. stellt diese auf unterschiedlichen Wegen bereit und folgt dabei dem Leitbild des „mündigen, verantwortlichen Verbrauchers“.

Dabei definieren wir für unsere Arbeit Zielgruppen und versuchen, diese möglichst punktgenau zu erreichen. Die von uns eingesetzten Medien sind dabei äußerst vielschichtig: ob Printmedien oder Downloads im Internet, Großflächenplakate oder Medienkooperationen, sendefertige Radiobeiträge oder der Versand von Presseerklärungen – unsere Arbeit hängt dabei nicht nur von kreativen Ideen und möglichen Unterstützern, sondern vor allem von dem zur Verfügung stehenden Etat ab.

In dem vorliegenden Rechenschaftsbericht blicken wir - mit dem Stichtag 15. November - auf das Jahr 2007 sowie die Arbeit in den letzten Wochen des Jahres 2006 zurück. Wir haben uns dabei um Kürze bemüht und z.B. nicht alle der mit dem GWA Social Effie 2007 in Silber ausgezeichneten Aktivitäten unserer bundesweiten Kampagne „fair feels good.“ aufgeführt, diese finden Sie ausführlich im Internet dokumentiert. Auch bei der Zuordnung zu den einzelnen Themenfeldern haben wir versucht, auf Doppelungen zu verzichten.

Mit diesem Rechenschaftsbericht möchten wir Ihnen einen kleinen Einblick in die vielfältige Arbeit unseres Bundesverbandes kritischer Verbraucherinnen und Verbraucher geben.

Mit freundlichen Grüßen

Dieter Kublitz  
Bundesvorsitzender

Georg Abel  
Bundesgeschäftsführer

PS: In der mehr als zwanzigjährigen Geschichte der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. hat sich übrigens eines nicht geändert: Wir erhalten keine institutionelle Förderung und sind deshalb besonders auf die Unterstützung durch Mitglieder und/oder Spenden (Spendenkonto 8133 503, BLZ 370 205 00, Bank für Sozialwirtschaft) angewiesen. Wir freuen uns daher auch auf Ihre Unterstützung!

## Themenfeld Fairer Handel

Der Faire Handel ist ein Thema, das die VERBRAUCHER INITIATIVE schon seit vielen Jahren in unterschiedlicher Form bearbeitet. Die mehrjährige Informationskampagne „fair feels good.“ endete im Februar 2007 und wurde im Oktober dieses Jahres mit dem GWA Social Effie in Silber ausgezeichnet.



Die VERBRAUCHER INITIATIVE führte seit November 2003 - basierend auf einem Vorläuferprojekt des Bundesverbandes - in Kooperation mit TransFair und dem Weltladen-Dachverband - die mehrjährige Informationskampagne „fair feels good.“ ([www.fair-feels-good.de](http://www.fair-feels-good.de)) durch, die vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung/BMZ finanziert wurde. Die Kampagne setzte dabei auf unterschiedliche Ansätze, im Berichtszeitraum wurden neben sendefertigen Radiobeiträgen und Materndiensten u.a. die nachstehenden Aktivitäten umgesetzt:

- In den 320 tegut-Märkten wurden Ende Oktober 2006 die rund 2,5 Millionen Kunden täglich über Ladenfunkspots über die Aktivitäten zum Fairen Handel informiert. Zusätzlich sorgten 650 Plakate und 45.000 Flyer inkl. einem Gewinnspiel für Aufmerksamkeit. Im Rahmen von Aktionstagen gab es in mehreren Filialen u.a. ein Showkochen mit Fernsehkoch Matthias Ruta.
- Am 22. November 2006 startete Fernsehkoch Matthias Ruta (VOX, „Kochduell“) in Essen den ersten von 500.000 Werbespots zum Fairen Handel. Die 10-Sekunden-Spots liefen vier Wochen lang auf 180 Flächen in U- und S-Bahnhöfen sowie an Flughäfen.
- Auf prominente Unterstützung konnte „fair feels good.“ auch bei Zeitungsanzeigen setzen. Prominente wie Schauspielerin Andrea Suwa, Entertainerin Olivia Jones, Schauspieler Ole Tillmann, TV-Moderatorin Alexandra Polzin und TV Moderator Ingo Mommsen warben mit ihrem persönlichen Zitat für den Fairen Handel.
- In den Wochen vor Weihnachten 2006 wurde auf der Internetseite der Kampagne ein *fairer Weihnachtskalender* online gestellt. Besucher fanden Genussvolles wie ein tägliches Rezept von TV- und Sternekoch Matthias Ruta, Hintergrundiges mit Infos über unterschiedliche fair gehandelte Produkte und Statements von prominenten Unterstützern. Hinter manchem der 24 Türchen verbargen sich Gewinne wie fair gehandelte Fußbälle, Plakate und Jahreskalender mit Unterschriften der Schauspieler des Films „7 Zwerge“ oder handsignierte Kochbücher von Matthias Ruta.



- Anfang 2007 wurden aktuelle Marktforschungsdaten erhoben und im Februar veröffentlicht. 6,2 Millionen Menschen in Deutschland konnten in den letzten drei Jahren laut dieser Studie als neue Käufer fair gehandelter Produkte gewonnen werden. Diese Untersuchung bestätigte damit die in den letzten Jahren kontinuierlich wachsenden Umsatzzahlen. Die repräsentative Marktforschungsstudie belegt den Erfolg des Fairen Handels in allen Bereichen. Parallel zur Laufzeit der Kampagne „fair feels good.“ konnten 9,5 Prozent der Gesamtbevölkerung seit Anfang 2004 als Käufer für den Fairen Handel hinzugewonnen werden. Es hat eine Bewegung stattgefunden, die mit der deutlichen Abnahme der Zahl der „Nichtkäufer“ beginnt und bei einer spürbaren Zunahme der „Käufer“ endet. Die Affinität und das Verständnis hinsichtlich des Fairen Handels sind - umfragebelegt - bei den Verbrauchern gestiegen. Die Marktforschungsdaten können unter [www.fair-feels-good.de](http://www.fair-feels-good.de) nachgelesen werden.
- Die Marktforschungsdaten waren Aufhänger für eine entsprechende Medienarbeit. Zahlreiche Printmedien berücksichtigten die Nachricht. Auch 36 Radiosender berichteten, erreicht wurden so alleine über 11 Millionen Hörer. Zahlreiche Anfragen von Medien, Lehrern, Schülern und Studenten folgten seitdem.
- Im April 2007 konnten die Gewinner des Preisausschreibens aus der Kooperation mit „tegut...gute Lebensmittel“ Claus Theo Gärtner (Privatdetektiv Matula in „Ein Fall für zwei“) live einen Tag lang bei Dreharbeiten erleben.
- Zum Kampagnenabschluss wurde die Broschüre „Danke“ entwickelt, die kostenlos unter [www.fair-feels-good.de](http://www.fair-feels-good.de) (Materialien) herunterladbar ist und über die Kampagne informiert.
- Die VERBRAUCHER INITIATIVE hat auch nach dem Kampagnenende die Webseite weiter unterhalten. Die noch vorhandenen Materialien werden – so lange der Vorrat reicht – gegen Versandkosten abgegeben. Im Jahr 2007 verzeichnete die Internetseite erneut weiter deutlich steigende Zugriffszahlen. Mehrfach erschien im Jahr 2007 der Kampagnen-Newsletter.
- Im Oktober 2007 wurde „fair feels good.“ mit dem GWA Social Effie für engagierte Marketing-Kommunikation durch den Gesamtverband Kommunikationsagenturen e.V. (GWA) ausgezeichnet. Die VERBRAUCHER INITIATIVE und organic Marken-Kommunikation GmbH wurden für die gemeinsame Arbeit an der Kampagne zum Fairen Handel mit Silber geehrt. Der zum dritten Mal vergebene Social Effie hat die Aufgabe, erfolgreiche und professionelle Kommunikation zu präsentieren, mit deren Unterstützung hochgesteckte soziale und gesellschaftliche Ziele erreicht werden können.



