

Jahresbericht 2014



Label
ONLINE



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

Die Verbraucher
Initiative e.V.

| | |
|-------------------------------------|----|
| Nachhaltigkeit | |
| Nachhaltiges Unternehmensengagement | 3 |
| Verpackung | |
| Ökologisch vorteilhaft oder nicht? | 6 |
| Label | |
| Mehr Transparenz beim Einkauf | 8 |
| Essen & Trinken | |
| Tierwohl = Menschenwohl | 11 |
| Fairer Handel | |
| Ökofairer Konsum | 13 |
| Nanotechnologien | |
| Orientierung durch Offenheit | 15 |
| Senioren | |
| Wachsende Zielgruppe | 17 |
| Weitere Aktivitäten | |
| Informationen und Rat finden | 19 |
| GmbH | |
| Verbraucher Initiative Service GmbH | 22 |
| Broschürenübersicht | |
| | 24 |

Liebe Leserin, lieber Leser,

Verbraucherinnen und Verbraucher haben Macht: Sie können mitentscheiden, welche Unternehmen mehr oder weniger erfolgreich sind. Sie entscheiden, welche Produkte im Regal bleiben oder verkauft werden. Sie entscheiden, welche Vertriebswege – stationär, online oder mobil – gewählt werden. Sie entscheiden nicht zuletzt auch über ihren Lebensstil. Eine Voraussetzung für diese Handlungsoptionen der Konsumenten sind Informationen.

Gefragt ist dabei der gute, möglichst individuelle Rat. Hier setzt die Arbeit der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. an: Mit glaubwürdigen Informationen und dem Aufzeigen machbarer Handlungsmöglichkeiten. Mit Blick auf den gesamten Lebensweg und den anfallenden Gesamtkosten eines Produktes. Im Internet, mit zahlreichen Publikationen, mit Veranstaltungen und mit Marktforschung und Studien.

Verbraucher suchen auch nach Angaben zum Unternehmen selbst. Ob Hersteller oder Handelsunternehmen – gefragt ist die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung. Auch hier engagiert sich der Bundesverband seit Jahren: Mit Untersuchungen zur Umwelt- und Sozialverantwortung von Unternehmen und deren Kommunikation. Und aktuell mit der Möglichkeit, das Nachhaltigkeitsengagement von klein- und mittelständischen Unternehmen zu unterstützen.

Wir verstehen uns dabei als politischer Verband und verfolgen das Leitbild einer lebenswerten und nachhaltigen Gesellschaft. Dafür bedarf es eines langen Atems, einer Vielzahl kleiner Schritte und dem Zusammenwirken vieler Akteure. Deshalb suchen wir auch das Gespräch: Mit Branchenverbänden und Unternehmen. In einigen Fällen begleiten wir als Nichtregierungsorganisation unternehmerisches Engagement, z. B. durch unabhängige Beiratsstätigkeit bei REWE PRO PLANET.

Die Förderung einer nachhaltigeren Lebensweise ist eine sektorübergreifende Aufgabe und nicht von einzelnen Akteuren alleine leistbar. Unser Bundesverband und unser inhaltlicher Ansatz wird dabei durch Einzelmitglieder und Spender unterstützt.

Wir hoffen, dass der folgende kurze Einblick in unsere vielfältige Arbeit auf Ihr Interesse stößt.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Bettina Knothe (Bundesvorsitzende)



Georg Abel (Bundesgeschäftsführer)

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.



Wir erhalten als Bundesverband für unsere Arbeit keinerlei institutionelle Förderung und sind deshalb besonders auf die Unterstützung durch Mitglieder und / oder Spenden (Spendenkonto 8133 503, BLZ 370 205 00, Bank für Sozialwirtschaft oder IBAN: DE96 3702 0500 0008 1335 03, BIC: BFSWDE33XXX) angewiesen.

Impressum

Jahresbericht 2014 - vorgelegt zur Mitgliederversammlung am 06.12.2014 • Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. (Bundesverband) • Elsenstr. 106, 12435 Berlin, Tel. 030/53 60 73-3, Fax 030/53 60 73-45, mail@verbraucher.org, www.verbraucher.org • Konzept & Text: Georg Abel (V.i.S.d.P.), Ulrike Bartling, Alexandra Borchard-Becker, Laura Gross, Frank Hohlbein, Tomas Kilousek, Jens Kolodziejczak, Anke Rößner, Guido Steinke, Marina Tschernetzki, Dr. Melanie Weber-Moritz • Titelfoto: v.o.n.u.: Fotolia, Istockphoto (4x) • Hinweis: Wenn im Text z.B. vom „Verbraucher“ die Rede ist, ist dies ein Zugeständnis an die Flüssigkeit der Sprache, gemeint sind natürlich alle Verbraucherinnen und Verbraucher. • Nachdruck und Vervielfältigungen, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers und Quellenangabe. (12/2014)

Nachhaltiges Unternehmensengagement

Im Rahmen der verbandseigenen „Initiative nachhaltig handeln.“ arbeitet die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. seit 2006 an einer verbesserten Verbraucherinformation zu nachhaltigem Konsum und sozial-ökologischer Unternehmensverantwortung. Im Mittelpunkt der Aktivitäten stehen Projekte, die die gesellschaftliche Verantwortungsübernahme (Corporate Social Responsibility/CSR) und entsprechende CSR-Kommunikation von Unternehmen untersuchen und für Verbraucher transparent machen.



Corporate
Social
Responsibility

Mit dem Ziel, die Transparenz und Information der Verbraucher über gesellschaftliche Unternehmensverantwortung im Einzelhandel zu verbessern, hat die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. seit 2009 in drei umfassenden Befragungen das nachhaltige Unternehmensengagement von Einzelhandelsunternehmen, seit 2011 auch von Markenherstellern, der umsatzstärksten Branchen untersucht. Grundlage der Untersuchungen sind umfangreiche branchenspezifische Fragebögen, die das Öko-Institut e. V. im Auftrag der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. entwickelt hat. Einzelhändler und Hersteller, die auf Basis der Befragungsergebnisse ein umfassendes Engagement entlang der gesamten Wertschöpfungskette bestätigten, erhielten von der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. eine Auszeichnung. Damit nachhaltiges Unternehmensengagement sein Marktpotenzial entfalten und als Kriterium bei Kaufentscheidungen berücksichtigt werden kann, ist eine glaubwürdige und transparente CSR-Kommunikation erforderlich, die Verbraucher tatsächlich erreicht und wirksam informiert.

CSR-Engagement kommunizieren

Bisher sind Verbraucher von der Unternehmenskommunikation zu sozialen und umweltbezogenen Aspekten oft verwirrt, sofern sie diese überhaupt erreicht. Die Glaubwürdigkeit vieler Aussagen lässt sich für Verbraucher nur schwer einschätzen, häufig können sie plakative Einzelmaßnahmen kaum von ehrlichem, dauerhaftem und ambitioniertem Nachhaltigkeitsengagement unterscheiden. Vor diesem Hintergrund hat die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. in 2012 im Rahmen des Projekts „Verbrauchergerechte CSR-Strategie und -Kommunikation“ Anforderungen an gute CSR-Kommunikation aus Verbrauchersicht erarbeitet. Auf der Grundlage qualitativer Verbraucher- und Unternehmensstudien sowie unserer repräsentativen Verbraucherbefragung aus dem Jahr 2011 hat die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. einen Orientierungsrahmen entwickelt, der Leitlinien und Empfehlungen für eine verbrauchergerechte CSR-Kommunikation für Unternehmen

enthält. Dieser Orientierungsrahmen wurde Experten aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft auf einer Fachkonferenz zur Diskussion gestellt. Die abgestimmten Leitlinien sind mit den Studien- und Tagungsergebnissen auf www.nachhaltig-einkaufen.de veröffentlicht.

Status quo für Verbraucher

Wie der Einzelhandel gegenwärtig seine gesellschaftliche Verantwortungsübernahme an seine Kunden transportiert, war Gegenstand des Projekts „Verbraucherorientierter Wegweiser CSR-Kommunikation“. Dazu wurden Einzelhandelsunternehmen der sechs umsatzstärksten Branchen hinsichtlich ihrer Kommunikationsmaßnahmen zu sozialen und umweltbezogenen Geschäftsaktivitäten untersucht und bewertet. Die Analyse umfasste eine bundesweite Befragung der umsatzstärksten Einzelhandelsunternehmen in den sechs umsatzstärksten Branchen: Nahrungs- und Genussmittel, Textilien und Schuhe, Möbel, Bau- und Heimwerker-Material, Informations- und Kommunikationstechnologie sowie Gesundheit und Körperpflege.

Befragung des Einzelhandels

Im Rahmen des Projektes wurden im Sommer 2013 rund 500 Einzelhandelsunternehmen schriftlich nach ihrer Verbraucherkommunikation zur gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme befragt. Grundlage der Befragung war ein umfangreicher wissenschaftlich fundierter Kriterienkatalog, den das imug Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft e. V. im Auftrag der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. erstellt hat. Der Kriterienkatalog gliedert sich in drei Bereiche: unternehmensbezogene Kommunikationsmaßnahmen, wie Nachhaltigkeits-/CSR-Berichte, Richtlinien oder Dialoge mit Verbrauchern und gesellschaftlichen Anspruchsgruppen, produktbezogene Kommunikation, z. B. Kennzeichnungen, Werbung und Promotion und Informationen, die nachhaltiges Verbraucherverhalten adressieren.

Zusätzlich zu der bundesweiten CSR-Befragung wurde 2014 eine umfangreiche Desktop-Recherche bei 200 Unternehmen des Einzelhandels der sechs umsatzstärksten Branchen zu ihrer CSR-Kommunikation durchgeführt. Darüber hinaus wurde erstmalig das Instrument des „Mystery Writings“ getestet, d. h. Mitarbeiter der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. gaben sich als Kunden aus und fragten stichprobenartig Unternehmen nach verschiedenen Aspekten ihres CSR-Engagements, um die Qualität der Anfragenbeantwortung zu testen. Die Ergebnisse waren je nach Branche unterschiedlich und insgesamt leider nicht zufriedenstellend. Außer einigen wenigen ausführlichen Antworten, blieben die Rückmeldungen hinter den Erwartungen zurück. Sämtliche Ergebnisse werden in einer Abschlussstudie bis zum Jahresende 2014 zusammengeführt.

