

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

**Die Verbraucher
Initiative e.V.**

Rechnenschaftsbericht 2008

von Bundesvorstand und Geschäftsführung

vorgelegt zur Mitgliederversammlung am 08.11.2008 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	5
Themenfeld Gentechnik	7
Themenfeld Umwelt	8
Themenfeld Gesundheit	12
Themenfeld Online-Käufe	13
Internationale Arbeit	14
Mitgliederbetreuung	15
Mitgliederzeitschrift <i>Verbraucher konkret</i>	16
Internetangebot	17
Presse- und Medienarbeit	19
Verbraucher Initiative Service GmbH	20
Die VERBRAUCHER INITIATIVE im Überblick	22

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.

Editorial

Berlin, im November 2008

Liebe Leserinnen und Leser,

ob illegale Kinderarbeit, tierquälerische Massentierhaltung oder sklavenähnliche Arbeitsverhältnisse – die meisten Verbraucher haben dazu eine klare Meinung. Im Zusammenhang mit der eindeutigen Ablehnung tauchen aber schnell Fragen auf: Was kann man tun und kann ein Einzelner überhaupt etwas bewirken? Kein Grund zur Verzagtheit heißt die Antwort. Wird doch nichts angeboten, was nicht gekauft wird.

Denn Verbraucher haben Macht. Sie können mit ihren Einkauf Einfluss nehmen. Konsumenten entscheiden mit, welche Produkte angeboten oder ausgelistet werden. Sie beeinflussen, welche Produktionsmethoden, Einkaufsorte oder Unternehmen mehr oder weniger angesagt sind. Diese Macht der Verbraucher ist angesichts stagnierender oder rückläufiger Umsätze in vielen Branchen gestiegen. Heute reicht schon eine kleine Gruppe entschlossener Verbraucher für eine Veränderung. Wichtige Voraussetzung dafür ist eine anbieter-unabhängige Information.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. bietet seit der Gründung 1985 glaubwürdige, handlungsorientierte Informationen an, stellt diese auf unterschiedlichen Wegen bereit und folgt dabei dem Leitbild des „mündigen, verantwortlichen Verbrauchers“. Ob Kampagnen oder sendefertige Radiobeiträge, ob mit Broschüren oder mit unseren verschiedenen Internetangeboten – 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 geben wir Ihnen einen Einblick in unsere vielfältige Arbeit. Wir blicken - mit dem Stichtag 05. November - auf das Jahr 2008 sowie die Arbeit in den letzten Wochen des Jahres 2007 zurück. Wir haben uns dabei um Kürze bemüht und bei der Zuordnung zu den einzelnen Themenfeldern haben wir versucht, auf Doppelungen zu verzichten.

Mit freundlichen Grüßen

Dieter Schaper (Bundesvorsitzender)

Georg Abel (Bundesgeschäftsführer)

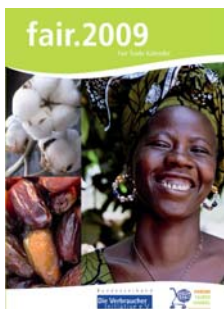
PS: In der mehr als zwanzigjährigen Geschichte der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. hat sich übrigens eines nicht geändert: Wir erhalten keine institutionelle Förderung und sind deshalb besonders auf die Unterstützung durch Mitglieder und/oder Spenden (Spendenkonto 8133 503, BLZ 370 205 00, Bank für Sozialwirtschaft)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

Themenfeld Fairer Handel

Der Faire Handel ist ein Thema, dass die VERBRAUCHER INITIATIVE schon seit vielen Jahren in unterschiedlicher Form bearbeitet. Die mehrjährige Informationskampagne „fair feels good.“ wurde im Oktober 2007 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) durch, die vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung/BMZ finanziert wurde. Auch nach dem Kampagnenende im Frühjahr 2007 bis heute wurde die Webseite aufgrund der starken Zugriffe weiter im Netz gehalten. Die Kampagnenmaterialien können so weiterhin kostenlos unter www.fair-feels-good.de (Materialien) heruntergeladen werden, noch vorhandene Printmaterialien sind über die Webseite bestellbar. 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 die Agenturen (organic Markenkommunikation, PLEON) 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 fünften Mal erschien im August 2008 der Jahreskalender „fair.2009“, der gegen Versandkosten abgegeben wird. Gegenüber früheren Ausgaben wurde die Auflage um 10% auf 65.000 Exemplare erhöht. Der handliche Taschenkalender im DIN-A6-Format bietet auf rund 200 Seiten Hintergründiges zum Fairen Handel im Allgemeinen, sowie zu fair gehandelten Produkten und verschiedenen Akteuren im Besonderen. Im umfangreichen Serviceteil finden sich u.a. Adressen von Weltläden, eine Übersicht wichtiger Internetadressen und viel Platz für persönliche Daten von A - Z. Das nützliche Kalendarium enthält zusätzlich zu Monats-, Wochen- und Tagesübersichten auch einen Schulferienüberblick. Der Kalender wurde in Kooperation mit dem Forum Fairer Handel herausgegeben, die Grundfinanzierung erfolgte durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung/BMZ. Zusätzliche Mittel wurden über Anzeigen erzielt, hier wurden deutlich höhere Einnahmen erwirtschaftet.



Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist Mitbegründer und Träger von *TransFair* und dort 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 Rechnungsprüfer gewählt. 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 und Politik. Georg Abel hielt zahlreiche Vorträge zu diesem Thema.

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, 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 und 2008 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 28 Themenspecials, die u.a. zu den neuen Themen Öko-fair im Büro, Grünes Geld, Computer, Klimafreundlich im Haushalt sowie Leihen, Reparieren, Gebrauchtkaufen informieren. Im Jahr 2008 startet eine neue Schwerpunktreihe zu den Regionen, aus denen fair gehandelte Produkte kommen. Sie stellt die dort ansässigen Produzenten im Zusammenhang mit den Besonderheiten ihrer Heimatregion vor.

Kurzversionen der Internet-Artikel finden regelmäßig Eingang in die Mitgliederzeitschrift *Verbraucher konkret*. Die etablierten Service-Angebote von 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 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 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. Neben einer grafischen Überarbeitung - der neue Internetauftritt wird zum Jahresende 2008/2009 freigeschaltet und orientiert sich optisch an der Seite www.blauer-engel-nrw.de - wurde auch der Radio-Service um eine fünfteilige, im November startende „Familienserie“ erweitert.

Mit dem Online-Angebot 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 und 2008 die Pflege und Aktualisierung der neuen Inhalte sowie die Beantwortung der zahlreichen Anfragen von Journalisten und Fachleuten im Mittelpunkt.

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 inte

ressierten sich die Journalisten u. a. für die Themen Lebensmittelzusatzstoffe und Entwicklung der Lebensmittelpreise.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE gehört zu den über 30 Unterstützerorganisationen der Transparenzinitiative „Wer profitiert?“ (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.

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 wurden zum Jahreswechsel 2007/2008 in der Pressearbeit der VERBRAUCHER INITIATIVE berücksichtigt.

Zur Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes gehört auch die aktive Mitgestaltung von Veranstaltungen und politischen Entscheidungsfindungsprozessen. 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. Mit der Verbrauchersensorin fand im November 2007 ein persönlicher Meinungsaustausch statt.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist seit 2007 Mitglied der IG FÜR, der Interessengemeinschaft für gesunde Lebensmittel e.V., Geschäftsführer Georg Abel referierte auf der Jahrestagung im März über das Thema „Nachhaltigkeit“. Mit dem Verband der Oecotrophologen (VdOE) besteht seit dem Jahr 2008 eine gegenseitige Mitgliedschaft, die Angebote der Verbände werden den Mitgliedern gegenseitig nutzbar gemacht. 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.

Mit dem Berliner Stadtbezirk Pankow arbeitet die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. seit Oktober 2008 beim Thema Lebensmittelsicherheit zusammen. Die Ergebnisse der Lebensmittelkontrollen in Gaststätten, Imbissen, Lebensmittelmärkten und lebensmittelverarbeitenden Betrieben soll der Öffentlichkeit via Internet ab Anfang 2009 zugänglich und mit einem „Smiley“ sichtbar gemacht werden. Das Modellprojekt orientiert sich an bisherigen Erfahrungen z.B. aus Dänemark.

In Kooperation mit „VIER PFOTEN –Stiftung für Tierschutz“ startete die VERBRAUCHER INITIATIVE eine Unterschriftenaktion zur „Kleingruppen-Haltung“ von Hühnern. Allein über die Mitgliederzeitschrift, die in der Ausgabe 3/2008 darüber berichtete, kamen deutlich über 1.000 Unterschriften zusammen. Gemeinsam wurde ein Ratgeber zur Eierkauf veröffentlicht, der heraustrennbar in der Mitgliederzeitschrift 3-08 veröffentlicht wurde. Die thematische Zusammenarbeit soll fortgesetzt werden, in der Mitgliederzeitschrift 5/6-2008 werden die Themen Welpenhandel und Stopfleber aufgegriffen.

Themenfeld Gentechnik

Seit 1997 ist die VERBRAUCHER INITIATIVE ideale Trägerin des Internetportals www.transgen.de (Transparenz für Gentechnik bei Lebensmitteln). Seit der Gründung vor elf 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), das BMVEL (www.verbraucherministerium.de), das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (www.bvl.bund.de) oder das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR, 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.

1996 wurden in den USA erstmals gentechnisch veränderte Pflanzen angebaut. Inzwischen sind ihre Anbauflächen weltweit auf über 110 Millionen Hektar gestiegen. In Europa ist bisher nur gentechnisch veränderter Bt-Mais für den Anbau zugelassen. Während einige Länder nationale Verbote erlassen haben, nimmt in anderen der Anbau von gv-Mais deutlich 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 und liefert einzelne Seiten an die englischsprachige Internetseite 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. 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 bis November 2007 viele Jahre dem Bundesvorstand der VERBRAUCHER INITIATIVE angehörte.