Auch nach dem Ende der Informationskampagne beschäftigte sich der Bundesverband weiter mit dem Thema Fairer Handel. Zum vierten Mal erschien im September 2007 der Jahreskalender „fair.2008“ mit einer Startauflage von 60.000 Exemplaren, der gegen Versandkosten abgegeben wird. Der handliche Taschenkalender im DIN-A6-Format bietet auf rund 200 Seiten Hintergründe zum Fairen

Handel im Allgemeinen, sowie zu fair gehandelten Produkten und verschiedenen Akteuren im Besonderen. Ein umfangreicher Serviceteil bietet u.a. Adressen vieler Weltläden in Deutschland, eine Übersicht wichtiger Internetadressen zum Thema und viel Platz für persönliche Daten von A - Z. Das nützliche Kalendarium bietet zusätzlich zu Monats-, Wochen- und Tagesübersichten auch einen Schulferienüberblick.



Im Oktober startete die diesjährige Großflächen-Plakatkampagne zum Fairen Handel. Das Motiv und das Motto: „fairlockend...“ sollen vermitteln, dass fair gehandelte Produkte in ihrer Qualität und Vielfalt ein attraktives Angebot für Verbraucherinnen und Verbraucher darstellen. Der offizielle Start in München erfolgte durch Nina Ruge (Foto) und Bundesgeschäftsführer Georg Abel. Mit tausenden Plakaten in ganz Deutschland will die

VERBRAUCHER INITIATIVE auch 2007 dazu beitragen, ein Bewusstsein für mehr Fairness beim Konsum zu schaffen und über Hintergründe, Prinzipien, Produkte und Einkaufsstätten des Fairen Handels zu informieren. Die Plakatkampagne war Anlass für entsprechende begleitende Medienarbeit.

Georg Abel gehört seit 2003 der Jury für die „Hauptstadt des Fairen Handels“ an. Der Wettbewerb unter der Schirmherrschaft von Entwicklungsministerin Heidemarie Wieczorek-Zeul wird alle zwei Jahre ausgetragen. Die Jury entschied, welche Stadt in den vergangenen beiden Jahren die ideenreichsten, wirksamsten sowie langfristig erfolgreichsten Maßnahmen zur Förderung des Fairen Handels ergriffen hatte. In den Jahren 2003 und 2005 gewann Dortmund den Titel, in diesem Jahr überzeugte Düsseldorf die Jury.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist Mitbegründer und Träger von *TransFair* und durch das frühere Bundesvorstandsmitglied Volkmar Lübke im Vorstand vertreten.

Der Bundesverband ist außerdem Mitglied im *Forum Fairer Handel/FFH*. Der Dachverband wurde bei der im Mai/Juni durchgeführten Anzeigenkampagne fachlich unterstützt. Georg Abel wurde als Prüfer für den Jahresbericht gewählt und übernahm Moderationsaufgaben auf dem FairTrade-Kongress.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist Mitglied im *Eine-Welt-Netz NRW*.

Zum Thema Fairer Handel und seinen Marktchancen gab es wiederholten Gesprächsaustausch mit Vertretern aus den Bereichen Agenturen, Unternehmen sowie Landes- und Bundespolitik. Georg Abel hielt zahlreiche Vorträge zu diesem Thema, z.B. auf einer von UNEP/Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) durchgeführten Veranstaltung.

## Themenfeld Ernährung und Landwirtschaft

**Der Fachbereich gehört zu den klassischen Ressorts der VERBRAUCHER INITIATIVE und umfasst die Themenfelder Ernährung, Landwirtschaft und Tierschutz.**

In den letzten Jahren baute die VERBRAUCHER INITIATIVE [www.oeko-fair.de](http://www.oeko-fair.de), das Portal zum öko-fairen Handel(n), stetig weiter aus. Durch die finanzielle Förderung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) konnte es im Jahr 2007 erneut erweitert werden. Kern des im deutschsprachigen Raum nach wie vor einmaligen Informationsangebotes sind die umfangreichen Themenspecials, in denen die ökologischen und sozialen Dimensionen alltäglicher Konsumententscheidungen beleuchtet werden. Derzeit finden Multiplikatoren, Journalisten und Verbraucher insgesamt 27 Themenspecials, die u.a. zu den neuen Themen Öko-fair im Büro, Grünes Geld, Computer, Klimafreundlich im Haushalt sowie Leihen, Reparieren, Gebrauchtkaufen informieren.

Kurzversionen der Internet-Artikel finden regelmäßig Eingang in die Mitgliederzeitschrift *Verbraucher konkret*. Die etablierten Service-Angebote von [oeko-fair.de](http://oeko-fair.de) wie der Newsletter, die Initiative des Monats und die Terminübersicht wurden auch in diesem Jahr weitergeführt. Die Überarbeitung der Seitenstrukturen auf [oeko-fair.de](http://oeko-fair.de) und im öko-fairen Branchenbuch sorgen für mehr Übersichtlichkeit und einen nutzerfreundlicheren Zugang zum umfangreichen Informations- und Service-Angebot. Schwerpunkt der Arbeit an [oeko-fair.de](http://oeko-fair.de) ist neben der Pflege und Erweiterung der Inhalte die regelmäßige Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Zusätzlich zu Pressemitteilungen mit verschiedenen inhaltlichen Aufhängern und der Beantwortung der zahlreichen Anfragen von Verbrauchern, Journalisten und Multiplikatoren sorgen auch die sendefertigen Radio-Beiträge und Radio-O-Töne dafür, den Gedanken öko-fairen Handel(n)s in das Bewusstsein der Bevölkerung zu rücken.

In Zusammenarbeit mit der Rheinischen Friedrich-Wilhelm-Universität Bonn vergab die VERBRAUCHER INITIATIVE im Jahr 2007 eine Diplomarbeit, in der die Potenziale und Grenzen von Kundenkarten als Instrument der Kundenbindung in Bio-Supermärkten untersucht wurden. Grundlage der empirischen Studie war eine umfangreiche Befragung der Kunden von Berliner Bio-Supermärkten. Die Ergebnisse der Studie gehen zum Jahreswechsel 2007/2008 in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der VERBRAUCHER INITIATIVE ein.

Mit dem Online-Angebot [www.zusatzstoffe-online.de](http://www.zusatzstoffe-online.de) bietet die VERBRAUCHER INITIATIVE seit Jahren ein im deutschsprachigen Raum einzigartiges Informationsmedium zum Thema Lebensmittelzusatzstoffe. Nach der umfassenden Überarbeitung und Erweiterung des Angebotes im vergangenen Jahr standen 2007 die Pflege und Aktualisierung der neuen Inhalte sowie die Beantwortung der zahlreichen Anfragen von Journalisten und Fachleuten im Mittelpunkt. Als am Ende des Jahres 2006 eine neue Verordnung zum Ökologischen Landbau in der EU in Kraft trat, wurden auch die Inhalte von [zusatzstoffe-online.de](http://zusatzstoffe-online.de) entsprechend aktualisiert.

In zahlreichen Interviews für Printmedien, Radio und Fernsehen trug die VERBRAUCHER INITIATIVE dazu bei, Verbrauchern die Informationen zu geben, die sie für eigenständige Entscheidungen in ihrem Interesse brauchen. Neben warenkundlichen Fragestellungen (u.a. Spargel, Quark, Mandarinen, Quitten) interessierten sich die Journalisten u. a. für die Themen Lebensmittelzusatzstoffe, Gammelfleisch sowie Entwicklung der Lebensmittelpreise.

Das Agrarbündnis dokumentiert mit der jährlichen Herausgabe des *Kritischen Agrarberichts* die Debatten um agrar-, tierschutz- und handelspolitische Themen der Landwirtschaft. Zum Kritischen Agrarbericht 2007 trug auch die VERBRAUCHER INITIATIVE bei. Der Artikel unseres Bundesvorstandsmitglieds Ernst-Michael Epstein beleuchtete Situation und Entwicklungen des Verbraucherschutzes im Jahr 2006.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE gehört zu den über 30 Unterstützerorganisationen der *Transparenzinitiative „Wer profitiert?“* ([www.wer-profitiert.de](http://www.wer-profitiert.de)), die sich seit März 2006 dafür einsetzt, die europäische Agrarförderung konsequent im Sinne einer sozial gerechten, bäuerlichen, regionalen, ökologisch verträglichen und tiergerechten Landwirtschaft zu gestalten.