CSR & KMU

Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) zeichnen sich oft noch durch Zurückhaltung in der Verbraucherkommunikation ihrer gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme aus, auch wenn sie in vielen Bereichen engagiert sind. Im Rahmen des neuen Vorhabens „CSR in kleinen und mittelständischen Unternehmen“ der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. werden gemeinsam mit ausgewählten regionalen Betrieben Ressourcen und Potenziale für die Umsetzung sozialer, ökologischer und ethischer Maßnahmen ermittelt. Das Projekt richtet sich dabei zunächst an die Branchen „Pflegedienste“, „Kfz-Werkstätten“ und „Friseurbetriebe“. Es zielt darauf ab, diese Unternehmen zu motivieren, eine individuelle Strategie zu gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung zu entwickeln und anhand konkreter Maßnahmen umzusetzen. Im Projekt wird ein Rahmenkonzept für eine innerbetriebliche CSR-Beratung entwickelt, das auch Kunden und Mitarbeiter einschließt. Die Ergebnisse von Recherchen, Interviews mit Branchenvertretern sowie Praxisbeispiele und Kundenbefragungen fließen in eine allgemeine branchenbezogene Checkliste zur Entwicklung einer CSR-Strategie und zum Ausbau des bestehenden CSR-Engagements von kleinen und mittelständischen Unternehmen ein.





PRO PLANET

Seit Dezember 2009 unterstützt die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. durch unabhängige Beiratstätigkeit die Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group rund um das Siegel „PRO PLANET“. Gemeinsam mit Vertretern anderer Nichtregierungsorganisationen (u. a. Naturschutzbund/NABU, Südwind, Global 2000...) berät der Beirat die REWE Group bei fachlich-technischen Fragen sowie in der Kommunikation. PRO PLANET kennzeichnet konventionell hergestellte Produkte des Unternehmens (Eigenmarken), die Umwelt und Gesellschaft während der Herstellung, Verarbeitung oder Verwendung weniger belasten. Vor der Zertifizierung wird eine sogenannte Hot-Spot-Analyse durch ein unabhängiges Institut durchgeführt, um die aus ökologischer und sozialer Sicht relevanten Probleme entlang der Wertschöpfungskette zu identifizieren und zu vermindern. Neben der wissenschaftlichen Sicht gibt es zusätzlich eine Einschätzung des Unternehmens und von weiteren Stakeholdern bevor der Beirat zu einer Beschlussfassung kommt.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. informierte im März 2014 auf der Nachhaltigkeitsmesse von REWE die Mitarbeiter der Region West über PRO PLANET und gab im Mai auf dem Management Meeting der REWE Group eine Einschätzung des Labels im Vergleich zu den Ansätzen der Mitbewerber.

Jury

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist Mitglied in verschiedenen Jurys, wie z. B. „Der grüne Einkaufskorb“ (NABU) und des „nawi-Award“ (nawi – nachhaltig wirtschaften). ● Zum Thema Nachhaltigkeit führte der Verband zahlreiche Gespräche mit Unternehmen, Branchenverbänden und Politikern.

Vorträge

Die Referenten der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. präsentierten die Arbeit des Bundesverbandes auf zahlreichen unterschiedlichen Veranstaltungen. Dazu zählen beispielsweise der Informationsstand und das Vortragsprogramm der Ecostyle-Messe, die von der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. unterstützt wird.

● Weitere Vorträge gab es u. a. im Rahmen des Masterstudiengangs „Nachhaltiges Tourismusmanagement“ der Hochschule für Nachhaltige Entwicklung in Eberswalde, beim Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e. V./BHB und dem BDSI-Nachhaltigkeitsforum.

Diskussionen

Vertreter der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. beteiligten sich im Jahr 2014 am REWE-Dialogforum „Raus aus der Nische – Die Zukunft des nachhaltigen Konsums“, nahmen am Stakeholder-Workshop der Otto Group teil und diskutierten im Rahmen eines Forums bei Unilever über den „Sustainable Living Plan“ (etwa: Plan für ein verantwortungsvolles Leben).

Beirat

Der Bundesverband ist Mitglied im siebenköpfigen Experten- und NGO-Beirat von Nestlé, der in Deutschland das Qualitätsprogramm des Unternehmens begleitet. Bundesgeschäftsführer Georg Abel ist „Sprecher“ des Gremiums, nahm in dieser Funktion an einem Pressehintergrundgespräch von Nestlé sowie dem Nestlé Stakeholderforum teil, tauschte sich mit dem Nestlé Verbraucherbeirat aus und besuchte die Nestlé-Werke in Conow und Hamburg.

Kooperationen

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ging im Jahr 2013 eine Kooperation mit dem Handelsverband Heimwerken, Bauen und Gärtnern e. V./BHB ein. Ziel war es, die Einzelhandelsunternehmen im Verband zu (mehr) Engagement und verstärkter Kundenkommunikation zum Thema CSR zu motivieren. Alle BHB-Mitglieder erhielten einen ausführlichen Fragebogen zum Thema. Die Fragebögen wurden 2014 von der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ausgewertet, der BHB nutzte die Ergebnisse, um mit den Mitgliedsunternehmen zu besprechen, wie und wo angesetzt werden sollte, um Nachhaltigkeit weiter zu fördern.

Mitgliedschaften

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist Teil der Klima-Allianz mit mehr als 100 umwelt- und entwicklungspolitischen Organisationen und bei CorA (Corporate Accountability), dem 40 Organisationen umfassenden Netzwerk für Unternehmensverantwortung. ● Der



Bundesverband ist Mitträger des Grüner Strom und Grüner Gas Labels, gehört dem Governing Board von „Stop Climate Change“ (SCC) an, dem unabhängigen Zertifizierungssystem für treibhausneutrale Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen, und ist seit dem Jahr 2011 im Advisory Board Sustainability von GS1 vertreten. ● Der Bundesverband gehört dem „Runden Tisch Nachhaltige Landwirtschaft“ an und unterstützte die Karma Konsum Konferenz 2014. ● Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist Mitglied im Redaktionsbeirat des Nachhaltigkeitsmagazins enorm.

Publikationen

Im Berichtszeitraum erschienen die Themenhefte: „Energiesparende Haushaltsgeräte“, „Energie sparen“ und „Nachhaltiger Handel(n) – Umwelt- und Sozialverantwortung im Einzelhandel und bei Herstellern“.



www.nachhaltig-einkaufen.de

Ökologisch vorteilhaft oder nicht?

Das Projekt „Verpackungsbarometer“ hat zum Ziel, Verbrauchern eine Orientierung beim Kauf „ökologisch vorteilhafter Verpackungen“ zu geben. Im Dialog mit Einzelhandelsunternehmen, Umweltexperten und Herstellern trägt das Projekt außerdem dazu bei, dass nachhaltige Getränkeverpackungen zu einem Sortimentskriterium werden und Nachhaltigkeitsanforderungen in der gesamten Lieferkette berücksichtigt werden.



Das Verpackungsbarometer nimmt zunächst Getränkeverpackungen in den Fokus, da die Abgrenzung zwischen „ökologisch vorteilhaften“ und anderen Verpackungsarten rechtlich definiert ist. Nach und nach sollen neben Getränkeverpackungen weitere Verpackungsfaktionen folgen. Ansatz des Projektes ist das seit vielen Jahren verfehlt politische Ziel, mindestens 80 Prozent aller Getränke in sogenannten MövE (Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweg-Getränkeverpackungen) anzubieten. Die rückläufige Entwicklung der Quote macht deutlich, dass Handlungsbedarf besteht. Das Pilotprojekt gibt Anregungen und zeigt innovative Ansätze, wie man bei Verbrauchern über die Art der Information Anreize zur Verhaltensänderung setzen kann und motiviert Hersteller und Einzelhandel, sich stärker für das Thema zu engagieren.

Stakeholder

In einem ersten Schritt wurden im Rahmen des Projekts die Erwartungen von Verbrauchern sowie Experten aus Politik, Wissenschaft, Handel, Industrie und von Nichtregierungsorganisationen an Getränkeverpackungen ermittelt, mit dem Ziel, praxisnahe Maßnahmen zur Verbesserung des Ressourcen- und Klimaschutzes zu entwickeln. Dazu wurden Verbraucher bei einer öffentlichkeitswirksamen Aktion in Berlin zu ihren Erfahrungen und Wünschen zum Thema Getränkeverpackungen befragt. Anhand der Gespräche wurde deutlich, dass Verbraucher mehr bzw. einfache und klare Informationen zum Thema ökologisch vorteilhafte Getränkeverpackungen fordern. Die Mehrheit der befragten Verbraucher wünscht sich Zusatzinformationen in den Supermärkten und von Herstellern über für die Herstellung verwendete Rohstoffe, Klimabilanzen und Recycling.

Im Anschluss führte die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. eine Stakeholder-Befragung zum Thema „Getränkeverpackungen“ durch. 30 Experten aus Verpackungsindustrie, Lebensmitteleinzelhandel, Politik, Wissenschaft und von Nicht-Regierungsorganisationen wurden anhand eines Interviewleitfadens befragt. In den Gesprächen wurde nach Anforderungen an nachhaltige Getränkeverpackungen und Einschätzungen zum Status Quo bei der Nutzung von Getränkeverpackungen und bestehendem Handlungsbedarf gefragt.

Die Verpackungsexperten bestätigten die Verbraucherverwirrung um Einweg- und Mehrwegflaschen, die seit Einführung des Einwegpfands besteht.

Sie sehen im Ausbau der Verbraucherkommunikation eine wesentliche Möglichkeit zur Förderung nachhaltigerer Getränkeverpackungen.

