

Breites Bündnis gegen Marktmacht der Megakonzerne – Neue Initiative fordert schärfere Fusions- und Missbrauchskontrolle und stellt Rechtsgutachten vor

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018

Berlin, 09.01.2018. Wichtige Märkte sind in den Händen von immer weniger Mega-Konzernen. Dagegen stellt sich anlässlich des 60. Geburtstags des Bundeskartellamtes ein breites Bündnis von 24 Umwelt-, Landwirtschafts-, und Entwicklungsorganisationen. Ihre Forderung an die nächste Bundesregierung: Das Kartellrecht verschärfen, um die Marktmacht von Konzernen zu begrenzen. Die Marktkonzentration ist mittlerweile so weit fortgeschritten, dass sie kleinere Unternehmen stark benachteiligt. Zulieferer, Bauern und Bäuerinnen und Arbeiter/innen in Produktionsländern können sich gegen übermächtige Unternehmen kaum durchsetzen. Letztlich wird so die soziale Ungleichheit verschärft.

Das Bündnis „Konzernmacht beschränken“ fordert die Politik auf, den gefährlichen Trend zu immer mehr Marktkonzentration zu stoppen: Fusionen sollten schon bei Unternehmen mit einem Marktanteil von 20 Prozent verboten werden können. Zusammenschlüsse über mehrere Produktions- und Handelsstufen hinweg müssen häufiger untersagt werden. Zudem sollten Unternehmen zu mehr Transparenz verpflichtet werden und ihre Firmenstrukturen, Marktsegmente, Verflechtungen und Lobbyaktivitäten offenlegen müssen. In hochkonzentrierten Märkten braucht das Kartellamt ein schlagkräftiges Instrument, um als letztes Mittel Konzernteile oder Geschäftsfelder

übermächtiger Konzerne abzukoppeln.

Unterstützung bekommt das Bündnis von Prof. Dr. Tobias Lettl, Professor für Bürgerliches Recht, Handels- und Wirtschaftsrecht an der Universität Potsdam, der für Oxfam ein Gutachten erstellt hat. „Die Fusionskontrolle greift nicht in hochkonzentrierten Märkten“, attestiert Lettl und empfiehlt Eingriffe des Staats: „Um etwa im IT-Sektor und dem Pestizid- und Saatgutgeschäft den Wettbewerb wiederzubeleben, sollten als letztes Mittel staatliche Eingriffe möglich gemacht werden, um Konzernstrukturen zu entflechten“, erklärt Prof. Lettl.

IT-Bereich: Bedrohliche Manipulationsmacht durch Daten-Monopole

Im Werbemarkt und bei der Suche im Internet hat Google faktisch eine Monopolstellung und ist für viele Nutzer der zentrale Zugang zum Internet geworden. Durch seine vielen weiteren „Gratis“-Dienste wie E-Mail, den Routenplaner Maps, die Dokumentenverwaltung Docs, die Videoplattform Youtube, den Browser Chrome und das Smartphone-Betriebssystem Android sammelt Google exzessiv Daten. Google weiß, wer wir sind, was wir denken, was wir fürchten und was uns wichtig ist, und gewinnt damit Macht über die öffentliche Meinung. Das ist auch bei Facebook, das 75 Prozent der mobilen Kommunikationsdienste kontrolliert, höchst problematisch. Rena Tangens von Digitalcourage fordert: „Die Politik muss endlich den Mut haben, diese kommerziellen Plattformbetreiber zu regulieren, Monopole aufzulösen und die Datensammlung und -auswertung wirksam zu beschränken.“

Agrarsektor: Marktkonzentration gefährdet Demokratie und Ernährungssouveränität

„Je größer die Konzerne, desto mehr Macht und finanzielle Mittel haben sie, die Politik und Märkte in ihrem Sinne zu beeinflussen“, kritisiert Georg Janßen, Bundesgeschäftsführer

der Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft (AbL). Die geplante Fusion von Bayer und Monsanto sollte die EU-Kommission deswegen ablehnen. „Die Politik muss verhindern, dass Bauern einseitig von Konzernen abhängig werden. Dies beinhaltet auch, das Pestizid- und Saatgutgeschäft im Rahmen einer Entflechtung zu trennen“, so Janßen. Lena Michelsen vom INKOTA-netzwerk ergänzt: „Die Marktkonzentration bei Saatgut- und Pestiziden bedroht die Ernährungssouveränität weltweit und insbesondere die Lebensgrundlagen von Kleinbauern und Kleinbäuerinnen im globalen Süden. Deshalb fordern wir eine vielfältige Landwirtschaft mit lokal angepasstem Saatgut.“

Automobilindustrie: Keine Konsequenzen bei Verfehlungen

Die Autokonzerne in Deutschland sind enorm mächtig und eng mit der Politik verflochten. Auch nach dem Diesel-Skandal dürfen sie Pkw auf den Markt bringen, die den Grenzwert für gesundheitsschädliche Stickoxide um teils mehrere hundert Prozent überschreiten. „Es ist unglaublich, dass die Autokonzerne die Gesundheit der Menschen und das Klima schädigen, ohne dass dies Konsequenzen hat“, kritisiert Sascha Müller-Kraenner, Bundesgeschäftsführer der Deutschen Umwelthilfe (DUH). „Der deutsche Staat muss kriminelles Fehlverhalten zukünftig konsequent ahnden und nach dem Vorbild Frankreichs hohe Strafzahlungen gegen das gesetzeswidrige Verhalten der Automobilkonzerne verhängen.“

Lebensmittelsektor: Supermärkte sind Türsteher des deutschen Markts

Die vier größten Lebensmittelkonzerne Edeka, Rewe, Aldi und Schwarz-Gruppe (Lidl und Kaufland) verfügen bereits über einen Marktanteil von 85 Prozent. „Die großen Supermärkte sind die Türsteher für den deutschen Markt und nutzen diese zentrale Position gnadenlos aus“, kritisiert Frank Braßel, Leiter Arbeitsbereich Wirtschaftliche Gerechtigkeit bei Oxfam Deutschland. „Die Preise, die liefernden Landwirten gezahlt werden, sind zu niedrig, um ihre Kosten zu decken und die

Arbeiter/innen müssen unter menschenunwürdigen Bedingungen für Hungerlöhne schuften. Für solche Versäumnisse braucht es dringend eine unabhängige Beschwerdestelle, die anonym vorgebrachte Missbrauchsfälle untersucht und sanktioniert.“

Hinweis an die Redaktionen:

[Hier](#) finden Sie das Plattformpapier des neu gegründeten Bündnisses.