Zur Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes gehört auch die aktive Mitgestaltung von Veranstaltungen und politischen Entscheidungsfindungsprozessen. So nahm der Fachbereich Ernährung im Jahr 2007 u.a. öffentlich Stellung zu den Themen "Bio in der Gastronomie", „Nanotechnologie in Lebensmitteln“ und den Eckpunkten des BMELV und des BMG "Gesunde Ernährung und Bewegung – Schlüssel für mehr Lebensqualität". In Bezug auf den erneuten Gammelfleischskandal fordert die VERBRAUCHER INITIATIVE mehr Kontrollen und bessere Verbraucherinformation, wandte sich brieflich an die Berliner Verbrauchersensorin und den Verband der Döner-Hersteller.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist seit 2007 Mitglied der *IG FÜR*, der Internationalen Interessengemeinschaft für gesunde Lebensmittel e.V.

Seit Beginn des Jahres 2005 ist die VERBRAUCHER INITIATIVE Mitglied der *Plattform Ernährung und Bewegung*, einem Zusammenschluss von Nichtregierungsorganisationen, staatlichen Stellen und Unternehmen der Lebensmittelindustrie zur Prävention von Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen.

Der Fachbereich veröffentlichte im Berichtszeitraum zahlreiche neue Themenhefte wie Diäten, Alternative Ernährungsformen und Wild & Wildpflanzen.

## Themenfeld Gentechnik

Seit 1997 ist die VERBRAUCHER INITIATIVE ideale Trägerin des Internetportals [www.transgen.de](http://www.transgen.de) (Transparenz für Gentechnik bei Lebensmitteln). Seit der Gründung vor zehn Jahren hat sich das Konzept kaum verändert: sachliche Information, klar und verständlich präsentiert.



*transgen.de* war einer der ersten Versuche, das damals noch wenig verbreitete Medium Internet konsequent für neue Formen der Verbraucherinformation zu nutzen – und das bei einem Thema, das von Beginn an Gegenstand heftiger gesellschaftlicher Auseinandersetzungen war. Inzwischen ist *transgen.de* als zuverlässige, unabhängige und aktuelle Informationsquelle geschätzt. Die Internetseite wird sowohl von interessierten Verbrauchern genutzt, als auch von Lehrern, Journalisten und allen, die sich professionell mit Gentechnik, Landwirtschaft und Lebensmitteln beschäftigen. Monatlich verzeichnet *transgen.de* etwa 150.000 Besuche mit 750.000 Seitenaufrufen. Zahlreiche Behörden und Institutionen, etwa das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung ([www.bundesregierung.de](http://www.bundesregierung.de)), das BMELV ([www.verbraucherministerium.de](http://www.verbraucherministerium.de)), das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit ([www.bvl.bund.de](http://www.bvl.bund.de)) oder das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR, [www.bfr.bund.de](http://www.bfr.bund.de)) haben an zentralen Stellen Links auf *transgen.de* gesetzt. In Zusammenarbeit mit den Lebensmittelüberwachungsbehörden der Bundesländer veröffentlicht *transgen.de* jährlich eine zusammenfassende Übersicht der Ergebnisse aller amtlichen Lebensmittelkontrollen zur Gentechnik.

In den letzten zehn Jahren sind die Anbauflächen für gentechnisch veränderte Pflanzen weltweit auf über 100 Millionen Hektar gestiegen. Auch in Europa nimmt der Anbau von gv-Mais zu. Zahlreiche Zusatzstoffe, Vitamine und Enzyme werden inzwischen mit gentechnisch veränderten Mikroorganismen hergestellt. Im Zuge dieser Entwicklung hat auch die Nachfrage nach Informationen zur Gentechnik zugenommen. Hier hat sich *transgen.de* als „Marke“ mit einem eigenständigen, unverwechselbaren Konzept etabliert.

Wie schon in den Vorjahren ist *transgen.de* in internationale Projekte eingebunden. *transgen.de* liefert den Content für die englischsprachige Internetseite [www.gmo-compass.org](http://www.gmo-compass.org), die u.a. von der EU-Kommission gefördert wird. Kooperationen bestehen auch mit der vom BMBF geförderten Internetseite [www.biosicherheit.de](http://www.biosicherheit.de) bzw. [www.gmo-safety.eu](http://www.gmo-safety.eu). Auf der Grundlage der redaktionellen Leitlinien, in denen die Unabhängigkeit von *transgen.de* festgeschrieben ist, wird *transgen.de* von Unternehmen der Agro-Biotechnologie sowie auch vom BLL (Dachverband der Lebensmittelwirtschaft) finanziell unterstützt.

Projektleiter von TransGen ist Gerd Spelsberg, der im Berichtszeitraum dem Bundesvorstand der VERBRAUCHER INITIATIVE angehörte.

## Themenfeld Umwelt

**Schwerpunkt der vielfältigen Arbeit im Fachbereich Umwelt bildet im Berichtszeitraum das Projekt „Initiative Nachhaltig handeln.“.**

INITIATIVE 

**Nachhaltig handeln.**

Das vom Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt seit August 2006 geförderte Projekt hat das Ziel, nachhaltigen Produkten mehr Marktchancen zu verschaffen und dabei nachhaltigkeitsbewusste Verbraucher und engagierte Handelsunternehmen zusammenzubringen. Im Zentrum der produktbezogenen Nachhaltigkeitskommunikation stehen die Bereiche Haushalt, Wohnen sowie Textilien und Bekleidung.

Die „Initiative Nachhaltig handeln.“ wurde erstmals im Februar 2007 rund 50 Fachleuten aus Handelsunternehmen, Marketing, Umwelt- und Verbraucherschutz in Berlin vorgestellt. Im Mittelpunkt des Akteursworkshops stand die Frage „Kann der Bio-Trend im Lebensmittelbereich auch der Vermarktung umwelt- und sozialverträglicher Textilien, Haushaltsgeräten oder Möbeln neue Impulse verleihen?“. Der Workshop (Foto) hatte zum Ziel, den Erfahrungsaustausch zwischen den verschiedenen Stakeholdern zu verstärken und aktorsübergreifende Aktivitäten zur Förderung nachhaltiger Produkte im Non-Food-Bereich vorzubereiten. Der Fachbereich präsentierte dort weiterhin die Umfrageergebnisse einer im Oktober 2006 durchgeführten Handelsbefragung über die praktischen Erfahrungen mit Marketingmaßnahmen für nachhaltige Produkte.



Der Workshop (Foto) hatte zum Ziel, den Erfahrungsaustausch zwischen den verschiedenen Stakeholdern zu verstärken und aktorsübergreifende Aktivitäten zur Förderung nachhaltiger Produkte im Non-Food-Bereich vorzubereiten. Der Fachbereich präsentierte dort weiterhin die Umfrageergebnisse einer im Oktober 2006 durchgeführten Handelsbefragung über die praktischen Erfahrungen mit Marketingmaßnahmen für nachhaltige Produkte.

Ein zentrales Ergebnis des Workshops war der Vorschlag, die „Initiative Nachhaltig handeln.“ thematisch auf das aktuelle Thema „Klimaschutz und klimabewusstes Verbraucherverhalten“ zu konzentrieren. Anfang Mai 2007 stellte sich die „Initiative Nachhaltig handeln.“ mit diesem Themenschwerpunkt „Klimafreundlich einkaufen“ auf dem Kongress des Bundesverbandes Deutscher Industrie und Handelsunternehmen für Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsergänzungsmittel und Körperpflege e.V. (BDIH) in Mannheim vor.

Ende Mai 2007 wurde unter dem Stichwort „Klimafreundlich einkaufen“ eine 24-seitige Verbraucherbroschüre erstellt und bundesweit lokalen Agenda Gruppen, Kommunen sowie lokalen Initiativen angeboten. Aufgrund der großen Nachfrage war die Auflage von 40.000 Exemplaren, die kostenlos verschickt wurden, schnell vergriffen. Die VERBRAUCHER

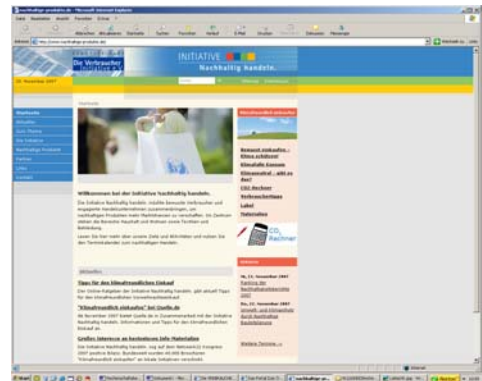


INITIATIVE griff das Thema ergänzend als entsprechenden Sonderteil in ihrer Mitgliederzeitschrift 3/2007 auf.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE präsentierte sich mit dem Thema „Klimafreundlich einkaufen“ im Juni 2007 auch auf dem Evangelischen Kirchentag (Foto) in Köln. Für den Messestand auf dem „Markt der Möglichkeiten“ entwickelte der Fachbereich eine Messestellwand und

weitere Materialien zum Thema, wie Flyer, Poster und einen Einkaufsführer für die Geldbörse. Besucher des Kirchentages erhielten am Messestand Tipps darüber, wie sie durch bewusste Kaufentscheidungen ihre persönliche CO<sub>2</sub>-Bilanz verbessern können.

