

Online-Supermärkte

4

Wer nicht schleppen will, muss zahlen

Was Online-Supermärkte versprechen, klingt in den Ohren aller Einkaufsmuffel himmlisch: Nur das finden und vergleichen, was ich wirklich brauche, kein Warten an der Kasse und dann bekomme ich den Einkauf auch noch nach Haus getragen. Aber finde ich denn, was ich suche? Was kostet das? Wann wird geliefert? Wir haben es für Sie ausprobiert und Lebensmittel im Internet bestellt.



Interview

8

„Der vegane Trend ist angekommen“

Als die Grünen bei der vergangenen Bundestagswahl einen Veggie-Day forderten, ging ein Aufschrei durch die Republik. „Umweltdiktatur“ und „Grüne

Oberlehrer“ waren noch vergleichsweise harmlose Kommentare. Trotzdem gibt es seit einiger Zeit eine vegane Supermarktkette. Wie passt das zusammen? Fragen an den früheren Mercedes-Manager und Gründer von VEGANZ, Jan Bredack.



Einkaufen

10

Label: Schneller Check im Supermarkt

Das Smartphone wird immer mehr zum umfassenden Informationsmedium: Man kann auf ihm Zeitung lesen, im Internet surfen oder Fahrpläne abrufen. Bald kommt eine neue Funktion hinzu. Mit der Label-App der VERBRAUCHER INITIATIVE können Verbraucher ab Ende April schon im Supermarkt oder im Kaufhaus ablesen, ob das Label auf ihrem Produkt vertrauenswürdig ist oder nicht.



Energie

11

Armutsfalle Energiekosten

Strom und Wärme gehören zur Daseinsvorsorge wie das tägliche Brot zum Leben. Eine Energiesperre ist eine existenzielle Bedrohung. Mehr als 300.000 Haushalte standen 2011 ohne Strom da. Diese Anzahl ist viel zu hoch, nicht nur nach Auffassung der VERBRAUCHER INITIATIVE.



Clever preiswert kochen

12

Vielseitige Frühlingsküche

Nach dem Winter legt das Angebot an frischem Gemüse aus heimischem Anbau langsam wieder zu. Ab Mitte März sind junger Spinat und dank gefüllter Lager noch hiesiges Wintergemüse günstig zu haben.



Umfrage

22

Nachhaltige Lebensmittel im Supermarkt

Umfragen zufolge achten immer mehr Verbraucher beim Einkaufen darauf, wie es um die Nachhaltigkeit der Lebensmittel bestellt ist: Spielt der Umweltschutz bei der Herstellung eine Rolle? Werden faire Löhne gezahlt? Ist für das Wohl der Tiere gesorgt? Gleichzeitig steigt in den Supermärkten die Zahl der Produktsiegel, die für sozial- und umweltfreundlichere Herstellungsbedingungen stehen. Die VERBRAUCHER INITIATIVE befragte Lebensmittelhändler zu ihrem Nachhaltigkeitsortiment.



Verpackungen

24

VERBRAUCHER INITIATIVE informiert über Getränkeverpackungen

Beim Getränkeeinkauf haben Verbraucher die Qual der Wahl: In verschiedenen Größen gibt es das Lieblingsgetränk in Glas- oder Kunststoffflaschen, als Einweg- oder Mehrwegflasche oder im Getränkekarton. Die VERBRAUCHER INITIATIVE informiert Verbraucher über ökologisch vorteilhafte und weniger ökologisch vorteilhafte Getränkeverpackungen direkt beim Einkauf.



Mitglieder-Service der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

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



G e s u n d h e i t

26

Gesetzliche Krankenkassen: Welche Extra-Leistungen gibt es?

Rund 95 Prozent der Leistungen, die gesetzlich Krankenversicherte in Anspruch nehmen können, sind festgelegt und damit bei allen Krankenkassen gleich. Freie Gestaltungsmöglichkeiten mit zusätzlichen Angeboten bestehen bei fünf Prozent der Leistungen. Wir sagen, welche Zusatzangebote es gibt und geben Tipps zum Kassenwechsel.



B i e n e n

28

Fleißige Helfer im Garten und auf dem Balkon

Jeder kennt sie; und wir alle sind auf sie angewiesen - Bienen. Aber wer weiß schon, wie viele Arten es gibt, was genau diese außergewöhnlichen Insekten leisten und wie wir sie schützen und fördern können? Unser „Garten-Doc“ sagt, wie das geht.



E n g a g e m e n t

30

Unverzichtbare Helfer

Rund 25 Millionen Menschen in Deutschland engagieren sich ehrenamtlich, in Europa sind es 100 Millionen. Ohne das Ehrenamt könnten viele soziale und kulturelle Einrichtungen kaum existieren. Doch worauf sollten Ehrenamtliche vor und während ihres Einsatzes achten und was können Vereine für sie tun? Wir geben Tipps für ein erfolgreiches Engagement.