Das vollständige Rechtsgutachten von Prof. Dr. Lettl steht [hier](#) zum Download bereit.

Interviews mit den Experten der jeweiligen Organisationen vermitteln wir gerne.

Das Bündnis „Konzernmacht beschränken“ wird getragen von:

Agrar Koordination, Aktion Agrar, Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt, Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft, BUKO Pharma-Kampagne, Bund für Umwelt und Naturschutz, Deutscher Naturschutzring, Deutsche Umwelthilfe, Die Freien Bäcker, Digitalcourage, Finance Watch, Forum Fairer Handel, Forum Umwelt & Entwicklung, Germanwatch, Global Policy Forum, Goliathwatch, INKOTA-netzwerk, Oxfam, PROVIEH, Seeds Action Network, Slow Food, Umweltinstitut München, Weltladen-Dachverband, Werkstatt für Ökonomie.

Pressekontakt:

Annika Zieske, Tel.: 030-45 30 69 715, E-Mail: azieske@oxfam.de

Oxfam ist eine internationale Nothilfe- und Entwicklungsorganisation, die weltweit Menschen mobilisiert, um Armut aus eigener Kraft zu überwinden. Dafür arbeiten im Oxfam-Verbund 20 Oxfam-Organisationen Seite an Seite mit rund 3.250 lokalen Partnern in mehr als 90 Ländern.

Mehr unter www.oxfam.de

Oxfam Deutschland e.V.

Am Köllnischen Park 1
10179 Berlin
Deutschland

Lehren aus Verfehlen des Klimaschutzziels 2020: Koalitionsvertrag mit konkreten Instrumenten

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018
Pressemitteilung Germanwatch

Germanwatch fordert fundiertes Maßnahmenpaket zum Erreichen des 2030-Ziels, Klimaschutzgesetz, Enddatum für den Kohleausstieg und CO2-Mindestpreis

Berlin/Bonn (9. Jan. 2018). Ein Sofortprogramm für die deutsche Klimapolitik bis 2020 und die notwendigen Instrumente zum Erreichen des Klimaziels für 2030 fordert die Umwelt- und Entwicklungsorganisation Germanwatch für den Koalitionsvertrag. „Wer sich ehrlich machen will, kann nicht die nächste Mogelpackung ankündigen“, kommentiert Christoph Bals, Politischer Geschäftsführer von Germanwatch. „Die jüngsten drei Bundesregierungen haben es immer wieder abgelehnt, ausreichende Instrumente für das Erreichen der angekündigten Klimaziele zu verabschieden. Gleichzeitig haben sie das Ziel immer wieder beschworen. Sowohl Angela Merkel als auch Martin Schulz hatten noch in den vergangenen Wochen versprochen, alles dafür zu tun, dass das 40-Prozent-Reduktionsziel für 2020 noch erreicht wird. In jedem Paket, auf dem Ziele drauf stehen, müssen auch Instrumente drinnen

sein.“

Bals ergänzt: „Mit den notwendigen Instrumenten lassen sich das Klimaziel für 2020 wenigstens annähernd und die international zugesagten mindestens 55 Prozent Emissionssenkung bis 2030 auch tatsächlich erreichen.“

Das noch vorläufige Papier der Sondierer enthält nach Germanwatch-Einschätzung einige gute Ansätze in dieser Hinsicht. Dazu gehöre, dass es endlich ein Gesetz geben soll, damit die Einhaltung des Klimaschutzziels für 2030 von mindestens 55 Prozent Emissionsreduktion gewährleistet wird. Weitere gute Ansätze seien die Beschleunigung des Zubaus der erneuerbaren Energien, die Einrichtung einer Kohleausstiegskommission und der Fokus auf Problemsektoren wie Verkehr und Bau, auf deren Emissionssenkung die Politik nun besonders hinarbeiten will. Doch dies reicht aus Sicht von Germanwatch nicht, um die notwendigen Ziele tatsächlich zu erreichen. Bals: „Ohne die Einführung von CO₂-Mindestpreisen in allen Sektoren als Teil einer Steuer- und Abgabenreform werden die Klimaziele im Verkehrs- und Gebäudebereich weiter krachend verfehlt werden.“ Zentral sei auch, dass bereits der nun zu verhandelnde Koalitionsvertrag ein Schlussdatum für die Kohleverstromung in den frühen 2030er-Jahren setzen und den deutlich beschleunigten Ausbau der erneuerbaren Energien absichern müsse.

Kontakt für Medien:

Stefan Küper

Pressesprecher Germanwatch

(Kontakt s.u., erreichbar per Handy)

—

Stefan Küper

Pressesprecher

Germanwatch e.V.

Dr.Werner-Schuster-Haus

Kaiserstr. 201

D-53113 Bonn

Tel. +49 (0)228 / 604 92-23, Fax -19

mobil: 0151 / 252 110 72

E-Mail: kueper@germanwatch.org

www.germanwatch.org

Neu gedacht: Erfolgreich mit Ecodesign – Letzte Runde des DBU- Umweltkommunikationsprojekts startet mit Ausstellung und Workshop in Ludwigsburg

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018

Pressemitteilung

Berlin, 10. Januar 2018

Am 15. Januar 2018 wird das Umweltkommunikationsprojekt „Ecodesign als Beitrag zu einer umweltverträglichen und materialeffizienten Produktgestaltung“ ein letztes Mal feierlich im Scala in Ludwigsburg eröffnet. Das Vorhaben wird fachlich und finanziell von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) unterstützt. Die Wanderausstellung „Neu gedacht“, die im Rahmen des Vorhabens insbesondere die Zielgruppe der kleinen und mittleren Unternehmen berücksichtigt, ist bis zum 18. Februar im MIK Museum Information Kunst in Ludwigsburg zu sehen. Workshops und Diskussionsveranstaltungen bieten

Unternehmen, Designbüros und -agenturen aber auch Verbraucherinnen und Verbrauchern die Gelegenheit, sich über ökologische Gestaltung als Innovationsfaktor zu informieren.