Anfang Juli 2007 wurde auf der Internetseite [www.nachhaltige-produkte.de](http://www.nachhaltige-produkte.de) ein Online-Ratgeber für den klimafreundlichen Einkauf freigeschaltet. Neben Informationen und Tipps, finden sich auch Materialien zum kostenlosen Download sowie ein CO<sub>2</sub>-Rechner zur Ermittlung der persönlichen CO<sub>2</sub>-Bilanz.



Im Rahmen des Projektes kooperiert die VERBRAUCHER INITIATIVE mit dem Versandhaus Quelle. Für den Online-Shop von Quelle.de wurde ein Informations-Tool „Klimafreundlich einkaufen“ entwickelt, das im November 2007 freigeschaltet und im Dezember 2007/Januar 2008 evaluiert werden soll. Die verbraucher-gerechten Informationsangebote im Online-Shop von Quelle.de sollen klimaschonende Produkte besonders hervorheben und deren Bekanntheit und Verkauf fördern. Die Kooperation wird mit gemeinsamer Pressearbeit begleitet.

Im September 2007 präsentierte sich die Initiative auf dem Netzwerk 21 Kongress für lokale Initiativen mit einem Impulsreferat zum Thema „Klimafreundlich einkaufen! Förderung nachhaltiger Konsummuster durch die Initiative Nachhaltig handeln.“. Im Oktober 2007 referierte der Fachbereich zum Thema „Klimafreundliche Internetnutzung – Handlungsoptionen für Verbraucher?“ beim Fachdialog „Grüner Surfen“ des Bundesumweltministeriums.

Das Projekt „Förderung stromeffizienter Geräte am Point of Sale“ wurde im Juni 2007 gestartet und ist eng mit der „Initiative Nachhaltig handeln.“ verzahnt. Gefördert wird es vom Bundesumweltministerium und dem Umweltbundesamt. In Kooperation mit dem Versandhaus Quelle wurde für den Online-Shop ein „Kosten-Check“ zur Ermittlung der Gesamtkosten (Lebenszykluskosten) von Haushaltsgeräten entwickelt. Diese Maßnahme ist verbunden mit dem schon erwähnten Informationstool „Klimafreundliches Einkaufen“. Sie gibt den Verbrauchern die Möglichkeit, direkt am Point of Sale ihr Alt- mit einem Neugerät oder auch mehrere Neugeräte in Bezug auf Kosten- und Umweltvorteile miteinander zu vergleichen. Im November 2007 soll das Online-Tool freigeschaltet und im Dezember 2007/ Januar 2008 evaluiert werden. Die Kooperation wird durch gemeinsame Pressearbeit begleitet.

Im Rahmen dieses Projektes wurde außerdem eine externe Studie in Auftrag gegeben, die zum einen das Ziel hat, die bisherigen Aktivitäten zur Vermittlung von Stromverbrauch bzw. Lebenszykluskosten strombetriebener Geräte zu ermitteln. Zum anderen werden im November 2007 Handelsunternehmen zu ihren Erfahrungen mit der Angabe von Lebenszykluskosten am Point of Sale befragt.

Im November 2007 werden zudem ein Online-Ratgeber zum Thema „stromsparend einkaufen“ inklusive eines Stromcheck-Rechners für Haushalte und weitere Materialien zum kostenlosen Download freigeschaltet.

Im Rahmen des Projektes kooperiert die VERBRAUCHER INITIATIVE außerdem mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT), um zielgruppenspezifische Instrumente zur Förderung besonders stromsparender Geräte am POS zu entwickeln und umzusetzen.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE kooperiert seit November 2007 mit einem Telekommunikationsunternehmen. Hierbei geht es um Kommunikation zum Thema „Nachhaltigkeit“. Unter der Überschrift „Verbraucherinformation“ wurden Kurztexte zu unterschiedlichen Nachhaltigkeitsthemen erstellt und auf ausgewählte Internetseiten der VERBRAUCHER INITIATIVE verlinkt.



Im kommenden Jahr wird der Blaue Engel 30 Jahre alt. Unter dem Arbeitstitel „Klima schützen mit dem Blauen Engel“ entwickelt die VERBRAUCHER INITIATIVE in Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern eine Informationskampagne zu diesem Umweltzeichen. Diese soll in Nordrhein-Westfalen rund um den Tag der Umwelt im Jahr 2008 umgesetzt werden. Zielsetzung der Kampagne ist die stärkere Wahrnehmung des Blauen Engels sowie die Positionierung als Einkaufshilfe für den klimafreundlichen Einkauf. Seit Oktober 2007 hat die VERBRAUCHER INITIATIVE ein entsprechendes Kampagnenbüro eingerichtet und u.a. verschiedenen Akteuren das Grundgerüst der Kampagne vorgestellt. Die Kampagne stellt eine regionale Ergänzung und Verstärkung der auf Bundesebene vorgesehenen Aktivitäten dar.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE setzte sich in den Medien und in Gesprächen mit Akteuren gegen den weiteren Ausbau von Kohlekraftwerken z.B. in Berlin ein.

Ein Ergebnis der von der VERBRAUCHER INITIATIVE zusammen mit der Interessengemeinschaft der Holzschutzmittelgeschädigten (IHG) organisierten Holzschutzmittelprozesse war, dass das Strafverfahren beim Landgericht Frankfurt gegen führende Manager der Chemieindustrie eingestellt wurde, u.a. gegen Zahlung einer Summe von 4.000.000 DM zur Einrichtung einer Stiftungsprofessur *Toxikologie der Innenraumluft* an der Universität Gießen. In dem Beirat, der die Verwendung der Stiftungsmittel beschließt, ist die VERBRAUCHER INITIATIVE von Anfang an vertreten.

Seit 2001 nimmt diese Aufgabe Dieter Kublitz wahr. Seit Mitte 2003 hat das Institut für Innenraum- und Umwelttoxikologie unter Leitung von Prof. Dr. Volker H. Mersch-Sundermann seine Arbeit aufgenommen und in der Toxikologie der Innenraumluft bereits einen wichtigen Platz eingenommen, der auch außerhalb des reinen Wissenschaftsbetriebes viel Beachtung findet. Zu seinen Arbeiten gehören u. a.: Untersuchungen von Schadstoffen in Lebensmitteln, von Raumluftbelastungen in Büros durch Drucker und Kopierer, von Belastungen durch Holzstaub etc. Mit Wirkung ab Oktober 2007 hat Herr Prof. Mersch-Sundermann als Nachfolger von Prof. Daschner den Toxikologielehrstuhl an der Universität Freiburg übernommen. Der Beirat hat beschlossen, das Stiftungsvermögen, das aus den Forschungseinrichtungen, Untersuchungsgeräten und Geldmitteln besteht, ebenfalls nach Freiburg zu verlagern, damit der Stiftungszweck weiterhin verwirklicht werden kann.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist Teil der Klima-Allianz, der mehr als 70 umwelt- und entwicklungspolitische Organisationen angehören, und nahm an der gemeinsamen Pressekonferenz zu den Klimapolitischen Beschlüssen der Bundesregierung in Meseberg teil.

Mit der Kampagne *Nachhaltig Waschen* wurde ein Gespräch über mögliche Kooperationen geführt, eine Beteiligung des Bundesverbandes ist vorgesehen.



Die Ergebnisse der gemeinsamen Befragung vom Sommer 2006 von Fachhochschule Eberswalde und VERBRAUCHER INITIATIVE zum Reiseverhalten von Bio-Kunden wurde in der Mitgliederzeitschrift 1/2007 veröffentlicht.