Durch verstärkte und verständliche Information sollten Verbraucher für das Thema „nachhaltige Getränkeverpackungen“ sensibilisiert werden. Dabei könnten Kundenorientierungssysteme dazu beitragen, nachhaltigere Kaufentscheidungen zu unterstützen, bspw. eine eindeutige Kennzeichnung von Einweg- und Mehrweg-Getränkeverpackungen in eindeutiger Größe. Hierbei sollten alle Akteure, auch die Politik, mit einbezogen werden. Die Treiber für ein nachhaltigeres Getränkeverpackungssortiment – so ein Ergebnis des Stakeholder-Dialogs – seien in erster Linie die Hersteller, aber auch Politik (u. a. durch Lenkungsinstrumente) und Einzelhandel durch verbesserte Kennzeichnung am Point of Sale und verbesserte Kundenkommunikation sowie Verbraucher, die bewusster konsumieren. Den Vorschlag der verstärkten Verbraucherkommunikation griff die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. auf und führte im Jahr 2014 ein entsprechendes Pilotprojekt durch.

Pilotprojekt

Das Pilotprojekt, das die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. mit Unterstützung der REWE Group umsetzte, umfasst drei verschiedene Maßnahmen:

- Vor-Ort-Information von 3.700 Verbrauchern in 20 Kölner REWE-Supermärkten (Gespräche, verteilen von Flyern, Broschüren, Einkaufshilfen).
- Befragung von Marktleitern zu ihrem Wissen und ihren Empfehlungen, wie Getränke in ökologisch vorteilhaften Verpackungen besser vermarktet werden können.
- GfK-Verbraucherbefragung von 517 Kunden nach dem Einkauf zu den Fragen, ob Umweltschutz-Aspekte sie beim Getränkeeinkauf beeinflussen, wie sie die Informationsaktion bewerten und welche Erwartungen sie an eine verständliche und klare Information zu MövE-Verpackungen haben.

Die Verbraucher reagierten durchweg positiv auf das Informationsangebot. Die Befragung ergab: Sie wollen mehrheitlich umweltbewusst auch bei Getränkeverpackungen einkaufen, es fehlt aber an ausreichenden Informationen. Die überwiegende Mehrheit, knapp 60 Prozent der Befragten, wird von Umweltschutzaspekten beim Getränkekauf, vor allem bei Mehrwegflaschen (Glas und PET) beeinflusst. Über 40 Prozent der Befragten fühlen sich nicht aus-

reichend über ökologisch vorteilhafte Getränkeverpackungen informiert. Mehr und umfassendere Informationen sind gewünscht. Trotz aller bisher schon existierenden Kennzeichnungen auf dem Produkt besteht Bedarf nach vertiefenden Informationen, vorrangig am PoS und auf dem Produkt selbst. Vor allem Getränkehersteller und Einzelhandel sind hier – mit Hilfe von Medien und Umwelt- und Verbraucherorganisationen aus Sicht der Verbraucher gefordert.

Auch die überwiegende Mehrheit der Marktleiter ist der Auffassung, dass Kunden nachhaltiges Engagement in Verbindung mit entsprechender Kundeninformation honorieren würden. Eine Mehrheit der Marktleiter ist überzeugt, dass dies auch im Bereich Getränkeverpackungen gilt.

Die ausführlichen Ergebnisse der Kunden- und Marktleiterbefragungen wurden in einer Verbraucherstudie „Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweg-Getränkeverpackungen (MövE)“ zusammengefasst. Diese steht auf der zentralen Projektwebsite www.verpackungsbarometer.de zum kostenlosen Download bereit.

Studie

Nach Abschluss der umfangreichen Aktion sendete die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. die Studie sowie eine Kurzfassung der Studie an rund 500 Politiker von Bund und Ländern. Das Interesse an den Ergebnissen war ausgesprochen groß, zahlreiche Ministerien (u. a. Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein, Brandenburg, Rheinland-Pfalz) und alle umweltpolitischen Sprecher der verschiedenen Bundestagsfraktionen (CDU/CSU, SPD, B90/Die Grünen, Die Linke) vereinbarten einen persönlichen Gesprächstermin mit Vertretern unseres Bundesverbandes, um sich ausführlich über das Pilotprojekt zu informieren.

Für Dezember 2014 ist ein Fachgespräch mit ausgewählten Stakeholdern zum Thema Getränkeverpackung („Querdenken in der Einweg- und Mehrwegdebatte“) geplant.

Die Ergebnisse der Studie unterstreichen den Wunsch der Verbraucher, bessere Information in konkrete Maßnahmen umzusetzen. Das Pilotprojekt hat gezeigt, wie dies in der Praxis erfolgreich möglich ist.

www.verpackungsbarometer.de

Mehr Transparenz beim Einkauf

Labels für Produkte und Dienstleistungen sollen Verbrauchern eine schnelle Entscheidungshilfe geben. Das Prinzip ist klar: Hersteller geben ein Qualitätsversprechen für ein Produkt ab und machen dies mit Hilfe eines Labels kenntlich. Doch was in der Theorie bei der Kaufentscheidung helfen soll, stellt sich immer öfter als verwirrend dar. Ein Dschungel aus unterschiedlichen Labels, Bildzeichen und Gütesiegeln macht es Verbrauchern oft schwer. Denn wer weiß schon, was hinter dem jeweiligen Zeichen steckt? Mit dem Relaunch der Seite www.label-online.de und der neuen Label-App hat es die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. geschafft, mehr Licht ins Dunkel des Label-Dschungels zu bringen.



Mündige Verbraucher wollen gut informiert sein und selbstbewusst Entscheidungen auf dem Markt treffen können. Wo Labels einmal als „schneller Rat“ beim Einkauf fungieren sollten, stellt ihre bloße Anzahl mittlerweile für viele Verbraucher ein Problem dar. Es herrscht Verwirrung darüber, was sich hinter den Labels verbirgt und wie vertrauenswürdig sie sind. Um für mehr Transparenz auf dem Markt zu sorgen, bietet die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. seit dem Jahr 2000 das Portal www.label-online.de an, auf dem alle wichtigen Informationen und Bewertungen zu Produkt- und Dienstleistungslabels sowie zu Managementstandards gegeben werden.

Um die Verfügbarkeit der Informationen auch dort sicherzustellen, wo sie am ehesten benötigt werden – nämlich am Einkaufsort – hat die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. mit Unterstützung durch Mittel des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) sowie des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) Ende April 2014 die Label-App an den Start gebracht. Nun können Verbraucher mit der App auf ihrem Smartphone noch schneller an die gewünschten Informationen zu Labels auf Produkten kommen. Eine Bilderkennungsfunktion ermöglicht das Abfotografieren des gesuchten Labels direkt am Regal im Supermarkt. Die Informationen mitsamt der Labelbewer-

tung kommen dann auf das Telefon des Nutzers. Mit der Label-App verfügen Verbraucher also über den „schnellen Rat zum schnellen Rat“ am Einkaufsort.

Medienarbeit

Die Pressekonferenz zum Start der App fand am 29. April 2014 im Pressezentrum des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) statt. Als Gesprächspartner standen den Medienvertretern Dr. Maria Flachsbarth, Parlamentarische Staatssekretärin im BMEL, Ulrich Kelber, Parlamentarischer Staatssekretär im BMJV, und Georg Abel, Bundesgeschäftsführer der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. zur Verfügung. Vor Pressevertretern testeten Frau Dr. Flachsbarth und Herr Kelber die App an Produkten. Die mediale Resonanz auf die Pressekonferenz war überwältigend. In den Tagen nach dem Start der Label-App wurden viele Artikel in regionalen und überregionalen Zeitungen und Online-Medien zum Start der Label-App veröffentlicht. Auch im öffentlich-rechtlichen und im privaten Fernseh- und Hörfunk spielte die Label-App eine wesentliche Rolle. Diese Entwicklung hat gezeigt, dass mit einem Produkt wie der Label-App, die neue digitale Techniken mit redaktionell professionell aufbereiteter Verbraucherinformation verknüpft, viel mediale Aufmerksamkeit erreicht werden kann, die sich dann in den Nutzerzahlen widerspiegelt.

Label-App

Die Label-App wurde seit Ende April 2014 rund 40.000 Mal heruntergeladen. Damit erreicht sie mehr Menschen als vergleichbare Apps anderer Anbieter. Die App wird konstant genutzt sowohl in Bezug auf Anfragen zur Bildersuche als auch auf tägliche Downloadzahlen.

Zur Dokumentation der Pressekonferenz ließ die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. einen Videobeitrag, einen sendefertigen Radiobeitrag und eine Fotodokumentation von entsprechenden Dienstleistern erstellen. Sowohl der Video- als auch der Radiobeitrag sowie Fotos der Pressekonferenz stehen auf www.label-online.de zum Download bereit. Der Videobeitrag wurde außerdem bei Youtube eingestellt.

Die Label-App ist kostenlos in den App-Stores von Google play und Apple erhältlich. Sie funktioniert auf Systemen mit Android-Betriebssystemen und auf iPhones. Eine App für Windows-Phone kann die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. momentan noch nicht anbieten. Der Wunsch nach einer entsprechenden Windows-Version wurde jedoch schon von einigen Seiten geäußert. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. will eine Umsetzung gern möglich machen, sobald entsprechende finanzielle Mittel zur Verfügung stehen.

Verbraucherportal mit Label-Kompetenz

Seit Dezember 2013 zeigt sich www.label-online.de im neuen Gewand. Mit Mitteln des BMEL und des BMJV wurde das bereits bestehende Verbraucherportal komplett überarbeitet. Neue Kategorien wie z. B. Elektrogeräte aber auch der Bereich Bauen und Wohnen wurde geschaffen. Ziel ist es, verlässliche Informationen und Bewertungen zu allen als Labels erkennbaren Bildzeichen für Produkte zu liefern. Dabei spricht die Seite vor allem Verbraucher an, ist aber auch für Händler, Beschaffer und Journalisten interessant. Die neue Seite ist graphisch zeitgemäß, übersichtlich und noch immer im Wachsen. Bis zum Jahresende werden rund 600 Labels, Bildzeichen und Managementstandards in der Datenbank von Label-Online hinterlegt und für Verbraucher abrufbar sein. Damit deckt Label-Online schon viel ab. Bei weit über tausend Labels auf dem deutschen Markt gibt es jedoch Potenzial für noch mehr Information

und Bewertung. Der Relaunch der Seite wurde medial gut aufgenommen, sowohl in regionalen und überregionalen Print- und Onlinemedien sowie in Rundfunk und Fernsehen.