Das Projekt soll auf das wirtschaftliche Potenzial von Ecodesign für kleine und mittlere Unternehmen aufmerksam machen: Veranstaltungen wie Qualifizierungsworkshops und Führungen mit Expertinnen und Experten erklären, wie und warum Design gerade bei der Entwicklung zukunftssträchtiger ökologischer Produkte und Services eine bedeutende Rolle spielt. Der frühzeitige Einbezug von Kreativen in den Entwicklungsprozess kann überzeugende „neu gedachte“ Lösungen hervorbringen. Dafür bietet das Projekt Unternehmen sowie Designerinnen und Designern die Möglichkeit, Kontakte in ihrer Region zu knüpfen. Umweltfreundliche Materialien und Kreislaufwirtschaft bei gleichzeitiger Nutzerorientierung sind nur einige von vielen Kriterien, die es bei einem umweltgerechten, funktionellen und gleichzeitig ästhetisch ansprechenden Design zu beachten gilt. „Der Designentscheidung kommt im Nachhaltigkeitsmanagement noch nicht die notwendige Bedeutung zu. Dies hoffen wir, auch durch die Wanderausstellung, positiv zu beeinflussen. Die DBU sieht in dem Kommunikationsprojekt einen Beitrag zum vorsorgenden Umweltschutz. Die optische Ästhetik darf nicht länger ausschließlich das Hauptaugenmerk beim Produktdesign darstellen. Die Nachhaltigkeit bei der Rohstoffauswahl und im Produktions- und Nutzungsprozess müssen von vorne herein mitgedacht werden“, so DBU-Expertin Verena Exner.

Als vorbildhafte Projekte zeigt die Wanderausstellung die 20 Beiträge, die die fachübergreifende Jury des Bundespreises Ecodesign 2017* aufgrund ihrer ökologischen und gestalterischen Qualität am meisten überzeugt haben und am 27. November 2017 in Berlin ausgezeichnet wurden. Beispielsweise wird kreislauffähige und langlebige Mode neben Dienstleistungen gegen Verschwendung, energieeffizienten Geräten sowie einem innovativen architektonischen

Entwurfsansatz gezeigt.

Am 12. Februar führt die Umweltexpertin Dr. Ulrike Eberle im MIK einen Workshop zum Thema „Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewertung von Produkten und Dienstleistungen“ durch. Neben theoretischem Wissen zu Ecodesign steht die praktische Anwendung im Mittelpunkt. Zielgruppe sind Designerinnen und Designer sowie kleine und mittlere Unternehmen, die wenig oder keine Erfahrung in der Anwendung der Prinzipien und Kriterien von Ecodesign haben.

Nach der Station Ludwigsburg wird das Umweltkommunikationsprojekt zusammen mit der Ausstellung bei den 30. Coburger Designtagen von Ende Mai bis Anfang Juni sowie im Grassi Museum für Angewandte Kunst in Leipzig von Mitte Oktober bis Anfang November 2018 gastieren. Weitere Stationen sind geplant.

Für die Konzeption und Durchführung ist das Internationale Design Zentrum Berlin (IDZ) verantwortlich.

Auftaktveranstaltung und Ausstellungseröffnung

15. Januar 2018, 19 Uhr
im [Scala](#), Ludwigsburg

Ausstellung „Neu gedacht“

15. Januar bis 18. Februar 2018
im [MIK Museum Information Kunst](#), Ludwigsburg

Öffnungszeiten:

Dienstag bis Sonntag 10 bis 18 Uhr

Montags und an Feiertagen geschlossen

Workshop in Ludwigsburg

12. Februar 2018, 9 bis 16 Uhr
im MIK Museum Information Kunst, Ludwigsburg

Thema: „Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewertung von Produkten und Dienstleistungen“

Leitung: Dr. Ulrike Eberle, [corsus – corporate sustainability](#)

Teilnahme kostenlos, Anmeldung per Mail an

medien@ludwigsburg.de

Weitere bisher geplante Stationen der Ausstellung

15. Januar bis 18. Februar 2018 im [MIK Museum Information Kunst](#), Ludwigsburg

29. Mai bis 03. Juni 2018 bei den [30. Coburger Designtagen](#), Coburg

16. Oktober bis 05. November 2018 im [Grassi Museum für Angewandte Kunst](#), Leipzig

*Das Bundesumweltministerium und das Umweltbundesamt loben den Bundespreis Ecodesign seit 2012 in Kooperation mit dem Internationalen Design Zentrum Berlin jährlich aus. Weitere Informationen zum Bundespreis Ecodesign unter [bundespreis-ecodesign.de](#).

Kontakt

IDZ | Internationales Design Zentrum Berlin e.V.

Am Park 4

10785 Berlin

Ansprechpartnerin für Pressefragen:

Lene Schwarz

T +49 (0)30 61 62 321-21

lene.schwarz@idz.de

www.idz.de

Münchens	Papiermüll-
Pyramiden:	114 Millionen

Papierhandtücher jährlich allein in Schulen, Kitas und Ämtern

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018



Presseinformation

Köln, 10. Januar 2018: Nach dem Händewaschen in öffentlichen Waschräumen greift man meist zum Papierhandtuch. Deutschlandweit landen dadurch jährlich 66.800 Tonnen Papier im Müll.

Allein in den städtischen Einrichtungen von München werden täglich 300.000 Papierhandtücher verbraucht. Die Papiere werden nicht recycelt und gehen damit dem Papierkreislauf für immer verloren. Dabei gibt es Alternativen.

Rund 114 Millionen Papierhandtücher werden jährlich in den Dienststellen und öffentlichen Schulen und Kinderbetreuungsstellen der Stadt München verbraucht. Das geht aus dem Rahmenvertrag der Stadt für die öffentliche Beschaffung hervor.¹ Rechnet man die Waschräume in den privat geführten Restaurants, Museen und Unternehmen hinzu, werden münchenweit etwa 700 Millionen der Tücher aus den Spendern gezogen.² „Das sind 1.250 Tonnen Müll, so viel wiegen etwa 900 VW Golf“, erklärt Henning von Gagern, Direktor Professional bei Dyson.

„Die Stadt München setzt sich in vielen Bereichen vorbildlich

für einen bewussten und sparsamen Umgang mit der Ressource Papier ein“, betont von Gagern. Zum Beispiel mit der aktuellen Kampagne zum Verzicht auf Einwegkaffeebecher.³ „Das Problem der Papierhandtücher wird in München wie in den meisten Städten bisher allerdings völlig unterschätzt. Dabei entsteht hier noch mehr Abfall als durch Einwegkaffeebecher“, so von Gagern.