Zum Thema „Bewusst reisen“ bietet die VERBRAUCHER INITIATIVE auf [verbraucher.org](http://verbraucher.org) einen entsprechenden Einkaufsführer an.

Der Fachbereich war im Jahr 2007 auf zahlreichen Veranstaltungen mit Vorträgen vertreten z.B. auf der Klimakonferenz Nord, dem Internationalen Baumarktkongress und der Konferenz Informations- und Kommunikationstechnik des Umweltbundesamtes.

Im Themenbereich wurden die Broschüren Textilien, Strom sparen, Gas-Fahrzeuge sowie Leihen, reparieren, gebraucht kaufen erstellt.

## Themenfeld Handel/Unternehmen

**Die VERBRAUCHER INITIATIVE arbeitet punktuell auch mit Unternehmen zusammen und beschäftigt sich intensiv mit dem Thema Unternehmensverantwortung.**

Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist Mitglied in einem Netzwerk von 29 Nichtregierungsorganisationen, das im September 2006 unter dem Namen *CorA – Corporate Accountability*, das Netzwerk für Unternehmensverantwortung – gegründet wurde. Es handelt sich dabei um einen Zusammenschluss deutscher Menschenrechtsorganisationen, Gewerkschaften, kirchlicher und entwicklungspolitischer Organisationen sowie Verbraucher- und Umweltverbände. Das langjährige frühere Vorstandsmitglied Volkmar Lübke arbeitet im Leitungsgremium des Netzwerkes mit und leitet den Arbeitskreis zum Thema Rechenschafts- und Publizitätspflichten für Unternehmen. Weitere Informationen unter [www.cora-netz.de](http://www.cora-netz.de).

Ende 2005 schlossen sich sechs Medien (*Verbraucher konkret* der VERBRAUCHER INITIATIVE, *die tageszeitung*, das *BUNDmagazin* des Bundes für Umwelt und Naturschutz Deutschland, *publik*, das Mitgliedermagazin der Gewerkschaft ver.di, die SPD-Mitgliederzeitung *vorwärts* und der DGB-Infoservice *einblick*) zum *Forum Zukunftsökonomie* zusammen. Das Forum will die notwendige Orientierung unternehmerischen Handelns an sozialen, ökologischen, emanzipatorischen und demokratischen Kriterien stärker zum öffentlichen Thema machen. Dazu führten die Medien einen Leserdialog zu der Frage durch, anhand welcher Kriterien man Unternehmensverantwortung messen und bewerten sollte. Darauf basierend wurden die Leser aufgefordert, aus eigener Kenntnis Betriebe zu benennen, die diese Kriterien in vorbildlicher Weise erfüllen. Aus den über 70 Vorschlägen wurden sieben Unternehmen in die engere Wahl gestellt, aus denen Leser sowie eine Fachjury Ende 2006 die *Preise der Arbeit* (Leserpreis und Jurypreis) auswählte. Schirmherrin des Preises war Prof. Gesine Schwan. Ausgezeichnet wurden im November 2006 die südbadischen Elektrizitätswerke Schönau und das fränkische Familienunternehmen Faber-Castell. Weitere Informationen unter [www.preis-der-arbeit.de](http://www.preis-der-arbeit.de).

Die VERBRAUCHER INITIATIVE kooperiert mit Germanwatch bei dem Projekt „*makeIT-fair*“, einer Kampagne von europäischen Organisationen, die sich mit unfairen Praktiken in der Elektronikindustrie beschäftigt. Im Rahmen der Kampagne sollen Regierungen und internationale Unternehmen dazu aufgefordert werden, die Arbeitsbedingungen und Umweltschutzmaßnahmen in der Elektronikindustrie weltweit zu verbessern.

Die seit 1993 bestehende Zusammenarbeit mit *dm-drogerie markt* u.a. im Bereich der Kundeninformation wurde fortgesetzt. Die Kooperation mit dem Karlsruher Unternehmen umfasste Bausteine wie Informationssäule, Mitarbeiterzeitung, Kundenmagazin und im Einzelfall einen inhaltlichen Austausch.

Im Rahmen der Kampagne *fair feels good* wurde mit Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen wie *tegut* (Foto) zusammengearbeitet. Kontakte bestehen auch mit dem *Verband Internet Reisevertrieb* (VIR, [www.v-i-r.de](http://www.v-i-r.de)).



## Themenfeld Gesundheit

**Die Arbeit in diesem Themenfeld gehörte im Jahr 2007 nicht zu den besonders intensiv bearbeiteten Themenschwerpunkten.**

Die seit 2006 bestehende Kooperation der VERBRAUCHER INITIATIVE mit der Fernseh-sendung "Ihre Gesundheit.tv" wurde auch im Jahr 2007 fortgesetzt. Die halbstündige Sen-dung wird über den in Berlin ansässigen Sender FAB ausgestrahlt. FAB erreicht mit seinem Programm täglich etwa 550.000 Zuschauer aus Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Teilen Sachsen-Anhalts. Der Fachbereich Ernährung der VERBRAUCHER INITIATIVE erstellt und präsentiert dafür monatlich einen Ernährungstipp vor der Kamera. Im Jahr 2007 erhielten die Zuschauer so unabhängige Informationen unter ande-rem auch zu den Themenfeldern Haut, Knochengesundheit und Zahngesundheit, Schwan-gerschaft und Stillzeit sowie Kreuzallergien. Auf der Basis der Fernsehinterviews werden von Seiten der VERBRAUCHER INITIATIVE zusätzlich kurze Tipps für den Online-Auftritt der Sendung verfasst.

Gute Kontakte bestehen zum *Deutschen Zentralverein homoöpathischer Ärzte (DZVhÄ)*.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist seit Mai 2006 Kooperationspartner bei *haut.de*. Unter [www.haut.de](http://www.haut.de) gibt es umfangreiche Infor-mationen zu den verschiedenen kosmetischen Mitteln zum Schutz, zur Reinigung und zur Pflege der Haut, die von ausgewiesenen Ex-perten verfasst sind. Weiterhin sind aktuelle Beiträge zu einer Reihe von Themen wie z.B. die Haut im Winter, Hormone und Haut, Allergien, Sonnenschutz, trockene Haut, Altershaut und Hautkrebs zu finden. Daneben wird auch auf spezielle Themen wie Haarausfall eingegangen. Zu den Partnern des kosten-losen Informationsangebotes gehört u.a. die Arbeitsgemeinschaft ästhetische Dermatologie und Kosmetologie e.V. (ADK), das Deutsche Grüne Kreuz e.V. (DGK), der Deutsche Allergie- und Asthmabund (DAAB) sowie der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW). In Kooperation mit der Zeitschrift Brigitte werden die Kooperationspartner ein Falt-blatt zum Thema Sonnenschutz herausgeben.



Zu ausgewählten Anlässen wie z.B. dem 10-jährigen Jubiläum eines Berliner Gesundheits-zentrums wurden Infostände zum Thema Gesundheit und Ernährung durchgeführt.

Im Themenbereich erschienen im Berichtszeitraum die Themenhefte Erkältung, Naturheil-verfahren, Sehen & Hören sowie Selbstmedikation.

## Themenfeld Online-Käufe

**Das Internetangebot [www.ombudsmann.de](http://www.ombudsmann.de) startete im November 2003 und bietet zahlreiche Informationen zum Internethandel.**



Mit diesem Informationsangebot will die VERBRAUCHER INITIATIVE einen Beitrag zur Verbesserung des Zugangs der Verbraucher zum Recht und damit zu einem modernen Verbraucherschutz leisten. [www.ombudsmann.de](http://www.ombudsmann.de) bietet außerdem eine neutrale und unabhängige, unentgeltliche Online-Schlichtungsstelle für Streitigkeiten über Internet-Käufe und kann von Verbrauchern mit Wohnsitz in Deutschland angerufen werden, wenn eine außergerichtliche Schlichtung eines Streits über Rechte und Pflichten aus einem Internetkauf gewünscht wird und der Verkäufer seinen Sitz in einem Mitgliedsland der EU hat. Das Projekt wurde in der Startphase bis Juli 2004 von der EU-Kommission und dem Bundesverbraucherministerium unterstützt und wird seitdem durch die VERBRAUCHER INITIATIVE alleine getragen.