Label-Online ist ein EU-weit einzigartiges Verbraucherportal. Im Mittelpunkt steht die redaktionell aufbereitete und verständliche Information zu den einzelnen Labels. Zugang dazu ist die Bewertung. Diese basiert auf einer standardisierten Bewertungsmatrix, welche die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. schon 2013 in einem intensiven Stakeholderprozess mit Beteiligten aus Handel, Politik, Wissenschaft und Verbraucherorganisationen entwickelt hat. Kategorien der Matrix sind: Anspruch, Unabhängigkeit, Kontrolle und Transparenz des Labels. Je nach Punktzahl wird eine Bewertung abgegeben. Zusätzlich wird ein „n“ für Nachhaltigkeit vergeben, sofern die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. in ihrer Recherche zu einem entsprechenden Ergebnis kommt.



Beirat

Der Beirat von Label-Online berät die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. bei der Durchführung des Projektes und gibt inhaltliche Anregungen für eine optimale, verbraucherorientierte Ausrichtung der Arbeit. Mitglieder des Beirates kommen vom Umweltbundesamt, dem Collaborating Center on Sustainable Consumption and Production (cscp), RAL, DHB-Netzwerk Haushalt und aus dem Bundesernährungs- und Verbraucherministerium.

Anfragen

Label-Online wird von Verbrauchern als kompetente Stelle für Labels wahrgenommen. Dementsprechend häufig kommt es zu Rück- und Nachfragen bezüglich verschiedener Labels sowie Hinweise auf noch fehlende. Auch technische Hinweise werden über die Kommentarfunktion der Seite an die Referenten der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. weitergeleitet und beantwortet. ● Im Rahmen einer Studienreise informierten sich tunesische Fachleute u. a. über das Labelprojekt.

Öffentlichkeitsarbeit

Über Label-Online versendet die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. regelmäßig einen Newsletter, der sich mit allen Themen rund um Labels befasst. Hier werden wichtige Informationen über die Veränderung von Labelstandards, über Veranstaltungen und Publikationen mitgeteilt. Interessierte können den Newsletter auf www.label-online.de abonnieren. Neuigkeiten werden ebenfalls auf der Webseite selbst veröffentlicht. Hinzu kommt ein Facebook-Auftritt, der sich mit einer eher informellen Sprache an Label-Interessierte in sozialen Netzwerken richtet. Auch hier werden regelmäßig Neuigkeiten aus der Welt der Labels zugänglich gemacht und Pressemitteilungen und Publikationen von Label-Online verlinkt. Ziel ist, über verschiedene Zugänge unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen.

Vorträge

Referenten der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. waren zum Thema „Labels“ als Redner bei unterschiedlichen Institutionen gefragt. Unter anderem bei der Deutschen Bundesstiftung Umwelt in Osnabrück, beim Internationalen Frauenzentrum in Bonn, bei Oikos International an der Universität Leipzig und bei der Fachhochschule Eberswalde.

Tag der offenen Tür

Mitarbeiter der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. stellten Ende August Label-Online und die Label-App vor. An einem Infostand im Innenhof des Bundesverbraucherministeriums gaben sie zwei Tage lang Auskunft über das Projekt Label-Online und die Label-App. Rund 600 Menschen wollten sich direkt am Stand über die Arbeit informieren. Auch Bundesverbraucherminister Heiko Maas kam für ein kurzes Gespräch vorbei.

Medienarbeit

Referenten von Label-Online stehen Medienvertretern als kompetente Ansprechpartner zur Verfügung. Sowohl für Hintergrundgespräche als auch für publizierte Interviews zu labelrelevanten Themen. Besonders häufig wurden Interviews in der Zeit kurz nach dem Relaunch der Webseite und nach dem Start der Label-App angefragt. Inzwischen zielen Interviews oft auf das Referentenwissen bezüglich bestimmter Labels ab.

Radiobeiträge

Seit dem Relaunch von Label-Online im Dezember 2013 hat die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. insgesamt sechs Radiobeiträge produziert und deutschlandweit Radiostationen anbieten lassen. Jeder Beitrag behandelt ein Schwerpunktthema und weist auf Label-Online bzw. die Label-App hin. Der Radiobeitrag zum Start der Label-App erreichte 27,3 Millionen („Hörer gestern“), der darauffolgende Radiobeitrag über Umweltlabels zum Schulstart schaffte sogar 27,4 Millionen. Die Beiträge können auf www.label-online.de nachgehört werden.

Materndienst

Im Januar 2014 wurde ein Materndienst mit einer garantierten Auflage von 4,3 Millionen verschickt. Dabei handelte es sich um einen dreispaltigen Artikel mit Abbildung des Label-Online-Logos.

Anzeigenschaltung

Im Rahmen des beschränkten Etats für Öffentlichkeitsarbeit schaltet die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. auch Anzeigen. In den Ausgaben 12/2014 sowie 01/2015 ausgewählter Stadtmagazine wird auf die Internetseite sowie die Label-App verwiesen.

Freianzeigen

Im Rahmen des Projektes wurden Freianzeigen zu Label-Online und zur Label-App im Ausdruck und als CD mit entsprechenden Dateien an 400 Zeitungen und Zeitschriften versendet. Zusätzlich wurden die Freianzeigen auf www.label-online.de zum Download bereitgestellt. Die Anzeigen sind verschiedentlich erschienen, u. a. im FAIRTRADE-Kalender 2015, in Messekatalogen etc.



Kooperationen

Label-Online kooperiert mit dem GIZ-Projekt „Qualitätscheck Nachhaltigkeit“ beim Thema Verbraucherkommunikation, Labelbewertung und Nachhaltigkeit. Dazu sind Vertreter von GIZ und VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. in regelmäßigem Austausch und nehmen gegenseitig an Veranstaltungen und Workshops teil. Darüber hinaus gibt es erste Absprachen für eine Kooperation mit der Stiftung Datenschutz sowie Anfragen anderer Organisationen und Anbieter von Verbraucherinformationen.

Gut zu wissen

In Kooperation mit dem Bayerischen Staatsministerium der Justiz und Verbraucherschutz wurde die 28-seitige Broschüre „Gut zu wissen: Gütesiegel in Bayern“ erstellt und verbreitet.

Publikationen

Im Jahr 2014 erschienen die Themenhefte „Label und Gütezeichen“ sowie „Lebensstile & Labels“.

www.label-online.de

Tierwohl = Menschenwohl

Tierwohl ist derzeit in aller Munde. Ein guter Grund über Tierhaltung, Futtermittel und Alternativen zum Fleischkonsum zu diskutieren. Die Interessengemeinschaft für gesunde Lebensmittel (IG FÜR) und die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. luden daher im April 2014 zu einem Symposium. Rund 100 Tagungsgäste reisten nach Fulda, um den aktuellen Stand zum Thema „Tierwohl“ in Gesellschaft, Industrie und Lebensmittelhandel zu diskutieren.



Der Tag startete mit informativen Fachreferaten zu den Themen „Menschenwohl“, „Zahlen, Daten, Fakten zum Fleischmarkt“ und „Was erwartet der Verbraucher“. Am Nachmittag entwickelten sich in den Workshops zu den Schwerpunktthemen: „Artgerechte Tierhaltung“, „Futtermittel“ und „Alternative, vegetarische Ernährung“ sehr intensive Dialoge zwischen den Teilnehmern und den Referenten. Die Ergebnisse der sehr fruchtbaren Diskussionen flossen dann in die anschließende Podiumsdiskussion ein. Hier wurden die Ergebnisse und die Meinungsvielfalt zwischen NGO's, Agrarwirtschaft, Verarbeitern und Lebensmittelhandel noch einmal fokussiert.

Trotz des dichten Programmablaufs bot das Symposium den Teilnehmern ausreichend Möglichkeiten zum Netzwerken – ein Angebot das intensiv genutzt wurde. Und so lautete das eindeutige Urteil vieler Teilnehmer zum Symposium 2014: Eine sehr gelungene Veranstaltung, die zur Meinungsbildung beitrug und konkrete Ansatzpunkte vermittelte.

Als Kernthesen und Merkmale aus der Vielzahl der Beiträge wurden herausgearbeitet:

- Die Abhängigkeit von gentechnisch verändertem Soja-Anbau in Drittländern muss aufgegeben werden.
- Handelsunternehmen wie REWE, Spar Österreich, Edeka, Globus, Tengelmann und tegut... arbeiten intensiv an diesen Programmen.
- Die Wertschätzung für Tierwohl muss dem Verbraucher am POS im Handel vermittelt werden.
- Den Landwirten könnte ein garantierter Mehrpreis von 25 % gegeben werden, wenn dadurch 25 % weniger Masse produziert würde.
- Dem Verbraucher muss aber auch klar sein, das die Landwirtschaft kein „Streichelzoo“ sein kann, sondern den Rohstoffmarkt versorgen muss. Für „Tierwohl“ gibt es keine einheitlichen, wissenschaftlichen Maßstäbe. Tierwohl sollte in Gemeinsamkeit aller Marktteilnehmer, als Branchenlösung definiert werden: in kleinen Schritten mit einem Zeitfenster und Formulierung des Endzieles sowie der Begründungen. Wichtig ist auch, die Vermittlung eines notwendigen Mehrpreises an die Verbraucher. Als Vergleich hierzu dient das MSC Siegel bei Fisch mit einem Mehrpreis von rund 30 Prozent ohne Preisdiskussion beim Kunden. Der Appell an die Teilnehmer und an die Branche lautet: „Den Mut aufbringen und in der Praxis die kleinen Schritte als Umdenken ausprobieren!“
- Ein glaubwürdiges, transparentes Labeling-System, das die gesamte Wertschöpfungskette beinhaltet, ist dringend erforderlich. Hierfür bedarf es für eine Durchsetzung entsprechend hohe Budgetmittel.
- Die Käuferreichweite für Fleisch liegt bei 97 Prozent der Haushalte, wobei die Einkaufsmenge sinkt. Der Marktanteil von Bio-Fleisch und Neuland liegt bei ca. 2 Prozent.
- Die Anzahl der kritischen Verbraucher beschleunigt sich dramatisch. Werte, Ethik und Moral wachsen in der Nische. Der Verbraucher erwartet Tierwohl.
- In Handel und verarbeitender Industrie muss ein Umdenken stattfinden hin zu strategischen Unternehmensentscheidungen. „Tierwohl“ muss glaubhaft gelebt werden und ein höherer Preis dafür dem Verbraucher verständlich gemacht werden. Hierfür sollte der Lebensmittelhandel als Botschafter auftreten.
- Der Weg für eine gesunde, artgerechte Fütterung bei Rindern muss heißen: „Weg vom Soja- und Billig-Wahn! Hin zu gesunden Produkten auf Basis von Gras- bzw. Heu-Fütterung.“
- Die Landwirtschaft und Agrarpolitik muss sich entscheiden zwischen einer Lebensmittel- oder einer Energie-Produktion auf den Feldern.