Schwerpunkt der vielfältigen Arbeit im Fachbereich Umwelt bildet im Berichtszeitraum die Fortführung des Projektes „Initiative Nachhaltig handeln.“ mit neuer thematischer Ausrichtung.

Die vom Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt geförderte „Initiative Nachhaltig handeln“ hat das Ziel, nachhaltigen Produkten mehr Marktchancen zu verschaffen und dabei nachhaltigkeitsbewusste Verbraucher und engagierte Handelsunternehmen zusammenzubringen. Im Juni 2007 startete das Teilprojekt „Förderung stromeffizienter Produkte am Point of Sale“.

Im Rahmen des Teilprojektes wurde das Internetportal www.nachhaltige-produkte.de umfassend erweitert. Zusätzlich zum bestehenden Online-Ratgeber „klimafreundlich Einkaufen“, mit Tipps zum klimafreundlichen Konsum und einem CO₂-Rechner, bietet die Seite jetzt einen Online-Ratgeber zum „Stromsparenden Einkaufen“. Verbraucher erhalten hier Informationen darüber, wie der Energie- und Stromverbrauch reduziert werden kann, u.a. Hintergrundmaterial zum kostenlosen Download. Der Energieverbrauch im Haushalt kann mit Hilfe eines kostenlosen Strom-Check-Rechners optimiert werden. Dieser errechnet für die Haushaltsbereiche Kühlen und Gefrieren, Waschen, Spülen, Kochen und Backen, Warmwasser, Unterhaltungselektronik und Beleuchtung wie der persönliche Sparkurs das Klima schützt und auch die Haushaltskasse aufbessert.

Gemeinsam mit Quelle wurde ein „Energie-Kostencheck“ für 300 Kühl- und Gefriergeräte entwickelt. Er steht seit Ende 2007 auf den Internetseiten des Unternehmens unter der Rubrik „Haushaltsgeräte“ kostenlos zur Verfügung. Der Energie-Kostenrechner weist sparsame und umweltfreundliche Produktalternativen aus. Der Energie-Rechner berechnet den jährlichen Energieverbrauch und die freigesetzte Menge an CO₂ für Neu- und Altgeräte und vergleicht die Werte miteinander.

Im Rahmen des Projektes wurde außerdem eine Studie erstellt, die die bisherigen Aktivitäten zur Vermittlung von Stromverbrauch bzw. Lebenszykluskosten strombetriebener Geräte ermittelt. Im Februar 2008 wurde ergänzend eine Befragung zu den Erfahrungen mit der Angabe von Lebenszykluskosten am Point of Sale unter 50 Handelsunternehmen des Elektro Einzelhandels durchgeführt. Die vollständigen Ergebnisse stehen zum kostenlosen Download unter www.nachhaltige-produkte.de zur Verfügung. Die Ergebnisse der Studie und der Handelsbefragung wurden auf einem Workshop im Februar 2008 präsentiert und mit 50 Fachleuten aus Handelsunternehmen, Marketing, Verbraucher- und Umweltschutzorganisationen und aus der Wissenschaft diskutiert. Abschließend wurden die Ergebnisse des Workshops, inklusive der Studien- und Umfrageergebnisse und der Zusammenfassung der Referenten-Beiträge, im Rahmen einer Tagungsdokumentation veröffentlicht. Neben der kostenlosen Download-Möglichkeit auf der Internetseite, wurde die Dokumentation an Pressevertreter verteilt sowie Vertretern aus Politik, Wissenschaft und Handel zugesandt.

Zur Cebit im August 2008 entstand im März 2008 ein sendefertiger Radiobeitrag zum Thema „KonsumKlimaWandel – Mehr Engagement für nachhaltige strombetriebene Produkte“, der von 35 Sendern besendet wurde und so 15,5 Millionen Zuhörer erreichte.

Das Thema „Klimafreundlich einkaufen“ wurde weiterbearbeitet: Gemeinsam mit dem langjährigen Kooperationspartner dm-drogeriemarkt wurde die Broschüre „Klimafreundlich einkaufen“ erstellt. Anlässlich des 15-jährigen Kooperationsjubiläums wurde die achtseitige Publikation im Juli 2008 in einer Auflage von rund 850.000 Exemplaren kostenlos an die dm-Kunden verteilt.

Zum Thema entstand im September 2008 ein sendefertiger Fernsehbeitrag, der u.a. bei SAT 1 (Planetopia) und zusätzlich bei 34 Sendeterminen in regionalen Sendern berücksichtigt wurde. Der Beitrag stellte die Möglichkeiten eines klimafreundlichen Lebensmitteleinkaufs dar, als Berater stand u.a. Geschäftsführer Georg Abel vor der Kamera.

Schwerpunkt der Arbeit im Fachbereich Umwelt bildet derzeit das Projekt „Umwelt- und Sozialverantwortung in Handelsunternehmen – mehr Transparenz durch Verbraucherinformation („CSR im Einzelhandel“). Das im Mai 2008 begonnene Projekt stellt die aktuelle Diskussion um mehr Umwelt- und Sozialverantwortung von Unternehmen in den Mittelpunkt. Dabei fokussiert das Projekt auf Handelsunternehmen, da sie eine zentrale Schnittstelle zwischen Verbrauchern einerseits und Herstellern andererseits darstellen, wenn es um die Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster geht. Das Projekt wird bis Oktober 2009 vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und dem Umweltbundesamt gefördert.