Wegwerfhandtücher lassen sich vermeiden

Alternativen zum Papierhandtuch sind Baumwolltücher und Händetrockner. Die beste Umweltbilanz weisen sogenannte Jetstream-Händetrockner auf, wie etwa der Dyson Airblade. Diese trocknen die Hände mit einem kalten, starken Luftstrahl. Das spart nicht nur Müll. Das Umweltbundesamt hat in einer Studie herausgefunden, dass dabei auch am wenigsten klimaschädliche Gase wie CO₂ entstehen.⁴

Ein positiver Nebeneffekt: Auch finanziell weisen Jetstream-Händetrockner eine gute Bilanz auf. In weniger als einem Jahr übersteigt der Wert der im Schnitt verbrauchten Papierhandtücher die Anschaffungskosten eines Dyson Airblade Händetrockners. Einmal installiert, verursacht der Jetstream-Trockner im Betrieb kaum Kosten.⁵

Weitere Informationen und Bildmaterial im Dyson Newsroom unter <http://www.dyson.de/presse>

1 Quelle: RIS – RatsInformationssystem der Stadt München: www.rismuenchen.de

[de/RII/RII/DOK/SITZUNGSVORLAGE/3782732.pdf](http://www.rismuenchen.de/RII/RII/DOK/SITZUNGSVORLAGE/3782732.pdf)

2 Errechnet aus dem bundesweiten Verbrauch in Relation zur Einwohnerzahl Münchens. Quelle: Euromonitor, Tissue and Hygiene Research 2017, www.euromonitor.com

3 Vgl.:
www.muenchen.de/aktuell/2017-10/kampagne-abfallvermeidung-einweg-kaffeebecher.html

4 Umweltbundesamt (UBA), Texte 33/2014, Vereinfachte Umweltbewertungen des Umweltbundesamtes (VERUM 1.0)

5 Siehe www.dyson.de/calcs

Über Dyson:

Das Technologie- und Erfinderunternehmen Dyson hat es sich zur Aufgabe gemacht, Produkte des täglichen Lebens durch neue Ideen zu verbessern. Ziel ist, das Wohlbefinden mit intelligenten Produkten zu steigern. Seit seinen Anfängen mit Zyklonstaubsaugern hat sich das Portfolio von Dyson erheblich erweitert. Für die Produktkategorien Händetrockner, Leuchten und Raumklima für Unternehmen ist der Businessbereich von Dyson zuständig.

Bei Rückfragen und für weitere Informationen wenden Sie sich gerne an:

Dyson Unternehmenskommunikation

Daniele Müller • 0221/ 50 600 – 148 •

Dyson GmbH • Lichtstraße 43e • 50825 Köln • Fax: 0221/50 600 – 190

Partner

Ahnen&Enkel, Agentur für Kommunikation

Mariannenstraße 9-10

10999 Berlin

0176 24569084 / 030 39105133

weller@ahnenenkel.com

www.ahnenenkel.com

GLS Bank sucht auf BIOFACH bestes Nachwuchsunternehmen

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018

Presseinformation

Bochum/Nürnberg, 18.12.2017. Auf der BIOFACH 2018 können Unternehmer*innen ihre innovative Geschäftsidee erstmals beim GLS Bank-Pitch präsentieren. Dafür werden Kandidaten gesucht, die sich der Öffentlichkeit vorstellen und eine Finanzierung gewinnen wollen.

Bio-Idee trifft Investoren: Bei der weltgrößten Bioleitmesse bekommen die Teilnehmer*innen 5 Minuten Zeit, um ihr Unternehmen vorzustellen. Danach wird eine vierköpfige Fachjury sie 10 Minuten intensiv befragen und eine Einschätzung abgeben. Zusammen mit dem Publikum wird die Jury über den besten Pitch abstimmen.

Der Gewinner erhält:

- eine Finanzierung durch die GLS Bank,
- einen Messestand auf der BIOFACH 2019,
- ein Marketing- und Beratungspaket
- sowie Zugang zu Crowdinvesting über die GLS Crowd und weiterem Investorenkapital.

Die Kandidaten sollen mit ihrem Unternehmen etwas Zukunftsweisendes für die Branche vorlegen. Sie können sich etwa durch ein neuartiges Produkt, eine effiziente Produktion oder auch ein außergewöhnliches Verkaufskonzept auszeichnen.

Unternehmen können sich unter gls.de/pitch2018 bewerben. Einsendeschluss ist der 19. Januar 2018. Der GLS Bank-Pitch wird am 15. Februar um 17 Uhr im Raum Oslo stattfinden.

Die BIOFACH in Nürnberg ist die Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel mit rund 3000 Ausstellern und über 50.000 Besucher*innen. Die GLS Bank gehört zu den wichtigsten Finanzierern der Bio-Branche, im vergangenen Jahr betrugen die Kredite rund 200 Mio. Euro.

Über die GLS Bank

Bei der GLS Bank ist Geld für die Menschen da. Sie finanziert nur sozial-ökologische Unternehmen und macht ihre Geschäfte umfassend transparent. Dabei bietet die Bank alle Leistungen

einer modernen Bank: Girokonten, nachhaltige Fonds, Vorsorge und vieles mehr. Als Genossenschaftsbank kann jeder Anteile zeichnen und mitbestimmen. Über ihre Partnerin GLS Treuhand ist der Bereich Stiften und Schenken abgedeckt. Die GLS Bank hat ihren Sitz in Bochum und Standorte in Berlin, Hamburg, Frankfurt, Freiburg, München und Stuttgart.

Kontakt

Christof Lützel
Pressesprecher / Prokurist
christof.luetzel@gls.de
presse@gls.de

GLS Bank
Christstraße 9
44789 Bochum

Telefon +49 234 5797 5178
Fax +49 234 5797 5157
Mobil +49 173 278 69 63

www.gls.de/presse
www.twitter.com/gls_presse
www.blog.gls.de

Neuer Startup-Accelerator in Freiburg +++ Bewerben noch bis zu 3.12.2017 +++

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018



PRESSEMITTEILUNG

Das Gründerzentrum Grünhof startet in Kooperation mit der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe (FWTM) mit dem Smart Green Accelerator ein neues Startup-Förderprogramm, mit dem ambitionierte Startups der Green Economy erfolgreich auf den Markt gebracht und mit zukunftsorientierten Unternehmenspartnern vernetzt werden sollen.

Gerade die Early Stage Phase – also die Phase kurz vor dem Markteintritt – ist meist die alles entscheidende Phase für Startups, denn hier nimmt die Business-Idee konkrete Formen an: Das Geschäftsmodell wird modelliert, das Produkt wird im stetigen Dialog mit den Kunden und Nutzern weiterentwickelt und eine Finanzierungs- und Vertriebsstrategie wird formuliert. „In dieser Phase scheitern besonders viele Startups“, so Grünhof-Geschäftsführerin Martina Knittel, „denn oft fehlt es an einer frühzeitigen Vernetzung mit Industriepartnern, dem Austausch mit anderen Gründern und Startups und gezielten Programmen, mit denen Gründer die notwendigen, unternehmerischen Kompetenzen für die erfolgreiche Vermarktung ihres Startups benötigen“.

