

Lebensmittelauswahl

4

Vegetarisch durch den Tag

Weniger oder gar kein Fleisch und Fisch mehr zu essen, das nehmen sich immer mehr Menschen vor. Doch wie sehen die täglichen Mahlzeiten aus, wenn Produkte von toten Tieren wegfallen? Und wie, wenn auch Milchprodukte und Eier nicht mehr gegessen werden? Neu-Vegetarier und -Veganer stehen oft vor der Herausforderung, wie sie ohne die gewohnten Lebensmittel wohlschmeckende und sättigende Gerichte zubereiten können. Wir geben Anregungen für einen vegetarischen oder veganen Speiseplan und stellen einige Rezepte vor.



Orangen

8

Stars unter den Zitrusfrüchten

Herbst und Winter ist Orangenzeit. Ob als frisches Obst, spritzige Zutat in vielerlei Speisen oder zu Saft gepresst – unter subtropischer Sonne gereifte Orangen verführen uns nicht nur die kühleren Jahreszeiten und liefern wertvolle Vitamine & Co. Dass ein Kilo der beliebten Zitrusfrucht in Deutschland meist spottbillig zu haben ist, erfreut viele Verbraucher. Welche Folgen sich daraus für Bauern, Plantagenarbeiter und Umwelt ergeben, ist wenigen bewusst.



U m f r a g e

10

Wer die Zeichen lesen kann, gewinnt

Seit Jahren arbeitet die VERBRAUCHER INITIATIVE nach der Überzeugung, dass Verbraucher selbst entscheiden wollen, was gut für sie ist. Nicht der erhobene Zeigefinger weist ihnen den Weg zum Produkt und zum Lebensstil ihrer Wahl, sondern die persönlichen Werte und sachliche, umfassende Information. Dass Offenheit der Grundstein für Kundenvertrauen ist, hat sich inzwischen auch bei Unternehmen herumgesprochen. Welche Informationen Verbraucher suchen, wie sie sich informieren und wie Transparenz nutzenbringend hergestellt werden könnte, zeigt eine Studie der Lebensmittelwirtschaft. Sie belegt: Verbraucher wollen wissen können.



I n t e r n e t

18

Tipps zum Kosmetik-Kauf

Je normaler der Online-Kauf im Internet wird, desto eher werden wohl auch Kosmetika auf den virtuellen Einkaufslisten landen. Für die besondere Anti-Aging-Creme aus den USA oder Luxusmarken zum Schnäppchenpreis nutzen viele Verbraucher schon heute eher die Computermouse als den Einkaufswagen. Gemeinsam mit Vertretern von Behörden und Unternehmen erarbeitete die VERBRAUCHER INITIATIVE Tipps zum sicheren Kosmetik-Kauf im Netz.



H i n t e r g r u n d

21

Schönheitsmythen im Check

Glatte, gesunde Haut und glänzende Haare – wer möchte das nicht? Omas Schönheitstipps gelten als natürlicher und verträglicher als die industriellen Produkte. Beim genaueren Hinsehen zeigt sich aber, dass man sich mit den alten Hausmittelchen nicht immer etwas Gutes tut. Wir bewerten verbreitete Mythen.



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., Elsenstr. 106, 12435 Berlin, Fax 030/53 60 73-45, mail@verbraucher.org • Bei **rechtlichen Fragen** erreichen Sie unsere Anwälte mittwochs von 9.00–13.00 Uhr unter Tel. 030/53 60 73-3. Ob Adressänderung oder Spendenbescheinigung – bei **Fragen zu Ihrer Mitgliedschaft** erreichen Sie Marina Tschernezki unter Tel. 030/53 60 73-40. • Unsere Bankverbindung – Kto. 8133500, BLZ 370 205 00 oder IBAN: DE80 3702 0500 0008 1335 00, BIC: BFSWDE33XXX.

U m w e l t

26

Licht: Gut beleuchtet durch die dunkle Jahreszeit

Licht ist wichtig fürs Wohlbefinden. Die Lichtarmut im Winter erfordert eine passende Beleuchtung, effiziente Lampen schonen Geldbeutel und Umwelt. Labels helfen bei der Auswahl der richtigen Lampe. Doch es gibt noch mehr Infos auf Verpackungen, an denen Verbraucher sich orientieren sollten.



M o b i l i t ä t

28

Vielseitig unterwegs

Mobilität war nie einfacher als heute. Für jeden gibt's die passende Variante: den kleinen oder großen Geldbeutel, bequem im Zug, günstig im Bus, schnell im Flieger. In der Region oder bei Fernreisen. Sogar für den Weg zur Arbeit bieten sich neue Formen der Fahrgemeinschaften an.