Bisher wurden über 2.700 Schlichtungsfälle bearbeitet. Weit über 50 % der Schlichtungsfälle konnten zu Gunsten der Verbraucher abgeschlossen werden. Ein besonderes Problem im Berichtszeitraum stellten die massenhaften Beschwerden von Verbrauchern über so genannte „Abo-Fallen“ dar. Tausende von unerfahrenen Internetbenutzern sind hier durch scheinbare Gratisangebote zu ungewollten Vertragsschlüssen verleitet worden.

Bundesvorsitzender Dieter Kublitz, der das Projekt [ombudsmann.de](http://ombudsmann.de) leitet, hat in verschiedenen Veranstaltungen zum Thema E-Commerce die Online-Schlichtungsstelle vorgestellt und Vorschläge zur Verbesserung des Verbraucherschutzes im Internet gemacht. In den Medien findet die Online-Schlichtungsstelle viel Beachtung. Die Online-Schlichtungsstelle [ombudsmann.de](http://ombudsmann.de) ist sowohl im Bereich der außergerichtlichen Streitschlichtung als auch im Bereich des E-Commerce zu einem wichtigen innovativen Instrument des Verbraucherschutzes geworden.

Im Zusammenhang mit diesem Projekt gibt es von Anfang an eine gute Zusammenarbeit und einen intensiven Erfahrungsaustausch mit dem österreichischen Internet-Ombudsmann, der mit [ombudsmann.at](http://ombudsmann.at) einen ähnlichen Ansatz verfolgt und mit der E-Commerce Verbindungsstelle von EURO INFO in Kehl, die den grenzüberschreitenden Verbraucherschutz zum Ziel hat. Außerdem ist Dieter Kublitz Mitglied des Beirates des Gütesiegel-Anbieters „Trusted Shops“, der mit seiner „Geld-zurück-Garantie“ Maßstäbe der Qualitätssiegel im E-Commerce gesetzt hat.

Seit Mitte Oktober 2007 werden aufgrund des hohen Beschwerdeaufkommens keine neuen Fälle zur Streitschlichtung angenommen, da die Finanzmittel der VERBRAUCHER INITIATIVE dafür nicht ausreichen. Die Online-Schlichtungsstelle wird auf Dauer nur mit einer externen Finanzierung betrieben werden können.

## Mitgliederbetreuung

**Die VERBRAUCHER INITIATIVE bietet im Rahmen einer steuerlich absetzbaren Mitgliedschaft zahlreiche Dienstleistungen für ihre Mitglieder an. Ein wichtiger Punkt ist dabei die persönliche Beratung.**

Der Bundesverband bietet verschiedene Mitgliedschaften an. Neben der klassischen Voll-Mitgliedschaft (mindestens 60 Euro/Jahr, ermäßigt ab 50,00 Euro für Rentner, Studierende, Auszubildende, Arbeitslose) und der preisreduzierten Online-Mitgliedschaft (ab 34,50 Euro) existiert für Organisationen eine Gruppen-Mitgliedschaft. Weitere Möglichkeiten der Mitgliedschaften wie die Schnuppermitgliedschaft wurde gestrichen.

Eine neue Selbstdarstellung wurde erarbeitet und über verschiedene Wege verbreitet. Für Broschürenbesteller, die zu den Nichtmitgliedern gehören, existiert seit 2007 ein kostenloser Mail-Newsletter, der unregelmäßig über Verbraucherthemen und die Arbeit der VERBRAUCHER INITIATIVE informiert.

Die unterschiedlichsten Anfragen der Mitglieder wurden im Fachbereich bearbeitet. Die ausführliche Beratung erfolgt in der Regel schriftlich. Schwerpunkte in der Beratung waren die Themenkomplexe Schadstoffe und Umwelt, die den Hauptteil der Anfragen ausmachen, gefolgt von den Themen Versicherungen und Geldanlage. Mit Abstand folgen Anfragen zu den Themenfeldern Gesundheit, Allergien und Zahngesundheit, Baustoffe, Böden, Farben und Feuchtigkeit sowie Elektrosmog, Energie, Produktinfos, Ernährung, Gewinnspiele und dem Themenkomplex Handy, Telefon, Internet.

Die Rubrik Mitgliederanfragen ist ein fester Bestandteil der Mitgliederzeitschrift *Verbraucher konkret*, hierfür werden ausgewählte Anfragen an die Geschäftsstelle aufbereitet. Daneben werden einzelne Themen in der Printversion sowie im Internet als Verbrauchertipp veröffentlicht. In regelmäßigen Mitgliederaktionen werden u.a. Produkte aus ökologischem Anbau oder Fairem Handel für die Mitglieder zu günstigen Konditionen angeboten.

Zum regelmäßigen, im Mitgliedsbeitrag enthaltenen Beratungsangebot für Mitglieder gehört seit vielen Jahren auch eine juristische Erstberatung durch Anwälte per Telefon. Ausgewählte Themen werden für die Mitgliederzeitschrift aufbereitet.

Mitglieder erhalten im Rahmen ihrer Mitgliedschaft außerdem die zweimonatlich erscheinende Mitgliederzeitschrift und können jedes Themenheft jeweils ein Mal kostenlos abrufen. Größere Mengen der verbandseigenen Publikationen erhalten die Mitglieder zu Vorteilsbedingungen.

Seit Oktober 2005 bietet die VERBRAUCHER INITIATIVE die Verbandspublikation auch als kostenpflichtigen Download im Internet an. Mitglieder können sich in den Mitgliederbereich einloggen und die vereinseigenen Veröffentlichungen kostenlos herunterladen.

Die Mitglieder konnten im Berichtszeitraum auch Vorteile bei der Bestellung externer Publikationen über den Internetshop nutzen und sparen so die Versandkosten. Weitere Preisvorteile bestanden u.a. bei der Buchung des Online-Kurses „Gesund essen und wohlfühlen“ oder bei der *Aktion Stromwechsel*. Eine Rahmenvereinbarung mit den deutschlandweit 57 VCH-Hotels bietet dort eine Ermäßigung von 10 Prozent auf den Logispreis.

## Mitgliederzeitschrift *Verbraucher konkret*

Die Mitgliederzeitschrift *Verbraucher konkret* richtet sich neben den Mitgliedern der VERBRAUCHER INITIATIVE auch an ausgewählte Fachjournalisten, an die Politik sowie an zahlreiche Organisationen u.a. im Umweltbereich. Die Publikation wird außerdem in Berlin über die Pressefächer der unterschiedlichsten Redaktionen verteilt.

Der Schwerpunkt der Berichterstattung lag auf der Darstellung der vielfältigen inhaltlichen Arbeit des Bundesverbandes. *Verbraucher konkret* erschien im Berichtszeitraum sechs Mal im Jahr mit jeweils mindestens 24-seitigem Umfang und hatte folgende Titelgeschichten:



Ausgabe 06/06 Nervende Werbung - Und was Sie dagegen tun können!

Ausgabe 01/07 Bio-Lebensmittel: Klasse oder Masse?

Ausgabe 02/07 Die Milliardenfrage – Europäische Landwirtschaftspolitik

Ausgabe 03/07

(Doppelausgabe) Private Altersvorsorge inkl. Sonderteil „Klimafreundlich einkaufen“

Ausgabe 05/07 Krankenkassen: Wahltarife und Leistungen für Naturheilverfahren

Ausgabe 06/07 Grünes Licht für alternative Kraftstoffe: Mobil mit Gasantrieb

Zu den festen Rubriken gehören u.a. die Mitgliederfragen, der Verbraucher- bzw. Rechtstipp sowie eine Kurzübersicht aktueller Testberichte anderer Medien. Vereinzelt werden Artikel aus den Themenheften bzw. aus den Internetangeboten auch in der Mitgliederzeitschrift berücksichtigt. Die Mitgliederzeitschrift wurde zur Ausgabe 2/2007 vom Layout her leicht überarbeitet, in der Ausgabe 5/2007 wurde eine Mitgliederbefragung durchgeführt.