Hier setzt der Smart Green Accelerator an: Jungunternehmer entwickeln in einem einmaligen Startup-Ökosystem in Freiburg zusammen mit Mentoren, Startup-Experten und Industriepartnern ihr Geschäftsmodell, formulieren Seite an Seite mit starken

Partnern ihre Go-To-Market-Strategie und treten so früh wie möglich in den Dialog mit potenziellen Investoren und strategischen Kooperationspartnern. Für das Accelerator-Programm möchte das Grünhof-Team ambitionierte Startups mit einer innovativen Idee, die für die Green Economy relevant ist, gewinnen. Der Fokus liegt dabei auf den Themen Umwelttechnik, Ressourceneffizienz, Planen & Bauen, Nachhaltige Mobilität, Erneuerbare Energien, ökologische Landwirtschaft & Urban Farming, Open Data & Smart Government, Bildung, nachhaltiger Tourismus und nachhaltiger Lifestyle.

Die Leistungen des Smart Green Accelerators für Startups im Überblick:

- Free Office Space
- No Equity
- Industriefeedback
- Hands-on Training
- Startup Peers

Um die Gründer und Startups mit möglichst passgenauen Formaten bedienen zu können, besteht das Accelerator-Programm aus unterschiedlichen Programmen, die sich am Entwicklungsstadium des Startups orientieren:

SEED

Das 4monatige SEED-Programm richtet sich an Gründer, die eine erfolgversprechende Business-Idee und/oder einen ersten Prototypen haben und ihr Geschäftsmodell ausarbeiten möchten. Hier erhalten Gründer die Werkzeuge und das Know-How, das sie brauchen, um ein passgenaues und belastbares Geschäftsmodell zu erarbeiten und erlernen die Grundlagen des Startup-Aufbaus auf Basis des Lean-Startup-Ansatzes. In einem professionellen Pitchtraining lernen die Gründer, wie sie ihr Geschäftsmodell in wenigen Minuten klar auf den Punkt bringen und erfolgreich vor potenziellen Investoren, Mitgründern oder Kunden präsentieren.

START

Das START-Programm soll Gründer ansprechen, die bereits einen Proof of Concept und/oder einen funktionierenden Prototyp haben. Hier designen Entrepreneurere zwei Monate Vollzeit in einem „Startup Camp“ ihr Geschäftsmodell und arbeiten gemeinsam mit anderen Gründern, Startup-Coaches und Industrieexperten ihre Go-To-Market Strategie aus. Beim großen Finale des START-Moduls, dem Demo Day, pitchten die Startups ihr Business-Konzept vor potenziellen Investoren, Partnern und Co-Foundern.

ACTIVATOR

Der Smart Green Accelerator soll darüber hinaus ein Leuchtturmprojekt mit überregionaler Strahlkraft werden:

Im internationalen Programm-Modul „Green Digital Activator“ wird in einer Kooperation mit dem israelischen Generalkonsulat eine Brücke von der Mittelstands-Nation Deutschland zur Startup-Nation Israel gebaut. Hier entwickeln vier Teams aus Entrepreneurern und Studierenden beider Länder maßgeschneiderte Lösungen für die Fragestellungen von vier mittelständischen Unternehmenspartnern in innovationsgetriebenen Geschäftsfeldern mit der Chance, dass die erarbeiteten Konzepte von den Auftrag gebenden Unternehmen in Zusammenarbeit mit den Teams umgesetzt werden.

FWTM-Geschäftsführer Bernd Dallmann: „Der Startup Accelerator „Smart Green“ wird als landesweiter Leuchtturm einen wichtigen Beitrag zum Ausbau der Gründungsintensität am Standort Freiburg leisten und als neues Instrument das regionale Ökosystem der Gründungsförderung systematisch ergänzen.“

Für Unternehmen, die Partner des Accelerator-Programmes werden wollen, sieht Grünhof-Geschäftsführer Hagen Krohn einen klaren Mehrwert: „Mit dem Smart Green Accelerator verschaffen wir unseren Unternehmenspartnern einen Zugang zu ambitionierten Startups und High Potentials. Außerdem integrieren wir die Industriepartner organisch in unser Accelerator-Programm. Das heißt, dass sie als Mentoren und Experten innerhalb unserer Module auftreten und so unternehmerische Kompetenzen für die

Zusammenarbeit mit Startups erlernen. Darüber hinaus lernen die Unternehmensvertreter innovationsfördernde Methoden und Formate kennen, die sie wiederum in ihr eigenes Unternehmen einbringen können. Wir wollen nun in den Dialog mit potenziellen Unternehmenspartnern treten und freuen uns auf interessierte Unternehmen!“

Die teilnehmenden Startups des Smart Green Accelerators werden in den Co-Working-Räumen des Grünhofs arbeiten. Ab dem Frühjahr 2018 werden die Smart Green – Startups dann im neuen geschaffenen „Kreativpark“ in der Lokhalle ihr Revier beziehen.

Ab sofort können sich interessierte Gründer*innen, Startups und Spin-Offs auf der Website des Smart Green Accelerator auf das SEED-Programm bewerben: www.smartgreen-accelerator.de. Bewerbungsschluss ist der 03.12.2017. Auf Unternehmen, die Interesse an einer Partnerschaft haben, freut sich konrad.pfitzer@gruenhof.org

Förderung des Accelerators und Partnerschaft mit der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe (FWTM)

Der Smart Green Accelerator ist Teil der 2017 ins Leben gerufenen Gründungsinitiative „Startup-BW“ des Landes Baden-Württemberg. Damit soll die Wettbewerbsfähigkeit des Landes weiter gesteigert und der Ruf von Baden-Württemberg als Gründerland durch die gezielte Förderung und Vernetzung ausgewählter Startup-Ökosysteme national und international gestärkt werden. Das Konzept des „Smart Green Accelerator“, das gemeinsam mit der FWTM erarbeitet und vorgestellt wurde, hat das Wirtschaftsministerium überzeugt. Die Grünhof GmbH und die FWTM verfolgen die gemeinsame Mission, die Green Economy in Freiburg weiter voranzutreiben. So sollen auch die Partner des innovativen Wachstumsclusters „Green City Freiburg“ vom neuen Freiburger Startup Accelerator profitieren und die Vernetzung des Innovationsstandortes Freiburg durch die Einbeziehung von regionalen Innovations- und Technologiepartnern aus Wirtschaft und Wissenschaft

beschleunigt werden.