Dialog

Seit jeher handelt die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. nach der Überzeugung, dass es besser ist mit- statt übereinander zu sprechen. In Gesprächen mit Verbänden der Lebensmittelwirtschaft sowie Vertretern der Geflügelwirtschaft und der Fisch verarbeitenden Industrie ging es in diesem Jahr vor allem um Fragen der Transparenz und die Möglichkeiten, das Vertrauen der Verbraucher (zurück) zu gewinnen. ● Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. beteiligte sich am Stakeholderforum von Vier Pfoten und nahm an einer Podiumsdiskussion auf der BioFach in Nürnberg teil.

Gremien

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist in der Deutschen Akkreditierungsstelle (DAkkS) vertreten. Dr. Jochen Neuendorff ist der Verbandsvertreter in den Fachbeiräten „System- / Personenzertifizierung“ und „Gesundheitlicher Verbraucherschutz / Agar“.

Weiterhin übernahm er im Mai 2011 den Vorsitz des Sektorkomitees Landwirtschaft, Ernährung und Nachhaltigkeit. ● Mit dem Verband der Oecotrophologen/VDOe besteht seit dem Jahr 2008 eine gegenseitige Mitgliedschaft. ● Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist Mitglied der Plattform Ernährung und Bewegung. ● Mit dem DHB - Netzwerk Haushalt arbeitet der Bundesverband seit Langem zusammen.

Aktion gegen Massentierhaltung

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. unterstützte die entsprechende Volksinitiative Brandenburg für eine Agrarwende, den Erhalt und Förderung ländlicher Räume, bäuerliche Landwirtschaft und gesunde Lebensmittel.

Kampagnen

Das Ernährungsinstitut KinderLeicht hat eine Infokampagne gegen Lebensmittelverschwendung in Bayern gestartet. Netzwerkpartner ist auch die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ● Der Bundesverband ist Mitunterzeichner des Aufrufs „Aufstehen!“, in dem verschiedene Organisationen u. a. für mehr Bewegung motivieren.

Publikationen

In der Broschürenreihe der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. erschienen in den letzten zwölf Monaten die Themenhefte „Süßigkeiten“, „Clever preiswert kochen 2“, „Vegetarisch genießen“ und „Vegetarisch essen“.



Ökofairer Konsum

Mit dem Internetportal www.oeko-fair.de fördert die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. nachhaltiges Konsumverhalten, indem es über Produkte, Aktivitäten und Organisationen berichtet, die sich für ökologische, sozial gerechte oder öko-faire (Konsum-)Alternativen einsetzen. Das Portal versteht sich als Dienstleister für am nachhaltigen Konsum interessierte Verbraucher, öko-fair engagierte Organisationen und Unternehmen sowie Multiplikatoren und ist Mitglied beim Forum Fairer Handel und Mitbegründer von TransFair, der deutschen Vergabeorganisation für das Fairtrade-Siegel.



Seit der Gründung des Portals www.oeko-fair.de im Jahr 2003 wird es kontinuierlich um neue Themen erweitert. Mit dem öko-fairen Branchenbuch und einem monatlichen Online-Newsletter werden außerdem zusätzliche Dienstleistungen zur Verfügung gestellt. Die Inhalte werden für Medienarbeit genutzt und zusätzlich im verbandseigenen Magazin verwendet. Zusätzlich zu Pressemitteilungen mit verschiedenen inhaltlichen Aufhängern unterstützt das Portal durch die Beantwortung der Anfragen von Verbrauchern, Journalisten und Multiplikatoren, die Verbreitung und Vertiefung des Bewusstseins über ökologisch und sozial nachhaltiges Handel(n) in der Bevölkerung.

Durch die anteilige finanzielle Förderung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) konnte die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. das inhaltliche Angebot von www.oeko-fair.de im Jahr 2014 erneut erweitern. So wurden im Berichtszeitraum u.a. die Themenspezials „Nüsse“, „Ehrenamt“ und „Orangen“ neu erstellt. Derzeit bietet die Webseite neben Hintergrundinformationen zu öko-fairem Anbau und Handel konkreter Produkte 9 Regional- und insgesamt 38 Themenspezials. Diese befassen sich u. a. mit den Themen Regional Einkaufen, Ehrenamt, Öko-fair im Büro, Computer, Klimafreundlich im Haushalt sowie Leihen, Reparieren, Gebraucht kaufen.

Das Informationsangebot von www.oeko-fair.de stößt auch bei Multiplikatoren auf großes Interesse. Besonders beliebt ist nach wie vor der Online-Resterechner für weniger Lebensmittelverschwendung. Nachhaltigkeits-Tipps

und entsprechende Handlungsanregungen erhalten interessierte Verbraucher außerdem über die Facebook-Seite www.facebook.com/oeko.fair. Inzwischen informieren sich rund 3.500 „Fans“ der Seite regelmäßig über Neues rund um Nachhaltigkeit wie den Fairen Handel und nehmen praktische Hinweise wie Termine zu lokalen Aktionen in Anspruch.

Aktuelle Themen wie veränderte Konsumstile und die öffentliche Debatte um mehr Tierwohl aufgreifend wird die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. zeitnah weitere Themenspezials erarbeiten und auf der Webseite sowie im Verbandsmagazin Interessierten zur Verfügung stellen.



Taschenkalender

Ende August 2014 erschien der Jahreskalender „fair.2015“ mit einer Auflage von 80.000 Exemplaren, der gegen Versandkosten abgegeben wird. Der handliche Taschenkalender im DIN-A6-Format bietet auf rund 200 Seiten Hintergrundgedes zum Fairen Handel im Allgemeinen sowie zu fair gehandelten Produkten und verschiedenen Akteuren im Besonderen. Im umfangreichen Serviceteil finden sich u. a. 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 von der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. in Kooperation mit TransFair realisiert.



Jury

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist Mitglied der Jury des Wettbewerbs „Hauptstadt des Fairen Handels“, der vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert wird.



Mitgliedschaft

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist Mitbegründer und Träger von TransFair, der deutschen Vergabeorganisation für das Fairtrade-Siegel. ● Der Bundesverband ist Mitglied im Eine-Welt-Netzwerk NRW sowie dem Forum Fairer Handel.



Textilbündnis

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. gehört seit der Gründung am 16. Oktober zu den mittlerweile über 50 Organisationen und Unternehmen, die das Bündnis für nachhaltige Textilien tragen.

Teilnahme

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. beteiligte sich am Bananenforum. Ziel des von TransFair initiierten Forums ist es, gemeinsam mit unterschiedlichen Akteuren wie Importeuren und Händlern Möglichkeiten für eine nachhaltigere Wertschöpfung im Bananengeschäft zu finden. ● Der Verband beteiligte sich u. a. an der Podiumsdiskussion auf der Messe „Fair handeln“ im April in Stuttgart.



Publikationen

Es erschien das Themenheft „Freiwillig engagieren“.

www.oeko-fair.de

www.resterechner.de

Orientierung durch Offenheit

Viele technische und wissenschaftliche Innovationen wären nicht denkbar ohne Nanomaterialien und Nanotechnologien. Europaweit wird diskutiert, wie wir nachhaltig und verantwortungsvoll mit ihren Möglichkeiten umgehen können. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. setzt dabei auf Transparenz und alltagsnahe Information. Damit sich Verbraucher selbst ein Bild machen können.



Geht es um Nanotechnologien ist die Unsicherheit groß: Was können Nanoteilchen? Wo werden sie eingesetzt? Sind sie sicher für Mensch und Umwelt? Wer lässt sie zu, wer kontrolliert sie? Fragen wie diese beschäftigen Wissenschaftler, Politiker und auch Verbraucher. Sie wollen wissen, wo Nanotechnologien eingesetzt werden und welche Vorteile man sich davon verspricht. Sie lesen vielleicht in der Zutatenliste von Kosmetika, Insektvernichter oder Holzschutzmittel einen Hinweis darauf, dass Nanomaterialien enthalten sind und fragen sich, wieso sie so einen Hinweis nicht auf Lebensmitteln oder Textilien finden können. Auf www.nanoportal-bw.de finden Sie die Antworten.

Liefern, was Verbraucher wissen wollen

Das Verbraucherportal aus Baden-Württemberg informiert auf Initiative des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR) seit dem Jahr 2011 rund um Nanotechnologien im Alltag. Ebenso lang liegt die inhaltliche Betreuung des Angebotes bei der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. Übersichtlich und alltagsnah erhalten alle Interessierten hier Informationen über Nanomaterialien, Sicherheitsforschung, Risikobewertung und vor allem über die Anwendungen. Neben verständlichen Hintergrundtexten geben insbesondere Bildreportagen einen Einblick in die Praxis. Dafür suchen wir nach Unternehmen oder Forschungseinrichtungen, die Nanomaterialien oder Nanotechnologien für Produkte einsetzen, mit denen Verbraucher in Kontakt kommen können. In Fotostrecken stellen wir die besonderen Materialien, Verfahren und Produkte vor, beleuchten die Frage nach der Sicherheit und lassen jene Menschen zu Wort kommen, die die Verantwortung für Sicherheit, Prozesse und Produkte tragen. Die inzwischen zwölf Bildreportagen aus den Bereichen Medizin, Kosmetik, Bauen, Textilien, Lebensmittel und Elektronik werden fortlaufend erweitert. Die Seite www.nanoportal-bw.de ist zugleich das zentrale Element des Nano-Dialogs Baden-Württemberg, den das MLR bereits im

Jahr 2009 ins Leben rief. Dieses Projekt aus Studien, Expertenworkshops und Bürgerveranstaltungen ist konsequent darauf ausgelegt, Verbraucher an den Diskussionen um den künftigen Umgang mit Nanotechnologien zu beteiligen. Auch auf dem Nanoportal steht daher der Dialog im Mittelpunkt. So können Verbraucher beispielsweise direkt Fragen stellen. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. geht ihnen auf den Grund und antwortet abseits ideologischer Positionen sachlich und individuell. Die Antworten fließen zudem als Inhalt in das Online-Portal ein und stehen so weiteren Nutzern zur Verfügung.