R u b r i k e n

Jetzt bestellen: Bücher zum Originalpreis	9
Häufige Fragen & Antworten: Packungsbeilagen von Medikamenten	16
Meldungen	18
Rechtstipps: Aktuelle Urteile	21
Broschüren der VERBRAUCHER INITIATIVE	32

IMPRESSUM Verbraucher konkret 1/2014 • April 2014 • ISSN 1435-3547 • Mitgliederzeit-schrift der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. • Redaktion: Eisenstr. 106, 12435 Berlin, Tel. 030/ 53 60 73-3, Fax 030/53 60 73-45, mail@verbraucher.org, www.verbraucher.org • Erscheinungsweise: 4 x jährlich • Redaktion und Mitarbeit an dieser Ausgabe: Georg Abel (GA, V.i.S.d.P.), Alexandra Bochard-Becker (ABB), Laura Gross (LG), Tomas Kilousek, Saphir Robert (SR), Anke Rößner (AR), Guido Steinke (GS), Dr. Melanie Weber-Moritz (MWM) • Fotos: Titel: Gordon Gross, Inhalt s. Nachweise im Heft, Fotonachweise jeweils von oben nach unten oder Uhrzeigersinn • Papier: Diese Broschüre wurde auf Circle matt white gedruckt und erfüllt die Kriterien des Blauen Engels. • Hinweis: Wenn im Text z. B. vom „Verbraucher“ die Rede ist, ist dies ein Zugeständnis an die Flüssigkeit der Sprache, gemeint sind natürlich Verbraucherinnen und Verbraucher. • Nachdruck und Vervielfältigungen, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers und Quellenangabe. Der Bezugspreis ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Abo-Preis 15 Euro/Jahr.

Liebe Leserin, lieber Leser,

derzeit purzeln – ausgelöst durch Marktführer ALDI – die Lebensmittel-Preise. Da platzte selbst Mitbewerber der Kragen, so kritisierte Lidl die Preis-senkungen bei Fleisch. Tatsächlich passen diese nicht zum Engagement, zu dem sich u. a. der Handel in der Initiative Tierwohl verpflichtet hat. Wir haben deshalb den Handel aufgefordert, dieses Qualitätsversprechen wichtiger zu nehmen als die kurzfristige Steigerung des Marktanteils.

Verbraucher wollen Sicherheit, Geschmack und dass es den Tieren gut geht: Sie sollen gesund sein, sich artgemäß entwickeln und gesundes Futter erhalten. Sie sollen nicht leiden – weder beim Leben noch beim Sterben! Diese Erwartungen können Verbraucher allerdings nicht selbst überprüfen. Sie erwarten daher, dass andere diese Probleme lösen. Dies ist verständlich, denn: Verbraucher halten nicht die Tiere, sie sammeln nicht die Eier ein, sie schneiden nicht das Filet aus dem Schwein ... Das können sie nicht! Das müssen sie auch nicht!

Diese Schritte delegieren sie an die „Profis“: Landwirte, Schlachtbetriebe, Verarbeiter und Handel – sie alle haben die Verantwortung für die Produkte. Verbraucher entscheiden „nur noch“, was sie davon kaufen. Dafür erwarten sie Informationen: Sie wollen die Leistungen der „Profis“ erkennen und glauben können. Sie wollen wissen, ob und was und wie mit welchem Erfolg unternommen wurde.

Orientierung am „Tierwohl“ ist nicht einfach – steht doch dabei das Tier im Mittelpunkt. Bisher stand hier der Mensch mit seinen Bedürfnissen wie sicheres Fleisch in ausreichender Menge oder günstige Preise.

Doch was sind die Kriterien für Tierwohl? Wie kann Tierwohl gemessen werden? Die Kunst wird sein, ein „Tierwohl“ zu definieren, mit dem man dann in der Branche und im Dialog mit Verbrauchern arbeiten kann. Voraussetzung ist ein Umdenken auf allen Ebenen. Eine entscheidende Stellschraube ist der Handel als Mittler zwischen der Produktion und seinen Kunden. Er ist der Botschafter für Standards, Konzepte und Qualitäten.

Die Branche muss einen Mindeststandard festlegen, der Handel entsprechend einlisten. So entstehen zumindest keine Preisunterschiede, weil die einen Tiere wichtig nehmen und die anderen das Tierwohl ignorieren.

Wer ernsthaft „Tierwohl“ auf seine Fahnen schreiben will, darf Fleisch nicht als Lockvogelangebot einsetzen. Zum einen läuft das Verramschen der Tierwohl-Idee zuwider. Zum anderen untergräbt es das Preisgefühl und das Vertrauen der Verbraucher in die Produkte.

Ihr Georg Abel
Bundesgeschäftsführer