Der Smart Green Accelerator erhält für die dreijährige Projektlaufzeit eine Förderung aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) in Höhe von 424.000 Euro sowie zusätzlich aus Landesmitteln in Höhe von 255.000 Euro. Zusammen mit den von FWTM/Stadt Freiburg bereitgestellten Kofinanzierungsanteil in Höhe von 170.000 Euro ergibt dies ein Projektvolumen von insgesamt 849.000 Euro bis 2020.

Der Grünhof ist ein privat betriebener und mit dem „StartGreen Award 2015“ ausgezeichneteter Inkubator für die Freiburger Startup und Nachhaltigkeitsszene. Das Gründerzentrum in der Belfortstraße 52 hat seit November 2013 seine Pforten geöffnet, um kreativen MacherInnen, nachhaltigkeitsorientierten Innovateuren und Startup-Enthusiasten eine Heimat zu geben. Der Grünhof bietet eine Plattform für Gründungskultur, Unternehmertum, Gemeinwohlökonomie und Kultur. Die Grünhof GmbH organisiert die Vermietung der Arbeitsplätze und Räume, sowie die Innovationsprogramme mit Unternehmen. Der Grünhof e.V.- Verein für gesellschaftliche Innovationen organisiert alle gemeinnützigen Projekte und unterstützt sozial- ökologischen Initiativen.

Die Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (FWTM) ist ein Management- und Marketingunternehmen der Stadt Freiburg. Das Aufgabenspektrum der FWTM umfasst die Bereiche Wirtschaftsförderung, Tourismusförderung, Tagungs- und Kongresswesen, Großveranstaltungen sowie Messen und Märkte. So bietet die FWTM im Bereich der Wirtschaftsförderung Gründungswilligen eine kostenlose Orientierungsberatung sowie Startmöglichkeiten in den Gründerzentren an. Außerdem organisiert die FWTM Networking- und Beratungsevents sowie kostenlose Workshops für Gründer/innen.

Kontakt

SMART GREEN

Startup Accelerator
Belfortsr. 52 | 79098 Freiburg
0761 514 661 11
info@smartgreen-accelerator.de
www.smartgreen-accelerator.de

foodwatch-Protestaktion bei Alete: Babynahrungshersteller lehnt Goldenen Windbeutel ab – Verbraucherorganisation fordert: Alete muss Babykeks vom Markt nehmen

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018
Pressemitteilung

+++ Fotos von der Aktion zum Download unter www.foodwatch.de/material-windbeutel +++

Frankfurt a.M., 28. November 2017. „Ich will keine Werbelüge mehr sein!“ – mit diesem Demonstrationsschild steht eine Aktivistin im menschengroßen Alete-Babykeks-Kostüm vor dem Alete-Verwaltungssitz in Bad Homburg und blinzelt in die Novembersonne. „Der Goldene Windbeutel 2017 für die dreisteste Werbelüge des Jahre geht an Alete“, heißt es auf einem weiteren, großen Schild, mit dem Aktivisten der Verbraucherorganisation foodwatch kurzerhand das Firmenlogo überhängen.

Entgegen den Empfehlungen von Ärzten und Gesundheitsexperten verkauft Alete einen Babykeks mit 25 Prozent Zuckeranteil schon für Säuglinge ab dem achten Monat „zum Knabbern lernen“ – dafür hat Alete heute den Goldenen Windbeutel erhalten. Bei der Online-Wahl von foodwatch zur dreistesten Werbelüge des Jahres hatten in den vergangenen Wochen mehr als 73.000 Verbraucherinnen und Verbraucher ihre Stimme abgegeben, rund die Hälfte entschied sich unter den fünf Kandidaten für das Alete-Produkt. Der Babynahrungshersteller nahm den Negativpreis allerdings nicht an – die foodwatch-Aktivisten standen vor verschlossenen Türen. Als sie um das bereits vorab angefragte Gespräch mit der Alete-Geschäftsführung baten, wies sie ein Wachmann aus dem Firmengebäude. Von der Unternehmensleitung wollte sich niemand vor den wartenden Journalisten äußern. Lediglich auf einem Aushang an der Eingangstür bezog Alete Stellung und verteidigte seinen Babykeks gegen Kritik: Schließlich würden „alle gesetzlichen Vorgaben eingehalten“ und der Zuckergehalt sei „deutlich gekennzeichnet“. Zudem würde auf der Packung erläutert, wie die Angabe „babygerecht“ zu verstehen sei: „für die kleine Hand zum Selberessen“. „Das ist weder dreist noch gelogen“, so Alete. Nach dem Start der Windbeutel-Wahl hatte Alete bereits reagiert und Anfang November angekündigt, seinen Babykeks immerhin nicht länger auf der Packung als „babygerecht“ zu bezeichnen und die Rezeptur zu verändern.

„Wenn selbst Babyprodukte eines Babynahrungshersteller nicht babygerecht sind, worauf sollen sich Verbraucherinnen und Verbraucher dann im Supermarkt noch verlassen können? Alete bereichert sich auf Kosten der Kindergesundheit! Der Babynahrungshersteller ignoriert nicht nur die Kritik von zehntausenden Verbraucherinnen und Verbrauchern, sondern auch die Empfehlungen von Ärzten und Ernährungsexperten“, sagte Sophie Unger von foodwatch, „Wahlleiterin“ für den Goldenen Windbeutel. Die Verbraucherorganisation forderte Alete auf, das Produkt vom Markt zu nehmen und sein Sortiment zu überarbeiten. Denn obwohl Experten von zugesetztem Zucker für

Babys abraten, hat Alete etwa 30 Prozent seiner Babyprodukte Zucker beigemischt, unter anderem Joghurts, Grießbrei, Puddings oder auch Keksen. Verbraucherinnen und Verbraucher können den Aufruf an Alete unter www.alete-aktion.foodwatch.de unterstützen.