Ziel des Projekts ist es, die CSR-Aktivitäten von Handelsunternehmen aus sechs Branchen (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Heimwerker- und Baumaterial, Textilien/Schuhe, Einrichtungsbedarf (Möbel) und Informations- und Unterhaltungselektronik) für Verbraucher transparent zu machen. Neben dem allgemeinen Engagement werden dabei auch die Aktivitäten zur Förderung nachhaltiger Produkte berücksichtigt. Das Projekt soll zur Stärkung der Verbraucherkompetenz beitragen und nachhaltiges Handeln fördern. Außerdem sollen Handelsunternehmen motiviert werden sich nachhaltig zu engagieren.

Das Öko-Institut wurde beauftragt, im Rahmen einer Studie zentrale CSR-Kriterien für die sechs umsatzstärksten Branchen zu entwickeln. Auf dieser Grundlage wird Anfang 2009 eine branchenspezifische Handelsbefragung durchgeführt, für die zur Zeit Fragebögen entwickelt werden. Die Ergebnisse der Befragung werden im Internet eingestellt, zusätzlich stehen dort ab Frühjahr 2009 Hintergrundinformationen zur Unternehmensverantwortung zur Verfügung.

Zum Thema CSR erschien im Oktober 2008 das Themenheft „Nachhaltige Unternehmen“, das Thema „Umwelt- und Sozialverantwortung“ wird auch in der Mitgliederzeitung 05/06 2008 berücksichtigt..

Die VERBRAUCHER INITIATIVE nahm an einem Stakeholder-Dialog zur nationalen Nachhaltigkeitsstrategie teil, der am 25. Mai im Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz stattfand. Außerdem beteiligte sich der Bundesverband an einem Stakeholder-Dialog des Magazins Glocalist, das die Themenschwerpunkte „CSR & Wirtschaftsethik, Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung“ hat. In der 2. Jahreshälfte 2008 diskutierten Vertreter aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Politik zur „Gesellschaftliche Verantwortung der Energiebranche“ .

Die VERBRAUCHER INITIATIVE kooperiert seit November 2007 mit der Deutschen Telekom AG zum Thema „Nachhaltigkeit“ in deren Online-Shops. Mit der Überschrift „Verbraucherinformation“ wurden Kurztexte zu unterschiedlichen Nachhaltigkeitsthemen erstellt. Die Deutsche Telekom AG verlinkt diese Texte mit ausgewählten Internetseiten der VERBRAUCHER INITIATIVE.



Im Jahr 2008 wird der Blaue Engel 30 Jahre alt. Unter der Überschrift „Klima schützen mit dem Blauen Engel“ entwickelte die VERBRAUCHER INITIATIVE seit Oktober 2007 in Zusammenarbeit mit dem Umwelt- und Verbraucherministerium NRW, dem Deutschen Städtetag und der Verbraucherzentrale NRW eine Informationskampagne. Zielsetzung ist die stärkere Wahrnehmung des weltweit ersten und ältesten Umweltzeichens sowie die Positionierung als Einkaufshilfe für den klimafreundlichen Einkauf. Seit Oktober 2007 hat die VERBRAUCHER INITIATIVE ein entsprechendes Kampagnenbüro eingerichtet, einen regelmäßigen Newsletter-Service angeboten und verschiedene Aktivitäten gestartet. Dazu gehören die Durchführung einer Pressekonferenz im März 2008, der Aussand verschiedener Pressemitteilungen und die Erstellung sendefertiger Radiobeiträge. Eine Ministertour, monatliche Servicethemen (z.B. „Büroarbeit mit dem Blauen Engel“) und die zahlreichen dezentralen Aktivitäten boten zusätzliche Anlässe für eine Berichterstattung. Örtlichen Organisationen und Kommunen wurden durch kostenlos abrufbare vielfältige Kampagnenmaterialien unterstützt. Zusätzlich wurde die Kampagnen-Webseite www.blauer-engel-nrw.de eingerichtet.

Die NRW-Kampagne für den Blauen Engel nutzte im Juli 2008 auch moderne digitale Kommunikationswege. So wurden über 440.000 Spots bei Poster.tv, dem größten „Indoor-TV-Netz in Deutschland, gesendet. Ob in Gaststätten oder Fitnessstudios – der Spot verkündete auf 2.100 Bildschirmen die Kernbotschaft unserer landesweiten Kampagne: „Einfach. Klimafreundlich. Blauer Engel“. Grundlage des 20-Sekunden-Spots war dabei die Postkarte, die im Mai 2008 in 1.520 Szenekneipen verteilt und für dieses Medium als Flash animiert aufbereitet wurde. Im Rahmen der Informationskampagne startete im Juni 2008 die „Aktion Lesefutter“. Dahinter verbargen sich Papiertüten, die beidseitig mit Informationstexten und Siegel bedruckt waren. In einer Auflage von 460.000 Exemplaren wurden diese über Biobäckereien, Biohandel, Reformhäuser sowie Buchhandlungen in NRW verteilt. Diese Kampagne stellt eine regionale Ergänzung und Verstärkung der auf Bundesebene durchgeführten Kampagne zum Jubiläum des Blauen Engels dar.