In der Mitgliederzeitschrift wurden unterschiedliche Serviceangebote berücksichtigt. So wurde in der Ausgabe 6/2006 in Kooperation mit co2online die kostenlose Überprüfung der Heizkostenabrechnung sowie ein Briefkastenaufkleber „Keine Werbung!“ angeboten. In den Ausgaben von *Verbraucher konkret* wurden außerdem unterschiedliche Mitglieder-Aktionen als preisreduzierte Angebote zum Ausprobieren vorgestellt:

|                 |                                       |
|-----------------|---------------------------------------|
| Ausgabe 06/06   | Festliche Weine                       |
| Ausgabe 01/07   | Liqueure & Confiserie                 |
| Ausgabe 02/07   | Faire Schuhe                          |
| Ausgabe 03/07   |                                       |
| (Doppelausgabe) | Leichte Sommerweine                   |
| Ausgabe 05/07   | Teegenuss von Sträuchern und Kräutern |
| Ausgabe 06/07   | Gewürze                               |

## Internetangebot

Die VERBRAUCHER INITIATIVE bietet im Internet zahlreiche Informationen auf ihrer zentralen Internetseite [www.verbraucher.org](http://www.verbraucher.org). Zusätzlich bietet der Bundesverband acht weitere Internetangebote an.

Unter [www.verbraucher.org](http://www.verbraucher.org) präsentiert die VERBRAUCHER INITIATIVE zahlreiche thematische Angebote zu den einzelnen Themenfeldern des Bundesverbandes an. Außerdem finden User dort aktuelle Presseerklärungen, die Ankündigung des neuesten Themenheftes sowie Informationen zur aktuellen Ausgabe der Mitgliederzeitschrift. Links zum Shopbereich und Kooperationspartnern sowie zu weiteren Dienstleistungen wie z.B. die Finanz- und Umweltanalysen der STIFTUNG WARENTEST, die Datenbank „Sparsame Haushaltsgeräte“, eine kostenlose „Rezeptdatenbank“ und der Infobutton „Energie sparen“ werden dort ebenfalls angeboten. Von der Webseite kommt man zu den weiteren Internetangeboten des Bundesverbandes.



[www.ombudsmann.de](http://www.ombudsmann.de) ist die entsprechende Homepage zum Online-Shopping sowie zur außergerichtlichen Streitschlichtung (siehe entsprechendes Themenfeld, Seite 16).

[www.fair-feels-good.de](http://www.fair-feels-good.de) ist die Kampagnen-Webseite der bundesweiten Informationskampagne zum Fairen Handel (siehe Themenfeld Fairer Handel, Seite 4).

[www.oeko-fair.de](http://www.oeko-fair.de) wurde von der VERBRAUCHER INITIATIVE schrittweise in den Jahren 2003 bis 2005 als Portal zum öko-fairen Handel(n) ausgebaut. Durch die finanzielle Förderung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) konnte es 2006 erneut erweitert werden. Kern des Informationsangebotes sind die umfangreichen *Themenspecials*, in denen die ökologischen und sozialen Dimensionen alltäglicher Konsumgüter beleuchtet werden, zu den Themen: öko-faire Kosmetik, Wein, erneuerbare Energien, Genusspflanzen der Tropen (Kaffee, Tee, Kakao), Anders Reisen, Bio-Landbau, Mobil leben, Schmuck, Honig, Kinderspielzeug, Holz und Holzprodukte, Textile Bodenbeläge, Blumen, Öko-faire Bananen, Faires Kunsthandwerk, Fisch und Gewürze. Weitere Themen sind u.a. Papier, Exotische Früchte, Textilien, Altkleider, Zucker, Reis und Computer. Wie bisher werden die umfangreichen Specials auch als Druckversion aufbereitet und können von Mitgliedern ohne Internetzugang bestellt werden. Kurzversionen der Internet-Artikel finden sich auch in der Mitgliederzeitschrift *Verbraucher konkret*. Die etablierten Service-Angebote wie der Newsletter, die Initiative des Monats, die Terminübersicht und das Branchenbuch werden weitergeführt. Eine



technische Überarbeitung der Seite gibt Nutzern mehr Übersichtlichkeit und besseren Zugang zu den vielfältigen Informations- und Serviceangeboten. Parallel zum jüngsten Ausbau der Seite liegt auch die Entwicklung von Konzepten zur Weiterentwicklung des Portals im Fachbereich Ernährung.

[www.zusatzstoffe-online.de](http://www.zusatzstoffe-online.de) bietet u.a. Informationen zu den 315 in der EU zugelassenen Lebensmittel-Zusatzstoffen (siehe Themenfeld Ernährung und Landwirtschaft, Seite 7).

[www.transgen.de](http://www.transgen.de) ist das Informationsangebot zum Thema Gentechnik (siehe entsprechendes Themenfeld, Seite 9).

[www.forum-elektrosmog.de](http://www.forum-elektrosmog.de). Das Portal soll Verbraucher beim Umgang mit Technologien unterstützen, die elektromagnetische Felder freisetzen. Der Aufbau des Portals wurde vom Bundesumweltministerium und dem Bundesamt für Strahlenschutz gefördert. Seit 2004 wird die Seite mit Eigenmitteln der VERBRAUCHER INITIATIVE betrieben und hat sich vor allem als Forum für Verbraucher zu Fragen der Belastung mit elektromagnetischen Feldern entwickelt.

[www.label-online.de](http://www.label-online.de). Seit April 2004 wird dieses Internet-Portal mit Eigenmitteln der VERBRAUCHER INITIATIVE betrieben und hat sich inzwischen zur führenden Website zu Umweltzeichen im deutschsprachigen Raum entwickelt. In das Portal werden kontinuierlich aktuelle Meldungen und Informationen zu Labeln und nachhaltigem Leben eingestellt und die Datenbank mit über 300 Labeln wird regelmäßig aktualisiert. Darüber hinaus ist es Ausgangspunkt für zahlreiche Medienanfragen zu Labeln (z.B. ZDF-Umweltmagazin).



[www.nachhaltige-produkte.de](http://www.nachhaltige-produkte.de) ist eine Projektseite des Fachbereichs, die u.a. einen Online-Ratgeber zum klimafreundlichen Einkauf enthält. Neben Informationen und Tipps, finden sich hier auch Materialien zum kostenlosen Download sowie ein CO<sub>2</sub>-Rechner zur Ermittlung der persönlichen CO<sub>2</sub>-Bilanz.

Die verschiedenen Internetangebote der VERBRAUCHER INITIATIVE konnten auch im Jahr 2007 weiter steigende Zugriffszahlen vermelden. Die 6.000 wichtigsten deutschen Internetadressen stellte im September 2006 das *Web-Adressbuch für Deutschland 2007* vor. In dem Buch sind auch verschiedene Internetangebote des Bundesverbandes wie [www.fair-feels-good.de](http://www.fair-feels-good.de), [www.forum-elektrosmog.de](http://www.forum-elektrosmog.de) oder [www.oeko-fair.de](http://www.oeko-fair.de) berücksichtigt worden.

## Presse- und Medienarbeit

Die VERBRAUCHER INITIATIVE informiert außer mit den eigenen Publikationen (Mitgliederzeitschrift, Themenheften, Kampagnenmaterialien) und den verschiedenen Internetangeboten die Öffentlichkeit auf vielfältige Art und Weise.

Zu zahlreichen Themen erstellte der Bundesverband Presseerklärungen, die im Einzelfall auch gemeinsam mit anderen Organisationen erarbeitet wurden. Im gesamten Jahr 2006 erschienen 85, bis November 2007 wurden 83 Presseerklärungen (jeweils ohne „fair feels good.“) verschickt. Die Presseerklärungen werden einem Fachverteiler per Mail, über einen Fax-Verteiler und/oder über externe Dienstleister wie openPR angeboten sowie in das Internetangebot der VERBRAUCHER INITIATIVE eingestellt. Zahlreiche Interviews in Printmedien, Radio und Fernsehen entstanden u.a. als Folge dieser Medienarbeit.

Zu unterschiedlichen Themen bietet die VERBRAUCHER INITIATIVE sendefertige Radiobeiträge bundesweit den lokalen Radiosendern an. Auf oeko-fair.de werden zusätzlich noch sendefertige O-Töne angeboten.