K l i m a

30

Zimmerpflanzen und Raumluft

Fast jeder von uns hat sie zuhause oder im Büro – Zimmerpflanzen. Diese grünen Mitbewohner und Kollegen erfreuen uns täglich und lassen Wohnung und Büro wohlgelernt erscheinen. Aber woran liegt das eigentlich und verbessern Zimmerpflanzen wirklich das Raumklima? Der „Garten-Doc“ widmet sich diesmal dem Thema Zimmerpflanzen und Raumluft.



R u b r i k e n

Meldungen	12
Rechtstipps: Aktuelle Urteile	17
Fragen & Antworten: Verpackungen vermeiden – Verpackungen reduzieren	24
Jetzt bestellen: Bücher zum Originalpreis	29
Broschüren der VERBRAUCHER INITIATIVE	32

IMPRESSUM Verbraucher konkret 4/2014 • Dezember 2014 • ISSN 1435-3547 • Mitgliedszeitschrift der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. • **Redaktion:** Elsenstr. 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, Vi.S.d.P.), Alexandra Bochar-Becker (ABB), Laura Gross (LG), Tomas Kilousek (TK), Jens Kolodziejczak (JK), Anke Rößner (AR), Guido Steinke (GS), Dr. Melanie Weber-Moritz (MWM) • **Fotos:** Titel: IStockphoto, 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,

Bundesumweltministerin Barbara Hendricks sprach sich im Dezember vor dem Hintergrund sinkender Anteile ökologisch vorteilhafter Getränkeverpackungen für eine bessere Kennzeichnung von Einweg- und Mehrweggetränkeverpackungen aus. Die VERBRAUCHER INITIATIVE begrüßt den grundsätzlichen Ansatz des Bundesumweltministeriums, durch mehr Kommunikation Verbraucher für nachhaltig(er)e Verpackungsangebote zu motivieren. Wir kritisierten allerdings die erneute Verengung auf die Förderung von Mehrwegsystemen. Nach Aussagen ihres eigenen Hauses gehören zu den vorteilhaften Getränkeverpackungen schließlich seit Jahren auch Getränkekarton, Schlauchbeutel & Co.

Was mich wirklich ärgert, ist die Diskussion Mehrweg versus Getränkekarton. Dabei ist das Ganze wirklich einfach: Das Umweltbundesamt hat vor Jahren ökologisch vorteilhafte Getränkeverpackungen definiert. Daran hat sich – siehe unsere aktuelle Anfrage an das Bundesumweltministerium – nichts geändert. Der Anteil dieser Getränkeverpackungen geht seit Jahren zurück. Statt sich innerhalb der ökologischen Getränkeverpackungen mit den anderen Verpackungen auseinanderzusetzen, Medien zu beschäftigen und letztendlich Verbraucher zu verwirren, wäre eine Aktion notwendig. Nämlich für ökologisch vorteilhafte Getränkeverpackungen!

Die Verbraucherkommunikation auf eine Regalkennzeichnung zu verkürzen, wie dies die Bundesministerin tut, ist zu kurz gedacht, da sie lediglich an einen Akteur delegiert wird. Das ist für mich politischer Aktionismus. Gefragt ist eine zukunftsweisende Gesamtstrategie für ökologische Getränkeverpackungen.

Wer nachhaltig etwas bewegen will, muss die Verbraucher mit verschiedenen Maßnahmen ansprechen. Dazu kann auch eine Regalkennzeichnung gehören. Wir fordern deshalb eine akteursübergreifende Kampagne für ökologisch vorteilhafte Getränkeverpackungen. Unsere aktuelle Studie – nachlesbar auf unserer Webseite verpackungbarometer.de – zeigt, dass es u. a. dafür einen großen Bedarf bei Verbrauchern gibt.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE engagiert sich für dieses Thema: Wir haben für den 16. Dezember ausgewählte Akteure zu einer Gesprächsrunde „Querdenken in der Einweg- und Mehrwegdebatte“ eingeladen. Dabei geht es auch um die Frage, wie wir die Verbraucher erreichen. Jedenfalls nicht mit einer lautstarken Diskussion innerhalb der umweltfreundlichen Angebote.

Eine frohe Weihnachtszeit und alles Gute für das Jahr 2015 wünscht Ihnen

Ihr Georg Abel, Bundesgeschäftsführer