Für Verbraucher im Dialog

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. setzt sich seit vielen Jahren für Offenheit und Transparenz in diesem komplexen Thema ein und sucht dafür den Dialog mit Unternehmen, Wissenschaftlern und Behörden. Im Jahr 2014 diskutierte sie auf Einladung des Bundesumweltministeriums mit anderen Experten u. a. die Frage, welche Rolle Nanomaterialien für die Abfallverwertung und Abfallsorgung spielen könnten. Im Zuge der Arbeiten an einem gesamteuropäischen Umgang mit den Nanotechnologien wird zudem der Ansatz „Safe-by-design“ für den Einsatz von Nanomaterialien in Innovationsprozessen weiterentwickelt. Dabei geht es im Kern um Vorschläge an Unternehmen, wie sie die Risikobewertung für den Einsatz von Nanomaterialien an den verschiedenen Stationen der Produktentwicklung vornehmen sollten, bevor die Waren auf den Markt gelangen. Auf einer Fachkonferenz des Bundesumweltministeriums (BMUB) bewertete die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. den möglichen Nutzen dieses Ansatzes für Verbraucher. Ihre Expertise war darüberhinaus im Europäischen Dialogprojekt NanoDiode gefragt. Über die Erfahrungen mit dem Nano-Portal Baden-Württemberg und dem Online-Angebot nanoportal-bw.de berichtete die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. zudem in der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen im Berliner Abgeordnetenhaus sowie dem interessierten Publikum der Dialogveranstaltung Nanoinspire im MLR in Stuttgart.

FachDialog Nanomedizin

Auf Einladung des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und des Bundesministeriums für Gesundheit diskutierten im November 2014 30 Vertreter aus Wissenschaft, Industrie, Umweltverbänden, Regierung und Behörden über die Chancen und Risiken von Nanotechnologien in der Medizin. In der angeregten und offenen Diskussion ging es unter anderem um die Anwendungsbereiche der Nanotechnologien in der Medizin, mögliche zukünftige Anwendungen, aktuelle Regulierungen in diesem Bereich sowie mögliche Risiken. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. brachte die Sicht der Verbraucher in diesen FachDialog ein und lenkte den Blick insbesondere auf den Informationsfluss von den Anwendern zu den Patienten. Werden Verbraucher zu Patienten stellt sich zudem die Frage nach dem Zugang zu unabhängigen Informationen und Beratung. Für beides sind ein aktives Bemühen und eine offene Kommunikation aller Beteiligten nötig.

Publikationen

Im Dezember 2014 erscheint das Themenheft „Nanotechnologie“.



Wachsende Zielgruppe

Der demografische Wandel in unserer Gesellschaft ist nicht zu leugnen. Schon seit dem Jahr 2009 wendet sich die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. an diese Zielgruppe. Beispiele dieser Arbeit sind die mittlerweile über 75 regionalen Verbraucherkonferenzen für die „Zielgruppe 60plus“ oder das Konzept der Online-Stammtische.





Schon vor Jahren hatte der Bundesverband das Konzept der regionalen Verbraucherkonferenzen für die „Generation 60plus“ entwickelt und in Nordrhein-Westfalen sowie Baden-Württemberg umgesetzt. In Kooperation mit den Landesseniorenvertretungen sowie den Verbraucherministerien dieser Bundesländer fanden zunächst halbtägige Veranstaltungen zum Thema Gesundheit statt, in die inhaltlich auch andere Akteure (Verbraucherzentrale, Unabhängige Patientenberatung) eingebunden waren. Nach 22 Veranstaltungen wurde eine neue Veranstaltungsreihe zum Thema Internet konzipiert und 47 mal realisiert. Ab Herbst 2013 startete die dritte thematische Staffel mit dem Schwerpunkt Energie, bisher wurden acht Veranstaltungen realisiert. Insgesamt wurden bisher 77 regionale Verbraucherkonferenzen durchgeführt mit der über 6.500 Menschen direkt sowie ein mehrfaches über die begleitende Medienarbeit erreicht wurden.

Die regionalen Verbraucherkonferenzen werden von einer örtlichen Seniorenvertretung mit organisatorischer Unterstützung durch die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. (Raumbuchung, Catering, Musterpresseerklärung etc.) umgesetzt.

Ein weiterer Baustein bei der Ansprache und Information älterer Verbraucher ist das Modul „Internet-Tutoren“. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. hat deshalb eine Qualifizierungsinitiative für ehrenamtliche Multiplikatoren der Zielgruppe 60plus gestartet. Diese fand in Nordrhein-Westfalen nach mehreren regionalen Auftaktveranstaltungen online per Skype statt. Diese „online-Stammtische“ wurden vom Bundesverband organisiert und moderiert, den

Multiplikatoren stand jeweils zusätzlich ein Referent für die verschiedenen Themen zur Verfügung. In einer ersten Runde fanden insgesamt 30 Stammtische mit rund 50 Internet-Tutoren u.a. zu den Themen Online-Banking, Soziale Netzwerke, Datenschutz und Sicherheit, Gesundheit online, im Internet (grenzenlos) einkaufen und Mobiles Internet statt. Die Fragen und Antworten wurden in einem Online-Tagebuch, einem „Blog“ gesammelt und stehen im Internet unter www.verbraucher.org zur Verfügung. Dort findet man Artikel zu den Themen Datenschutz und Sicherheit, Online-Banking, Soziale Netzwerke, Gesundheit online, im Internet (grenzenlos) einkaufen und mobiles Internet. Über die Kommentar-Funktion im Anschluss an die Artikel kann man Fragen stellen, oder man abonniert gleich den Blog (über die Funktion „Follow“).

Daran anknüpfend wurden bis Juni 2014 an sechs weiteren Standorten Energiestammtische mit lokalen, interessierten Gruppen veranstaltet. Die Themen, Materialien und Antworten wurden und werden gesammelt in einem Online-Tagebuch unter der Adresse <http://vi60plus.wordpress.com/>. Zur Zeit beinhaltet er 237 Beiträge und wird ständig aktualisiert. Gefördert werden diese Qualifikationsangebote vom Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz in Nordrhein-Westfalen.

Für die Teilnehmer der regionalen Energiestammtische und mehr als 60 weitere Multiplikatoren der Zielgruppe 60plus aus ganz Nordrhein-Westfalen bot die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. (Bundesverband) im März 2014 eine Exkursion ins Energie-Kompetenz-Zentrum (EkoZet) in Kerpen-Horrem an.

Austausch

Die Idee der Online-Stammtische wurde weiteren Akteuren auf Bundes- und Landesebene vorgestellt, beispielsweise auf der 2. Herbstakademie des Forum Seniorenbeirat, dem VCD NRW, dem Verbraucherministerium Mecklenburg-Vorpommern, der Landesmedienanstalt Saarland oder der Frauen Union Bayern.

Mitgliedschaften

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. ist Mitglied in der AG Neue Medien der Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen/BAGSO. ● Der Bundesverband ist beim Spendenportal <https://causes.benevity.org/> registriert und hat darüber im September 15 Tablets als Sachspenden erhalten.

Gespräche

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. führte zahlreiche Fachgespräche, z.B. mit dem Kuratorium Deutsche Altershilfe/KDA, dem „Forum Lernen“, der Koordinierungsstelle der Demenz-Service-Zentren, Google und dem Themenforum Verbraucherpolitik der Bundes-SPD. ● Mit Deutschland sicher im Netz/DsiN und der Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen/BAGSO wurde ein gemeinsamer Projektantrag „Digitale Stammtische“ erarbeitet und beim Bundesverbraucherministerium eingereicht.

Tag der Medienkompetenz

Rund 700 Menschen aller Altersgruppen kamen im November 2014 zum Tag der Medienkompetenz in den Düsseldorfer Landtag. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. war mit einer eigens angebotenen Arbeitsgruppe und einem Stand zu den Online-Stammtischen vertreten.

Publikationen

Im Fachbereich erschien das Themenheft „Internet“.



Informationen und Rat finden

Verbraucher müssen sich täglich für oder gegen eine Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen entscheiden. Eine individuelle Entscheidung können sie aber nur treffen, wenn sie brauchbare und verlässliche Informationen haben. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. stellt diese Informationen für verschiedene Zielgruppen und in unterschiedlicher Form zur Verfügung.



Medienarbeit

Zu zahlreichen Themen erstellte der Bundesverband in den letzten 12 Monaten 53 Presseerklärungen. Im Einzelfall erstellt und verbreitet die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. sendefertige Radiobeiträge, die sich in den letzten 12 Monaten mit den Themen „Nachhaltigkeit im Handel“ (10,5 Mio. „Hörer gestern“), „Forum 60+ Selbstbewusst auf dem Strom- und Gasmarkt“ (10,4 Mio. „Hörer gestern“) sowie sechs Mal mit dem Thema Label (10,3 – 27,4 Mio „Hörer gestern“) beschäftigten.

Ratgeber

Als Fortsetzung der Reihe „Gut zu wissen“ erstellte die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. - unterstützt durch das bayerische Verbrauchermuseum - den 58-seitigen Wegweiser „Rat finden in Bayern“. Dieses Angebot möchte Verbraucher in Bayern durch die vielfältige Ratgeberlandschaft führen und ihnen den Weg zur passenden Information



Flyer

Mit zwei Flyern zum Online-Kauf allgemein sowie speziell zum Kauf von Kosmetik im Netz wendet sich ein Netzwerk unterschiedlicher Organisationen, zu denen auch die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. gehört, an die Verbraucher. Der Dialog Kosmetik existiert seit dem Jahr 2005 als themenoffene Plattform zum kritischen Dialog zum Thema Kosmetik.