Das dreijährige Projekt „makeITfair“ befasst sich mit den arbeits- und menschenrechtlichen sowie ökologischen Problemen, die in Produktionsketten der Elektronikindustrie auftreten. Es zielt vor allem auf junge Verbraucher und wird von neun europäischen Organisationen getragen. In Deutschland wird es in Kooperation von Germanwatch und der VERBRAUCHER INITIATIVE durchgeführt. Das aktuelle Projektergebnis ist eine Studie über die Arbeitsbedingungen in der Handy-Produktion in China und den Philippinen, zwei der wichtigsten Produktionsstandorte dieses Industriesektors. Außerdem wurden mittlerweile drei Flyer zu diesem Thema erstellt und eine Postkartenaktion gestartet. Das Thema wurde auch in der Mitgliederzeitschrift aufgegriffen.

Der Fachbereich äußerte sich zu verschiedenen umweltrelevanten Fragen in den Medien: So standen die Mitarbeiter im Rahmen eines Podcast-Interviews für Jugendliche zum Thema „Klimawandel und Klimaschutz verstehen“ zur Verfügung, informierten zum „klimabewussten Fliegen“ oder wurden wiederholt von Fernsehsendern zum Thema „Steigende Strompreise“ befragt. Die VERBRAUCHER INITIATIVE setzte sich in den Medien und in Gesprächen mit Akteuren gegen den weiteren Ausbau von Kohlekraftwerken z.B. in Berlin ein.

Auf zahlreichen Vorträgen und in Podiumsdiskussionen präsentierte die VERBRAUCHER INITIATIVE ihre Standpunkte. Dazu gehörten z. B. das Thema „Den Kunden für Nachhaltigkeit begeistern, Verkaufsfördernde Verbraucherkommunikation am PoS“ auf dem Internationalen Baumarkt-Kongress, das Thema „Verbraucher haben Macht“ im Rahmen einer Ringvorlesung der Humboldt-Universität Berlin und das Thema „Verbraucherinformation am Beispiel von Schuhen- Handlungsoptionen und Kommunikationsmaßnahmen“. Auf der BITKOM-Jahreskonferenz wurde das Thema „Die Verbraucherperspektive: Welche Informationen brauchen Konsumenten beim Kauf von ITK?“ vorgestellt, die Themen „CSR in der Textil- und Bekleidungsindustrie“ und „Label“ waren im Sommer 2008 Vorträge im Rahmen der Ringvorlesung der TU Berlin.

Mit Informationsständen präsentierte sich die VERBRAUCHER INITIATIVE zum Beispiel auf dem Klimaaktionstag oder auf dem Aktionstag im Rahmen der Woche der Zukunftsfähigkeit 2008.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist Teil der Klima-Allianz mit mehr als 100 umwelt- und entwicklungspolitischen Organisationen und gehört dem Governing Board von „Stop Climate Change“ (SCC) , dem unabhängigen Zertifizierungssystem für treibhausneutrale Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen, an. Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist Mitglied bei CorA (Corporate Accountability), dem 40 Organisationen umfassenden Netzwerk für Unternehmensverantwortung sowie dem Deutschen Naturschutzring (DNR). Die VERBRAUCHER INITIATIVE unterstützt die Ökostromzertifizierung und ist Mitträger des Grüner Strom Labels.

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.

Themenfeld Gesundheit

Die Arbeit im Themenfeld wurde im Jahr 2008 gegenüber dem Vorjahr ausgebaut.

Der Berufsverband der Augenärzte Deutschlands e.V. (BVA) hat im März 2008 die VERBRAUCHER INITIATIVE mit seinem Medienpreis ausgezeichnet. Damit wurden die Verdienste um die Darstellung der Augenheilkunde in der Öffentlichkeit gewürdigt. Aufgefallen war dem Berufsverband der Augenärzte u.a. das Themenheft „Sehen & Hören“.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE informiert mit Unterstützung des Bundesverbraucherministeriums deshalb über „Textilien & Allergien“. Auf www.label-online.de wurden 17 Textilsiegel recherchiert und diese hinsichtlich ihrer Aussagekraft bei Allergien bewertet. Dort besteht außerdem die Möglichkeit den Ratgeber „Textilien & Allergien“ kostenlos herunterzuladen.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE plant für Anfang 2009 in Kooperation mit der Landesseniorenvertretung fünf Verbraucherkonferenzen in Nordrhein-Westfalen, die entsprechenden Vorbereitungen laufen derzeit an. Die Konferenzen greifen unterschiedliche Gesundheitsthemen für Senioren auf und sind modular mit jeweils drei Themenblöcken pro Veranstaltung aufgebaut. Zwei der Themenmodule sind für alle Veranstaltungen identisch, das dritte Modul soll für die örtliche Seniorenvertretung aus einem Angebot von drei Themen wählbar sein. Insgesamt werden so fünf Themen vorgestellt. Diese werden u. a. in einer Broschüre aufbereitet, die am Ende der Konferenzen an die Teilnehmer abgegeben wird. So erhalten die Teilnehmer neben einer schriftlichen Kurzfassung der erlebten Themenblöcke noch Informationen zu weiteren Themen.