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) rät für die Ernährung von Säuglingen und Kleinkindern explizit von zugesetztem Zucker ab. Auch das von der Bundesregierung ins Leben gerufene Netzwerk „Gesund ins Leben“ empfiehlt als Beikost für Säuglinge „Produkte ohne Zugabe von Zucker“. Alete vermarktet seinen zuckrigen Keks dennoch ab dem achten Lebensmonat – und das ganz legal. Denn die EU-Verordnung über Babylebensmittel lässt Lücken: Zwar gibt es zum Beispiel Vorgaben für die Belastung mit Pestiziden, aber selbst Kekse mit einem Zuckergehalt von bis zu 34 Prozent dürfen noch als empfehlenswerte Produkte für Säuglinge beworben werden. Sophie Unger von foodwatch: „Der Fall Alete macht deutlich: Wir brauchen dringend bessere gesetzliche Vorgaben für Babylebensmittel.“

Außer dem Alete Babykeks waren vier weitere Produkte für den Goldenen Windbeutel 2017 nominiert. In einem im Vergleich zu den Vorjahren veränderten Wahlverfahren gingen mehr als 73.000 gültige Stimmen im Wahlzeitraum seit Ende Oktober ein. Die überwältigende Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher stimmte für Alete. Das Ergebnis im Detail:

1. Platz: **Alete Kinderkeks** (36.786 Stimmen, entspricht rund 50 Prozent der abgegebenen gültigen Stimmen)
2. Platz: **Unilever: Becel Omega-3 Pflanzenöl** (12.139 Stimmen, 16,5 Prozent)
3. Platz: **Continental Foods: Lacroix Ochsenschwanz Suppe** (11.271 Stimmen, 15,3 Prozent)
4. Platz: **Kellogg's: Urlegenden Müsli Quinoa, Apfel, Cranberries & Chia-Samen** (10.169, 13,8 Prozent)
5. Platz: **Bauer: Protein Drink Vanille** (3.280, 4,5 Prozent)

foodwatch vergibt den Goldenen Windbeutel in diesem Jahr zum siebten Mal. Die erste Wahl fand 2009 statt. Bisherige Preisträger waren unter anderem der Trinkjoghurt Actimel von Danone (2009), die Milch-Schnitte von Ferrero (2011) und ein Instant-Tee für Kinder von Hipp (2012). Ziel ist es, mit dem Negativpreis auf die systematische, ganz legale Irreführung bei Lebensmitteln hinzuweisen und bessere Gesetze zu erwirken.

Link:

– Ergebnisse der Wahl zum Goldenen Windbeutel 2017: www.goldener-windbeutel.de

Quellen und weiterführende Informationen:

- Pressemappe mit Hintergrundinformationen zum Alete Kinderkeks inklusive Einschätzung der Weltgesundheitsorganisation, zu den rechtlichen Grundlagen bei Babylebensmitteln und zum Alete-Sortiment: www.tinyurl.com/yafdk6ta
- Erste Stellungnahme von Alete zum Start des Goldenen Windbeutels: www.tinyurl.com/y8msjxfb
- Zweite Stellungnahme von Alete an foodwatch: www.tinyurl.com/y9rvcad
- Broschüre der Landesregierung Baden-Württemberg zur Ernährung von Säuglingen: www.tinyurl.com/lmguunx

+++ Achtung, Redaktionen +++

- Fotos von der „Preisverleihung“ bei Alete: www.foodwatch.de/material-windbeutel
- TV-Statements zu Alete: www.tinyurl.com/alete-windbeutel-video
- Audio-0-Töne zu Alete: www.tinyurl.com/alete-windbeutel-audio
- Bewegtbildmaterial aller Kandidaten: www.tinyurl.com/y7q7elq2
- TV-Statements zu allen Kandidaten: www.tinyurl.com/y6w2wfc4
- Audio-0-Töne zu allen Kandidaten: www.tinyurl.com/y9wku5x7

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi und Sarah Häuser

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Alete erhält den Goldenen Windbeutel 2017 – Verbraucher wählen zuckrigen Babykeks zur Werbelüge des Jahres – Protestaktion heute am Firmensitz bei Frankfurt

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018

Pressemitteilung

- Verbraucher wählen zuckrigen Alete-Babykeks zur dreistesten Werbelüge des Jahres
- foodwatch will Negativpreis heute am Firmensitz überreichen
- Verbraucherorganisation fordert bessere gesetzliche Vorgaben für Babylebensmittel

Berlin, 28. November 2017. Der Goldene Windbeutel 2017 geht an Alete: Bei einer Online-Abstimmung der Verbraucherorganisation foodwatch wählte eine große Mehrheit der mehr als 70.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen zuckrigen Babykeks des Herstellers zur dreistesten Werbelüge des Jahres. Alete vermarktet das Produkt entgegen den Empfehlungen von

Medizinern schon für Säuglinge ab dem achten Monat „zum Knabbern lernen“ – dabei sind die Babykekse mit 25 Prozent Zuckeranteil sogar zuckriger als Leibniz Butterkekse und fördern Karies. foodwatch will den Negativpreis heute um 11 Uhr am Alete-Verwaltungssitz in Bad Homburg überreichen.

„Alete nutzt sein positives Image bei Eltern aus, um auf Kosten der Kleinsten Kasse zu machen – das grenzt an Körperverletzung durch Irreführung“, sagte Sophie Unger von foodwatch, „Wahlleiterin“ beim Goldenen Windbeutel. Die Verbraucherorganisation forderte den Babynahrungshersteller auf, das Produkt vom Markt zu nehmen und sein Sortiment zu überarbeiten. Denn obwohl Ärzte und Ernährungsexperten von zugesetztem Zucker für Babys abraten, hat Alete etwa 30 Prozent seiner Babyprodukte Zucker beigemischt, unter anderem Joghurts, Grießbrei, Puddings oder auch Keksen. Verbraucherinnen und Verbraucher können den Aufruf an Alete unter www.alete-aktion.foodwatch.de unterstützen.

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) rät explizit für die Ernährung von Säuglingen und Kleinkindern: „Salz und Zucker sollten nicht in Beikost zugesetzt sein“. Auch das von der Bundesregierung ins Leben gerufene Netzwerk „Gesund ins Leben“ empfiehlt als Beikost für Säuglinge „Produkte ohne Zugabe von Zucker“. Alete vermarktet seinen zuckrigen Keks dennoch ab dem achten Lebensmonat – und das ganz legal. Denn die EU-Verordnung über Babylebensmittel lässt Lücken: Zwar gibt es zum Beispiel Vorgaben für die Belastung mit Pestiziden, aber selbst Kekse mit einem Zuckergehalt von bis zu 34 Prozent dürfen noch als empfehlenswerte Produkte für Säuglinge beworben werden. Nach dem Start der Windbeutel-Wahl hatte Alete reagiert und Anfang November angekündigt, seine Kekse immerhin nicht länger auf der Packung als „babygerecht“ zu bezeichnen. Sophie Unger von foodwatch: „Der Babynahrungshersteller Alete will seine Babykekse nicht länger als ‚babygerecht‘ bezeichnen, empfiehlt die Zuckerkekse aber weiter für Babys – wie absurd ist das denn! Alete nutzt die

rechtlichen Lücken besonders dreist aus. Der Fall macht deutlich: Wir brauchen dringend bessere gesetzliche Vorgaben für Babylebensmittel.“