Kooperation

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist einer der Kooperationspartner von www.haut.de. Auf der Webseite gibt es neben umfangreichen Informationen zu den verschiedenen kosmetischen Mitteln auch Beiträge und Tipps zum Schutz, zur Reinigung und zur Pflege von Haut und Haaren, die von ausgewiesenen Experten verfasst sind. Weiterhin sind aktuelle Beiträge zu einer Reihe von Themen wie z. B. Allergien, Anti-Aging, Ernährung, Hand- und Fußpflege, Haut im Winter, Sonnenschutz (Lichtschutz) und Körperpflege zu finden.



weisen. Neben der grundsätzlichen Orientierung ist hier zunehmend auch der individuelle Rat für die eigene Lebenssituation gefragt. Die Broschüre stellt hilfreiche Einrichtungen und ihre Informationsangebote zu wichtigen Verbrauchertemen vor. Farbige Piktogramme lassen auf den ersten Blick erkennen, ob die Informationen kostenfrei oder kostenpflichtig sind, ob sie im Internet oder als bestellbare Publikation verfügbar sind und ob es eine Beratung per E-Mail, am Telefon oder im persönlichen Gespräch gibt. Anfang 2015 soll der Ratgeber „Gut zu wissen: Nachhaltig konsumieren in Bayern“ erscheinen.

Forum gegründet

Das Forum Gleichstellung und Vereinbarkeit hat sich gegründet und begleitet das EU-Projekt GenDiv – Kooperatives Lernen zu Gender Diversity in Führungspositionen (Projektlaufzeit 2013–2015). Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist im Forum vertreten.

Projektbroschüren

Im Rahmen der regionalen Seniorenkonferenzen in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen zum Thema Energie erschienen jeweils 24-seitige Broschüren mit den drei Vortragsthemen. Zusätzlich wurde in NRW eine Broschüre mit Energiespartipps erstellt. Die Materialien werden im Rahmen der Verbraucherkonferenzen kostenlos abgegeben und sind auf der Webseite der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. kostenfrei herunterladbar. Dort finden Nutzer auch die Themenbroschüren der vorherigen Themenreihen Verbraucher 60+ & Gesundheit sowie Verbraucher 60+ & Internet.

Jahreskalender

Bereits zum achten Mal erschien im August 2014 der Jahreskalender „fair.2015“. In Kooperation mit Fairtrade Deutschland wurde von der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. der 200-seitige Taschenkalender erstellt, die 80.000 Exemplare werden gegen Versandkosten abgegeben. Bestellungen über www.oeko-fair.de.

Der Vorstand der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. im Jahr 2014



Dr. Bettina Knothe,
Bundesvorsitzende



Erik Hildenbrand,
Schatzmeister



Dr. Monika Düngeheim,
Beisitzerin



Ernst-Michael
Epstein, Beisitzer

Mitglieder

Die Mitglieder der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. sowie zahlreiche Spender sichern mit ihren steuerlich absetzbaren Beiträgen und Spenden die Grundfinanzierung des gemeinnützig anerkannten Bundesverbandes. Es gibt unterschiedliche Formen der Mitgliedschaft. Mitglieder können Einzelpersonen und Organisationen werden, eine Mitgliedschaft von Unternehmen ist ausgeschlossen. Mitglieder können verschiedene Serviceleistungen in Anspruch nehmen. Dazu gehört die telefonische rechtliche Erstberatung oder die Möglichkeit, sich von Fachreferenten individuell zu den Themenfeldern Ernährung, Gesundheit und Umwelt beraten zu lassen.

Mitgliederzeitschrift

Das vierteljährlich erscheinende Mitgliedermagazin „Verbraucher konkret“ informiert zur Arbeit des Bundesverbandes, liefert Hintergrundinformationen und Service-Angebote. Im Rahmen der redaktionellen Tätigkeit befragte die Redaktion u. a. Fachleute, z. B. zu Thema Nachhaltigkeit (Ingo Schoenheit/ imug Institut), zum Thema

Fairer Handel (Friedel Hütz-Adams/Südwind) oder zu Fleischfrei leben (Jan Bredack/VEGANZ). Mit der Reihe „Häufige Fragen & Antworten“ werden unterschiedliche Themen wie die Rechte von Verbrauchern im Supermarkt praxisnah und verbrauchergerecht aufbereitet, außerdem werden regelmäßig aktuelle Gerichtsurteile und zu ausgewählten Themen wie Kinder sicher im Netz oder Tauschbörsen relevante Webseiten vorgestellt. Einzelne Themen stießen auch bei der Presse auf Resonanz und wurden von verschiedenen Medien aufgegriffen.

Themenhefte

Mitglieder können im Rahmen der Mitgliedschaft einmalig kostenlos die monothematischen, monatlich erscheinenden Themenhefte anfordern, z. B. über den geschützten Mitgliederbereich auf www.verbraucher.org. Der Bezug von größeren Auflagen ist für Mitglieder preisreduziert möglich.

Kooperationen

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. setzte die seit dem Jahr 1993 bestehende Kooperation mit dm-drogerie markt fort. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit steht die Kunden- und Mitarbeiterinformation. Der Bundesverband ist Mitglied in zahlreichen Organisationen, wie z. B. im Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e. V., des Forums Waschen oder im Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement/BBE.

verbraucher.org

Die Webseite des Bundesverbandes wird derzeit komplett überarbeitet.

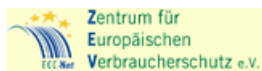
Die 10 häufigsten Themen der inhaltlichen Mitgliederberatung 2014

- Gesundheitsschädliche Stoffe, z. B. in Kosmetika, Lebensmitteln, Haushaltsartikeln, Textilien, Elektrogeräten, Einrichtungsgegenständen und die damit verbundenen möglichen gesundheitlichen Risiken
- Schadstoffarme, gesundheitsverträgliche, umweltfreundliche Produkte und entsprechende Siegel
- Tipps zu energiesparenden Haushaltsgeräten
- Stromanbieterwechsel, Informationen zu Ökostromanbietern
- Herstellung, Verwendung und Gesundheitswert von bestimmten Lebensmitteln
- Informationen zu Allergien
- Vertragsrechtliche Fragestellungen (z. B. Versicherungs-, Kauf- und Dienstleistungsverträge)
- Versicherungen, v. a. Lebens-, Kranken- und Pflegezusatzversicherungen
- Geldanlageformen
- Unseriöse Mails mit zweifelhaftem Absender (Spam)



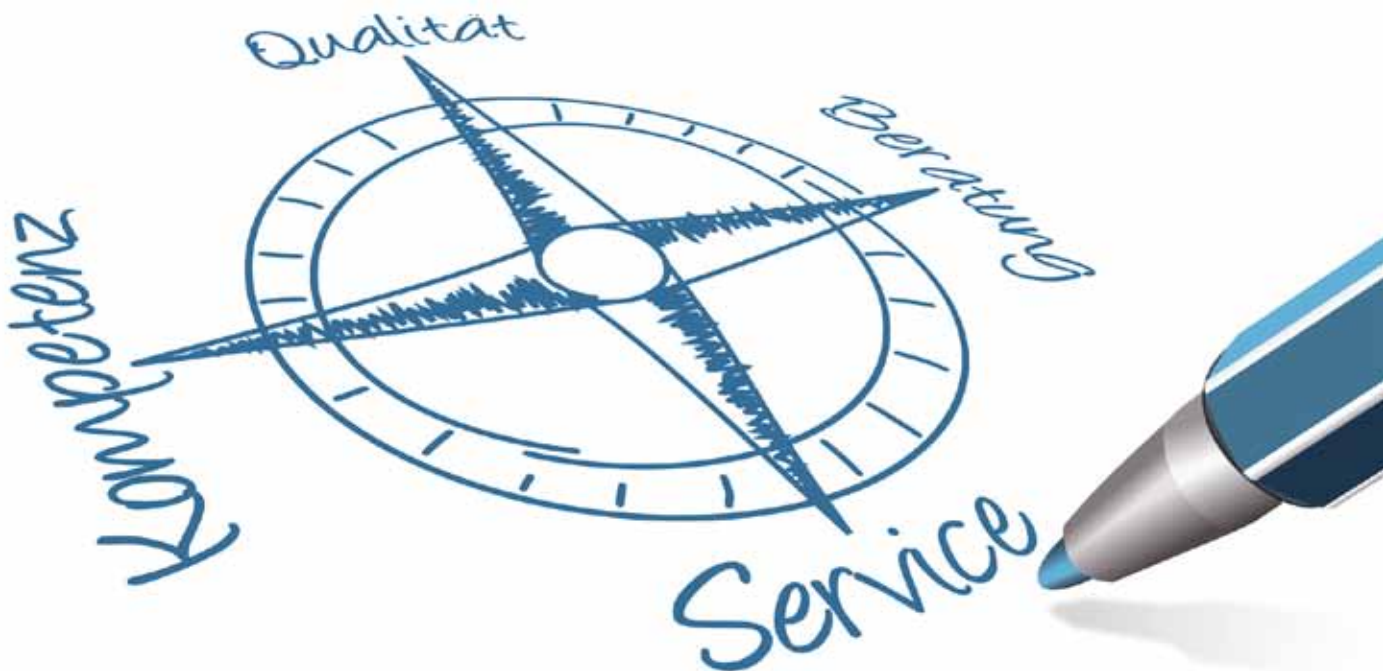
Foto: Creatix/Collection

www.verbraucher.org



Verbraucher Initiative Service GmbH

Die seit dem Jahr 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 VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. veröffentlicht monatlich ein monothematisches Themenheft. Die überwiegend 24-seitigen Publikationen werden sowohl hausintern wie durch externe Fachautoren erstellt. Derzeit sind fast 100 unterschiedliche Broschüren lieferbar bzw. als Download erhältlich. Der einmalige Bezug ist für Mitglieder kostenlos, Nichtmitglieder können die Themenhefte gegen einen Unkostenbetrag bestellen oder herunterladen.