Die seit 2006 bestehende Kooperation der VERBRAUCHER INITIATIVE mit der Fernseh-Sendung "Ihre Gesundheit.tv" wurde bis Anfang 2008 fortgesetzt. Die halbstündige Sendung, wird über den in Berlin ansässigen Sender FAB ausgestrahlt. Auf der Basis der Fernseh-Interviews werden von Seiten der VERBRAUCHER INITIATIVE zusätzlich kurze Tipps für den Online-Auftritt der Sendung verfasst.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE ist seit Mai 2006 Kooperationspartner bei haut.de. Unter www.haut.de gibt es umfangreiche Informationen zu den verschiedenen kosmetischen Mitteln zum Schutz, zur Reinigung und zur Pflege der Haut, die von ausgewiesenen Experten verfasst sind.

Mit einem bundesweiten Informationstag zum Sonnenschutz informierten im Juni 2008 verschiedene Organisationen vom Deutschen Allergie- und Asthmabund über den Hausfrauenbund bis zur VERBRAUCHER INITIATIVE. In Kooperation mit der Zeitschrift Brigitte gaben Kooperationspartner ein Faltblatt zum Thema Sonnenschutz heraus.

Im Zusammenhang mit dem Artikel „Kosmetik: Was steht auf der Verpackung“ erschien in der Mitgliederzeitschrift 3/2008 ein Einkaufsführer zu den wichtigen Inhaltsstoffen bei Kosmetika.

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

Im Themenbereich erschienen im Berichtszeitraum die Themenhefte Selbstmedikation, Gesund im Büro, Gesund schlafen, Kosmetik, Textilien & Allergie sowie , Allergie..

Themenfeld Online-Käufe

Das Internetangebot 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 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.

Ein besonderes Problem stellten auch im Berichtszeitraum die massenhaften Beschwerden von Verbrauchern über sogenannte „Abo-Fallen“ dar. Tausende von unerfahrenen Internetbenutzern sind hier durch scheinbare Gratisangebote zu ungewollten Vertragsabschlüssen verleitet worden.

Bundesvorsitzender Dieter Schaper, der das Projekt [ombudsmann.de](http://www.ombudsmann.de) leitet, nahm an verschiedenen Veranstaltungen zum Thema E-Commerce teil.

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 einen ähnlichen Ansatz verfolgt und mit der E-Commerce Verbindungsstelle von EURO INFO in Kehl, die den grenzüberschreitenden Verbraucherschutz zum Ziel hat. Außerdem ist der frühere Vorsitzende der VERBRAUCHER INITIATIVE, Dieter Kublitz, Mitglied des Beirates des Gütesiegel-Anbieters „Trusted Shops“.

Mit dem Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) wurde eine Kooperation bei den geplanten Themenheft „Online Reisebuchung“ vereinbart.

Mit dem Verein zur Förderung der alternativen Streitschlichtung im Reiserecht (Fasir), der die Schlichtungsstelle für Online-Reisen (Reiseschiedsstelle) betreibt, wurde eine gegenseitige Austauschmitgliedschaft vereinbart. Vorsitzender Dieter Schaper vertritt die VERBRAUCHER INITIATIVE im Beirat von Fasir.

Internationale Arbeit

Das dreijährige Projekt *makeITfair* zielt vor allem auf junge Verbraucher und befasst sich mit den arbeits- und menschenrechtlichen sowie ökologischen Problemen, die in Produktionsketten der Elektronikindustrie auftreten. *makeITfair* informiert über die Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen sowie Umweltprobleme in der Produktionskette von Unterhaltungselektronik, u.a. von Mobiltelefonen, MP3-Playern, Spielkonsolen und Laptops. Neun Organisationen aus mehreren europäischen Ländern kooperieren in diesem dreijährigen Projekt, das von der EU gefördert wird. In Deutschland wird *makeITfair* von Germanwatch und der Verbraucher Initiative getragen. Die anderen Projektpartner sind SOMO und IRENE (Niederlande), SwedWatch, Church of Sweden und Fair Trade Center (Schweden), FinnWatch/Finnish Association for Nature Conservation (Finnland) und KARAT (Polen).

Projektergebnis ist u.a. eine Studie über die Verhältnisse in der Handy-Produktion in China und den Philippinen, zwei der wichtigsten Produktionsstandorte dieses Industriesektors. Außerdem wurden drei Flyer zum Thema erstellt und eine Postkartenaktion gestartet. Der Download aller bisherigen Studien und Verbraucherinformationen ist unter www.makeitfair.org möglich. Für die VERBRAUCHER INITIATIVE ist das langjährige Vorstandsmitglied Volkmar Lübke in dem Projekt tätig.

In Kooperation mit der Arbeitskammer Oberösterreich wurden im Frühjahr 2008 38 österreichische Gütezeichen nach der bewährten Matrix von label-online.de bewertet.