Im Berichtszeitraum führte die VERBRAUCHER INITIATIVE verschiedene Plakataktionen durch. Zum Thema Fairer Handel wurden im Jahr 2007 mehrere tausend Großflächenplakate bundesweit geklebt, weitere Plakate hingen vom November 2006 bis Januar 2007 in 103 ICE-Zügen sowie in Kinos und der Szenegastronomie. Im November 2006 wurden begleitend rund 500.000 10-Sekunden-Spots auf 180 Flächen in U- und S-Bahnhöfen und Flughäfen geschaltet.



Mit der monatlichen Sendung *Ihre Gesundheit TV* mit mehreren Sendeterminen auf dem Berliner Fernsehsender FAB besteht eine Kooperation. Mit einzelnen Medien wurden Verlosungsaktionen durchgeführt.

Für die Internetseiten der WDR-Fernsehsendung *Servicezeit Essen & Trinken* (früher: Kostprobe) wird seit 2002 unter dem Motto Preiswert ökologisch kochen das „Rezept der Woche“ erstellt. Die Zweitnutzung erfolgt auf den verbandseigenen Internetseiten.

Verschiedene Medien berücksichtigten kostenlos bzw. gegen Spendenquittungen Anzeigen des Bundesverbandes zu unterschiedlichen Themen. Dies galt für den Berichtszeitraum vor allem für die Anzeigen der bundesweiten Kampagne „fair feels good.“.

Vereinzelt wurden Austauschanzeigen zwischen verschiedenen Medien (Web-Adressbuch, Grünes Branchenbuch, Erneuerbare Energie, publik forum) und der Mitgliederzeitschrift vereinbart bzw. verschiedenformatige Motive als Freianzeigen verschickt.

## Verbraucher Initiative Service GmbH

Die GmbH, die seit 1990 bestehende 100%ige Tochter der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., erbringt Dienstleistungen für den gemeinnützigen Verein wie die Herausgabe der Publikationen. Sie betreibt u.a. unter [www.verbraucher.com](http://www.verbraucher.com) den Broschüren-Shop des Bundesverbandes, tritt extern als Dienstleister auf und beteiligt sich vereinzelt an Ausschreibungen. Mit dem Verein besteht eine Bürogemeinschaft, die Geschäftsführung liegt bei Vereinsschatzmeister Erik Hildenbrand und Bundesgeschäftsführer Georg Abel.



Seit der 2005 erfolgten Überarbeitung der Broschürenreihe erscheinen die Publikationen monatlich als meist 24-seitiges *Themenheft*. Derzeit sind 73 unterschiedliche Broschüren lieferbar. Im Berichtszeitraum wurden folgende Themen neu publiziert:

|                |                                      |
|----------------|--------------------------------------|
| November 2006  | Diäten                               |
| Dezember 2006  | Alternative Ernährung (16 Seiten)    |
| Januar 2007    | Furnier (16 Seiten)                  |
| Februar 2007   | Textilien (16 Seiten)                |
| März 2007      | Digital fotografieren                |
| April 2007     | Erkältung (16 Seiten)                |
| Mai 2007       | Strom sparen (16 Seiten)             |
| Juni 2007      | Klimafreundlich einkaufen            |
| Juli 2007      | Wild & Wildpflanzen                  |
| August 2007    | Naturheilverfahren                   |
| September 2007 | Sehen & Hören                        |
| Oktober 2007   | Gas-Fahrzeuge (16 Seiten)            |
| November 2007  | Leihen, reparieren, gebraucht kaufen |
| Dezember 2007  | Selbstmedikation                     |



Die Broschüren „Clever haushalten“ sowie „Fairer Handel“ wurden erneut nachgedruckt. Zum Teil werden die Broschüren – lieferbar sind derzeit über 70 Themen – als preisreduzierte Themenpakete aus mehreren Paketen angeboten. Der Einzelabsatz der vereinseigenen Publikationen hat im Jahr 2007 leicht nachgelassen, ein Grund dafür ist die im Oktober 2005 neue eingeführte Möglichkeit des Broschüren-Downloads.



Zusätzlich werden im Shopbereich ausgewählte Publikationen anderer Verlage (STIFTUNG WARENTEST, Web-Adressbuch, Anwaltsverlag, etc.) zum Originalpreis angeboten.

Vereinzelt wurden größere Mengen der Themenhefte verkauft, so wurden 2007 rund 8.000 Exemplare der Broschüre „Furnier“ über den Fachhandel abgesetzt. Das Themenheft „Klimafreundlich einkaufen“ wurde rund 40.000 Mal versandt.

Die GmbH führt - gegen Versandkosten - den Materialversand der Kampagne „fair feels good.“ durch. Die kostenlos abrufbaren Materialien umfassen u.a. Plakate, Broschüren, Aufkleber, Postkarten und Taschenkalender. Ein Teil der Materialien wurde über Unternehmen abgegeben, die diese ihren Kunden kostenfrei zur Verfügung stellten.

Im Jahr 2007 wurde erneut der 12-wöchige Online-Kurs *Gesund essen & wohlfühlen* angeboten. Dabei handelt es sich um ein internetgestütztes Programm zum gesunden Abnehmen, das von Fachreferenten des Bundesverbandes betreut wird. Mitglieder der VERBRAUCHER INITIATIVE zahlen eine reduzierte Teilnahmegebühr.

Für Nichtmitglieder besteht die Möglichkeit der bezahlten Auswertung eines *Ernährungs-Checks*.

Wie in früheren Jahren beteiligte sich die GmbH an ausgewählten Ausschreibungen und konnte im Berichtszeitraum die Ausschreibung des Umweltbundesamtes zur Herausgabe eines Online-Newsletters zum Blauen Engel (*Newsletter Umweltzeichen*) gewinnen. In den Jahren 2007/2008 werden insgesamt vier Ausgaben in deutscher und englischer Sprache erscheinen und per E-Mail versandt. Die einzelnen Ausgaben werden vom Umweltbundesamt auf der Seite [www.blauer-engel.de](http://www.blauer-engel.de) als kostenloser Download angeboten.



Im Auftrag und Zusammenarbeit mit dem Umweltbundesamt entwickelt die VERBRAUCHER INITIATIVE Ende 2006 Ideen und Konzepte für eine Kommunikationsinitiative zu den gesundheitlichen, ökologischen und sozialen Kriterien guter Kinderschuhe. Ziel ist die Vorbereitung einer verbrauchergerechten Kampagne zu diesem Thema.

Bei der „Aktion Stromwechsel“ mit dem Ökostromanbieter LichtBlick erhält die GmbH eine Provision, die anteilig an die stromwechselnden Verbraucher weitergegeben wird. Im Rahmen einer Kooperation mit der STIFTUNG WARENTEST werden unterschiedliche Finanz- und Umweltanalysen angeboten.

## Die VERBRAUCHER INITIATIVE im Überblick

B u n d e s v e r b a n d

**Die Verbraucher  
Initiative e.V.**

**Ausgewählte Daten über die VERBRAUCHER INITIATIVE haben wir für Sie auf einen Blick zusammengestellt.**

### **Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.**

1985 gegründet in Bonn  
1999 Verlegung der Geschäftsstelle nach Berlin  
eingetragen beim Amtsgericht Bonn (VR 5202)

#### Mitglieder

7.000 Einzelpersonen, 176 Organisationen

#### Bundeschluss

Vorsitzender: Dieter Kublitz  
Schatzmeister: Erik Hildenbrand  
Beisitzer: Ernst-Michael Epstein  
Ulla Potthast  
Gerd Spelsberg

Bundeschlussführer: Georg Abel

### **Verbraucher Initiative Service GmbH**

1990 gegründet in Bonn  
2001 Verlegung des Sitzes nach Berlin  
eingetragen beim Amtsgericht Berlin-Charlottenburg  
(HRB 81559)

**Verbraucher  
Initiative  
Service GmbH**

Geschäftsführung: Erik Hildenbrand, Georg Abel

#### Umsätze (2006)

VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. 1.254.738,10 Euro  
*Haupteinnahmequellen sind Projektmittel sowie Mitgliedsbeiträge und Spenden*  
Verbraucher Initiative Service GmbH 158.257,43 Euro  
*Haupteinnahmequellen sind Dienstleistungen und Verkaufserlöse*

#### Kontakt

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.  
Elsenstraße 106, 12435 Berlin  
Tel: 030/536 073-3, Fax: 030/536 073-45  
mail@verbraucher.org, www.verbraucher.org

Berlin, im November 2007  
Georg Abel (Bundeschlussführer)