Neu erstellt wurden seit

November 2013 folgende Titel:

- Süßigkeiten 11/2013
- Internet 12/2013
- Clever preiswert kochen 2 01/2014
- Label und Gütezeichen 02/2014
- Energiesparende
Haushaltsgeräte 03/2014
- Patientenrechte 2 04/2014
- Freiwillig engagieren 05/2014
- Vegetarisch genießen 06/2014
- Nachhaltiger Handel(n) 06/2014
- Energie sparen 07/2014
- Alltagsmythen 08/2014
- Zähne pflegen 09/2014
- Lebensstile und Labels 10/2014
- Vegetarisch essen 11/2014
- Verbraucherwegweiser 12/2014
- Nanotechnologien 01/2015

Zusätzlich werden im Shopbereich ausgewählte Publikationen anderer Verlage (Stiftung Warentest, Anwaltsverlag etc.) zum Originalpreis angeboten. Mitglieder sparen hier die Versandkosten. Die Verbraucher Initiative Service GmbH führt - gegen Versandkosten - den Materialversand durch. Ein Teil der Materialien, wie der Versand der Broschüren im Rahmen der Seniorenkonferenzen, werden als Dienstleistung gegenüber dem Verein erbracht. Auch der Versand der Broschüren „Gut zu wissen: „Energie sparen in Bayern“ und „Gut zu wissen: Gütezeichen in Bayern“ oder des Taschenkalenders „fair.2015“ erfolgt über diesen Weg.

Bewertung

Im Auftrag der REWE Group wurden auch im Jahr 2014 im Rahmen des PRO PLANET-Prozesses verschiedene Lebensmittelgruppen unter verbraucherrelevanten Gesichtspunkten wie Energieverbrauch, Entsorgung von Lebensmitteln oder Nährwertkennzeichnung in einem Fragebogen bewertet. Die bearbeiteten Bögen fließen zusammen mit Untersuchungen und Befragungen aus anderen Bereichen in die PRO PLANET-Aktivitäten des Konzerns ein.



Die zwanzig absatzstärksten Themen im Jahr 2014

Clever preiswert kochen 2
Vegetarisch genießen
Rückengesundheit
Label & Gütezeichen
Alltags Mythen
Patientenrechte 2
Sitzender Lebensstil
Süßigkeiten
Fairer Handel
Zahngesundheit
Energiesp. Haushaltsgeräte 2013/14
Internet 2013
Freiwillig engagieren
Energie sparen
Kosmetik
Lebensmittelzusatzstoffe
Klimafreundlich einkaufen
Abfall vermeiden und entsorgen
Patientenrechte
Wie Oma naschen

Weiterbildung

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist seit 2011 in die Fortbildung zur Naturkostfachkraft – Beratungsexperte Bio-Produkte als Referentin eingebunden. Die vom Bildungsträger FORUM Berufsbildung Hamburg umgesetzte zertifizierte Weiterbildung im Naturkostbereich wird von der Arbeitsagentur gefördert. Eng in die Maßnahmen mit eingebunden sind Arbeitgeber aus der Naturkostbranche. Seit diesem Jahr findet die Weiterbildung angelehnt an das duale Ausbildungsmodell mit einer Kombination aus theoretischem Unterricht und regelmäßigen Praxistagen in den Betrieben statt. In 2014 wurde der Unterricht in Lübeck fortgesetzt und weitere Kurse in Hamburg angeboten. Inhalte sind u. a. Warenkunde zu Bio-Produkten, Informationen zu Fairem Handel, zu Allergien und ernährungsbedingten Erkrankungen sowie praktische Beratungsübungen für den Verkauf im Naturkosthandel.

Service

Der Bundesverband bietet über die verbandseigene GmbH den 12-wöchigen Online-Kurs „Gesund essen und wohlfühlen“ an. Einen Überblick über die eigene Ernährung bietet auch der kostenpflichtige „Ernährungs-Check“. Mitglieder zahlen bei beiden Angeboten einen reduzierten Preis.

Auftragsarbeiten Bayern

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. erstellt Fachtexte für das bayerische Verbraucherportal VIS.

Anbieterwechsel

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 gilt ab Ende 2008.



www.verbraucher.com

Lieferbare Themenhefte der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

Essen und Trinken

Alternative Ernährungsformen (TH, 12/2006, 16 Seiten)
Clever preiswert kochen (TH, mit Rezepten, 05/2009)
Clever preiswert kochen 2 (TH, mit Rezepten, 01/2014)
Clever saisonal kochen (TH, mit 80 Rezeptkarten, 01/2010)
Clever saisonal kochen 2 (TH, mit 80 Rezeptkarten, 01/2011)
Clever saisonal kochen 3 (TH, mit 80 Rezeptkarten, 06/2011)
Diäten (TH, 11/2006)
Essen macht Laune (TH, mit Rezepten, 10/2012, 16 Seiten)
Fleisch genießen! (TH, 08/2009)
Fisch & Co. (TH mit Einkaufsführer und Wörterbuch, 08/2010)
Genießen statt wegwerfen (TH, 11/2011, 16 Seiten)
Gesund essen (TH mit Ernährungs-Check, 05/2006)
Klimafreundlich essen (TH, 04/2010, 16 Seiten)
Küchenkräuter (TH, Übersicht zum Aufhängen, 02/2009, 8 Seiten)
Lebensmitteleinkauf (TH mit Liste der E-Nummern zum Ausschneiden, 05/2005)
Lebensmittelvorräte (TH mit Tipps gegen Schädlinge im Haushalt, 07/2005)
Lebensmittelzusatzstoffe, Aromen & Enzyme (TH, 07/2013)
Pflanzenöle (TH, 09/2011, 16 Seiten)
Pflanzlich genießen (TH, 03/2006)
Saisonkalender für Obst und Gemüse (12/2004, 8 Seiten)
Süßigkeiten (TH, 11/2013)
Vegetarisch genießen (TH 06/2014, 16 Seiten)
Vegetarisch essen (TH 11/2014)
Vitamine & Co. (10/2011, 16 Seiten)
Wie Oma backen (TH, mit Rezepten, 11/2009, 16 Seiten)
Wie Oma kochen (TH, mit Rezepten, 08/2011)
Wie Oma naschen (TH, mit Rezepten, 08/2012, 16 Seiten)
Wild & Wildpflanzen (TH, 07/2007)

Bauen, Wohnen, Umwelt

Abfall vermeiden & entsorgen (TH, 01/2013)
Alternative Kraftstoffe (TH, 01/2009, 16 Seiten)
Blauer Engel (TH, 04/2008, 16 Seiten)
Energie sparen (TH, 07/2014, 16 Seiten)
Energiesparende Haushaltsgeräte (TH, 03/2014, 16 Seiten)
Energieeffizientes Sanieren (TH 4/2009)
Gas-Fahrzeuge (TH, 10/2007, 16 Seiten)
Gesund Wohnen (TH mit Umweltanalysen, 08/2005)
Green IT (TH, 10/2009)
Holz & Holzprodukte (02/2011, 16 Seiten)
Klimafreundlich einkaufen (TH, 01/2012)
Label & Gütezeichen (TH, 02/2014)
Leihen, teilen, gebraucht kaufen (TH, 11/2012)
Strom sparen (TH, 05/2007, 16 Seiten)
Wie Oma gärtnern (TH, 04/2012)

Gesund leben

Allergien (TH, 12/2008)
Babykost & -pflege (TH, 02/2006)
Erkältung (TH, 04/2007, 16 Seiten)
Familienratgeber: Ernährung & Bewegung (TH, 03/2012)
Familienratgeber: Sitzender Lebensstil (TH, 10/2013, 20 Seiten)
Frauen & Gesundheit (TH, 12/2011)
Gesund älter werden (TH, 09/2010)
Gesund im Büro (TH, 02/2008)
Gesund schlafen (TH, 05/2008, 16 Seiten)
Homöopathie (TH mit Tabelle zur Mittelfindung, 10/2005)
Kinder & Gesundheit (TH, 06/2012)
Kindersicherheit (TH mit Checkliste „Kindersicherer Haushalt, 07/2006)
Klein- und Schulkinder (TH, 09/2008)
Kosmetik (TH, 09/2013, 32 Seiten)
Männer & Gesundheit (TH, 02/2010)
Naturheilverfahren (TH, 08/2007)
Omas Hausmittel (TH, 05/2010)
Patientenrechte (TH, 08/2013)
Patientenrechte 2 (TH, 04/2014)
Pflege (TH, 06/2013, 32 Seiten)
Prävention und Erste Hilfe (TH, 10/2010)
Rückengesundheit (TH, 12/2010, 28 Seiten)
Sauberer Haushalt (TH, 06/2008)
Sehen und Hören (TH, 09/2007)
Selbstmedikation (TH, 12/2007)
Textilien (TH, 02/07) plus Ratgeber „Textilien & Allergien“ (10/2008)
Zähne pflegen (TH 09/2014)

Weitere Themen

Alltagsmythen (TH, 08/2014)
Clever haushalten 1 (TH, 09/2012)
Clever selbst machen! (TH, 07/2010)
Fairer Handel (TH, 12/2012)
Freiwillig engagieren (TH 05/2014, 16 Seiten)
Ihr gutes Recht: Erben & Vererben (TH, 07/2011)
Internet (TH, 12/2013)
Lebensstile & Labels (TH, 10/2014)
Nachhaltig einkaufen (TH, 05/2011)
Nachhaltige Mobilität (TH, 07/2012)
Nachhaltige Unternehmen (TH, 11/2008, 16 Seiten)
Nachhaltig leben (TH, 02/2012)
Nachhaltig reisen (TH, 05/2012)
Nanotechnologien im Alltag (03/2011, 16 Seiten)
Ratgeber Eltern (TH, 06/2010)
Richtig helfen (TH, 04/2013, 20 Seiten)
Verbraucherwegweiser (TH, 12/2014)

TH = 24-seitiges Themenheft; soweit nicht anders angegeben.