Mit einem Luxemburger Organisation wurde ein Kooperation bei der Erstellung für Lehrermaterial zur gesundheitsfördernden Ernährung für Jugendliche vereinbart.

Auch im Berichtszeitraum informierten sich unterschiedliche ausländische Gruppen über die Arbeit der VERBRAUCHER INITIATIVE. So besuchten im Mai 2008 fünf Vertreter der Market Inspectorate aus Slowenien den Verband. Die dem Wirtschaftsministerium nachgeordnete Behörde ist für die Umsetzung/Durchsetzung der Verbraucherschutzrechte in Slowenien zuständig. Im Juni interessierten sich 12 Vertreter verschiedener Verbraucherorganisationen, des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Unternehmertum und des Staatlichen Inspektorats aus Kroatien für die Vorgehensweise der VERBRAUCHER INITIATIVE. Auf Einladung des Goethe Instituts reiste Bundesgeschäftsführer Georg Abel im Oktober 2008 in den Kosovo, traf sich mit NGOs und referierte auf einer öffentlichen Veranstaltung in Pristina über Verbraucherpolitik in Deutschland und die Verbandsarbeit.

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 (100,00 Euro).

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

Einzelne Themen aus der Mitgliederberatung werden in der Mitgliederzeitschrift sowie im Internet als *Verbrauchertipp* veröffentlicht. In regelmäßigen Mitgliederaktionen werden in der Zeitschrift u.a. Produkte aus ökologischem Anbau oder Fairem Handel für die Mitglieder zu preisreduzierten Konditionen angeboten.

Zum regelmäßigen, im Mitgliedsbeitrag enthaltenen Beratungsangebot für Mitglieder gehört seit vielen Jahren auch eine juristische Erstberatung durch Anwälte per Telefon. In Kooperation mit Anwalt-Suchservice werden ausgewählte Urteile für die Mitgliederzeitschrift aufbereitet.

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

Die VERBRAUCHER INITIATIVE bietet die Verbandspublikation für Nichtmitglieder 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.

Im Oktober 2008 wurden die Mitglieder in Nordrhein-Westfalen persönlich zum Verbraucherpolitischen Kongress in Bonn eingeladen, den das Verbraucherministerium NRW durchführt.

Mitgliederzeitschrift

Die Mitgliederzeitschrift *Verbraucher konkret* richtet sich neben den Mitgliedern der VERBRAUCHER INITIATIVE auch an ausgewählte Fachjournalisten 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 fünf Mal im Jahr mit jeweils mindestens 24seitigem Umfang und hatte folgende Titelgeschichten:



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

Ausgabe 01/08 Klimaschutz zuhause

Ausgabe 02/08 Gaumenfreude von Balkon und Terrasse

Ausgabe 03/08 Internet: So funktioniert's

Ausgabe 04/08 Allergien: Problematisches in Textilien

Die Ausgaben 05/08 und 06/08 erscheinen als Doppelausgabe Ende November 2008.

Zu den festen Rubriken gehören u.a. der Verbrauchertipp, die Kurzübersicht aktueller Testberichte anderer Medien und die Rubriken „Ihr gutes Recht!“ und „Von A bis Z“, in der Basiswissen z.B. rund zum Thema Heizen vermittelt wird.

In der Mitgliederzeitschrift wurden unterschiedliche Serviceangebote berücksichtigt. So gab es in der Ausgabe 06/07 einen heraustrennbaren Jahreskalender 2008 mit Tipps zum klimafreundlichen Einkauf. Heraustrennbar waren auch ein Einkaufsführer zu ausgewählten Inhaltsstoffen bei Kosmetika und Ratgeber zum käfigfreien Eierkauf. In der Ausgabe 04/08 war ein heraustrennbarer Taschenkalender 2009 beigefügt.

In den Ausgaben von *Verbraucher konkret* wurden außerdem unterschiedliche Mitgliederaktionen als preisreduzierte Angebote zum Ausprobieren vorgestellt:

Ausgabe 06/07

Gewürze: Gekonnt verfeinert

Ausgabe 01/08

Snacks & Kaffee: Bio-faire Spezialitäten

Ausgabe 02/08

Biologisch-dynamisches Saatgut

Ausgabe 03/08

Umweltfreundliches für Schule und Büro

Ausgabe 04/08

Demeter-Weine von der Nahe

Internetangebot

Die VERBRAUCHER INITIATIVE bietet im Internet zahlreiche Informationen auf ihrer zentralen Internetseite www.verbraucher.org. Zusätzlich bietet der Bundesverband neun weitere Internetangebote an.

Unter 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 ist die entsprechende Homepage zum Online-Shopping sowie zur außergerichtlichen Streitschlichtung (siehe entsprechendes Themenfeld, Seite 13).

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

www.oeko-fair.de wurde von der VERBRAUCHER INITIATIVE schrittweise in den Jahren 2003 bis 2007 als Portal zum öko-fairen Handel(n) ausgebaut. Durch die finanzielle Förderung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) konnte es auch 2008 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*. Neu entsteht im Jahr 2008 eine Schwerpunktreihe zu Regionen. 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.

www.zusatzstoffe-online.de bietet u.a. Informationen zu den in der EU zugelassenen Lebensmittel-Zusatzstoffen (siehe Themenfeld Ernährung und Landwirtschaft, Seite 5).

www.transgen.de ist das Informationsangebot zum Thema Gentechnik (siehe entsprechendes Themenfeld, Seite 7).

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. 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 Labels und nachhaltigem Leben eingestellt und die Datenbank mit über 350 Labels wird regelmäßig aktualisiert. Darüber hinaus ist es Ausgangspunkt für zahlreiche Medienanfragen zu Labels (z.B. ZDF-Umweltmagazin). Im Berichtszeitraum wurde das Informationsangebot bei Textilien durch eine erweiterte Bewertung hinsichtlich der Aussagekraft zu Allergien erweitert.



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 CO₂-Rechner zur Ermittlung der persönlichen CO₂-Bilanz.

Die verschiedenen Internetangebote der VERBRAUCHER INITIATIVE konnten auch im Jahr 2008 weiter steigende Zugriffszahlen vermelden. Die 6.000 wichtigsten deutschen Internetadressen stellte im September 2008 das *Web-Adressbuch für Deutschland 2009* vor. In dem Buch sind auch verschiedene Internetangebote des Bundesverbandes wie www.fair-feels-good.de, www.forum-elektrosmog.de oder 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 2007 erschienen 96, bis Oktober 2008 wurden 60 Presseerklärungen 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 und eine fünfteilige „Familienserie“ angeboten.

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.

Zur Fußball-Europameisterschaft in der Schweiz und Österreich gab die VERBRAUCHER INITIATIVE unter www.verbraucher.org Tipps zum gesunden Essen und Trinken, informierte über den Kauf von Bällen oder Fanartikeln und sprach die Themen Müll sowie Sonnen- oder Mückenschutz an.

Verschiedene Medien berücksichtigten kostenlos bzw. gegen Spendenquittungen Anzeigen des Bundesverbandes zu unterschiedlichen Themen. 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 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 66 unterschiedliche Broschüren lieferbar. Im Berichtszeitraum wurden folgende Themen neu publiziert:

November 2007	Leihen, reparieren, gebraucht kaufen
Dezember 2007	Selbstmedikation
Januar 2008	Für immer jung
Februar 2008	Gesund im Büro
Februar	Furnier (Nachdruck)
März 2008	Ökologisch gärtnern
April 2008	Blauer Engel
Mai 2008	Gesund schlafen
Juni 2008	Sauberer Haushalt
Juli 2008	Internet
August 2008	Kosmetik
September 2008	Klein & Schulkinder
Oktober 2008	Textilien & Allergien
November 2008	Nachhaltige Unternehmen
Dezember 2008	Allergien

Die Broschüren „Clever haushalten“ sowie „Fairer Handel“ wurden erneut nachgedruckt. Zum Teil werden die Broschüren als preisreduzierte Themenpakete aus mehreren Paketen angeboten. Der Einzelabsatz der vereinseigenen Publikationen hat im Jahr 2008 leicht angezogen. Seit Oktober 2005 besteht die Möglichkeit eines Broschüren-Downloads.



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

Die GmbH führt - gegen Versandkosten - den Materialversand u.a. der Kampagnen „fair feels good.“, „Klimafreundliche einkaufen“ und „Blauer Engel NRW“ sowie des Taschenkalenders „fair.2009“ durch. Die kostenlos

abrufbaren Materialien umfassen u.a. Plakate, Broschüren, Aufkleber, Postkarten und Taschenkalender. Ein Teil der Materialien wie die Broschüre Furnier wurden über Unternehmen abgegeben, die diese ihren Kunden kostenfrei zur Verfügung stellten.

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 z.B. die Ausschreibung des Umweltbundesamtes zur Herausgabe eines Online-Newsletters zum Blauen Engel (*Newsletter Umweltzeichen*) und die Ausschreibung des Bundesverbraucherministeriums (Thema: Nachhaltigkeit) gewinnen.

Bei der *Aktion Stromwechsel* mit dem Ökostromanbieter *LichtBlick* erhält die GmbH eine Provision, die anteilig an die stromwechselnden Verbraucher weitergegeben wird. Eine Ausweitung dieser Kooperation auf den Bezug von Gas ist für Ende 2008 vorgesehen. Im Rahmen einer Kooperation mit der STIFTUNG WARENTEST werden unterschiedliche Finanz- und Umweltanalysen angeboten.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE im Überblick

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

Bundesvorstand

Vorsitzender:	Dieter Schaper
Schatzmeister:	Erik Hildenbrand
Beisitzer:	Dr. Monika Düngeheim Ernst-Michael Epstein

Bundesgeschäftsführer: Georg Abel

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

**Die Verbraucher
Initiative e.V.**

Verbraucher Initiative Service GmbH

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

Geschäftsführung: Erik Hildenbrand, Georg Abel

**Verbraucher
Initiative
Service GmbH**

Kontakt

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

Berlin, im November 2008
Georg Abel (Bundesgeschäftsführer)