Prof. Dr. Wieland Kiess, Direktor der Klinik für Kinder- und Jugendmedizin an der Universität Leipzig, erklärte gegenüber foodwatch: „Säuglinge sollten keine Produkte mit zugesetztem Zucker essen, um zum Beispiel Entstehung von Karies und eine frühe Süßgewöhnung zu vermeiden. Die Ernährung in den ersten Lebensmonaten ist prägend und beeinflusst das spätere Ernährungsverhalten eines Menschen. Einen Keks mit 25 Prozent Zucker für Babys zu empfehlen, ist schlicht verantwortungslos.“

Außer dem Alete Babykeks waren vier weitere Produkte für den Goldenen Windbeutel 2017 nominiert. In einem im Vergleich zu den Vorjahren veränderten Wahlverfahren gingen mehr als 73.000 gültige Stimmen im Wahlzeitraum seit Ende Oktober ein. Die überwältigende Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher stimmte für Alete. Das Ergebnis im Detail:

1. Platz: **Alete Kinderkeks** (36.786 Stimmen, entspricht rund 50 Prozent der abgegebenen gültigen Stimmen)
2. Platz: **Unilever: Becel Omega-3 Pflanzenöl** (12.139 Stimmen, 16,5 Prozent)
3. Platz: **Continental Foods: Lacroix Ochsenschwanz Suppe** (11.271 Stimmen, 15,3 Prozent)
4. Platz: **Kellogg's: Urlegenden Müsli Quinoa, Apfel, Cranberries & Chia-Samen** (10.169, 13,8 Prozent)
5. Platz: **Bauer: Protein Drink Vanille** (3.280, 4,5 Prozent)

Alete war bis 2014 eine Marke des Nahrungsmittelkonzerns Nestlé und ist jetzt in der Hand der Unternehmensbeteiligungsgesellschaft BWK GmbH. Auch das Land Baden-Württemberg ist über die landeseigene L-Bank und die Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) am Hauptegner von Alete beteiligt. Eine pikante Situation: Die Landesregierung selbst rät, etwa in Broschüren für Eltern, von vielen solcher

sogenannten Kinderlebensmittel ausdrücklich ab, die Alete herstellt – profitiert aber vom Verkauf eben jener Produkte. Bereits 2015 hatte foodwatch die Rolle Baden-Württembergs bei dem Babynahrungshersteller kritisiert. Die Verbraucherorganisation forderte Ministerpräsident Winfried Kretschmann auf, sicherzustellen, dass im Falle einer fortgesetzten Beteiligung seines Bundeslandes an Alete unter dieser Marke nur solche Produkte für Babys angeboten werden, die auch tatsächlich babygerecht sind.

foodwatch vergibt den Goldenen Windbeutel in diesem Jahr zum siebten Mal. Die erste Wahl fand 2009 statt. Bisherige Preisträger waren unter anderem der Trinkjoghurt Actimel von Danone (2009), die Milch-Schnitte von Ferrero (2011) und ein Instant-Tee für Kinder von Hipp (2012). Ziel ist es, mit dem Negativpreis auf die systematische, ganz legale Irreführung bei Lebensmitteln hinzuweisen und bessere Gesetze zu erwirken.

Link:

– Ergebnisse der Wahl zum Goldenen Windbeutel 2017:
www.goldener-windbeutel.de

Quellen und weiterführende Informationen:

- Pressemappe mit Hintergrundinformationen zum Alete Kinderkeks inklusive Einschätzung der Weltgesundheitsorganisation, zu den rechtlichen Grundlagen bei Babylebensmitteln und zum Alete-Sortiment:
<https://tinyurl.com/yafdk6ta>
- Erste Stellungnahme von Alete zum Start des Goldenen Windbeutels: www.tinyurl.com/y8msjxfb
- Zweite Stellungnahme von Alete an foodwatch:
www.tinyurl.com/y9rvcad
- Broschüre der Landesregierung Baden-Württemberg zur Ernährung von Säuglingen: www.tinyurl.com/lmguunx

+++ Achtung, Redaktionen +++

foodwatch bietet umfangreiches Bild- und Audiomaterial an (Quelle: foodwatch), ab ca. 14 Uhr auch Fotos von der „Preisverleihung“ bei Alete unter: www.foodwatch.de/material-windbeutel

Bereits jetzt zum Download verfügbar:

– TV-Statements zu Alete: www.tinyurl.com/alete-windbeutel-video

– Audio-0-Töne zu Alete: www.tinyurl.com/alete-windbeutel-audio

Außerdem:

– Bewegtbildmaterial aller Kandidaten: www.tinyurl.com/y7q7elq2

– TV-Statements zu allen Kandidaten: www.tinyurl.com/y6w2wfc4

– Audio-0-Töne zu allen Kandidaten: www.tinyurl.com/y9wku5x7

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi und Sarah Häuser

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Diese 35 Länder gehören auf die geplante EU-Steuerroasenliste

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018

[PRESSE-INFO]

Oxfam warnt vor politischer Rücksichtnahme im Kampf gegen Steuervermeidung

Berlin, 28. November 2017. Mindestens 35 Länder müssen auf der Steueroasen-Liste stehen, die die Europäische Union kommende Woche auf den Weg bringen will. Politische Rücksichtnahme darf es dabei nicht geben. Das fordert die Nothilfe- und Entwicklungsorganisation Oxfam. In dem neuen Bericht „Blacklist or Whitewash? What a real EU blacklist of tax havens should look like“ zeigt Oxfam unter anderem, dass mit Irland, Luxemburg, Malta und den Niederlanden auch vier EU-Staaten auf der schwarzen Liste stehen müssten, würde die EU ihre eigenen Maßstäbe konsequent anwenden. . Oxfam befürchtet jedoch, dass politischer Druck zur Verwässerung der Kriterien und damit zu einer nutzlosen Liste führt.

Bei der Erstellung einer Steueroasenliste bewertet die EU-Kommission derzeit 92 Länder anhand gemeinsam festgelegter Kriterien, darunter Steuertransparenz und Anreize für Gewinnverschiebungen, wie etwa Steuersätze von 0 Prozent. Allerdings sind EU-Mitgliedsstaaten von dieser Bewertung ausgenommen – wichtige Steueroasen bleiben damit schon aus formalen Gründen außen vor.

Für den Bericht „Blacklist or Whitewash?“ hat Oxfam dieselben 92 Länder sowie die 28 EU-Mitgliedsstaaten auf diese Kriterien hin überprüft. Dabei wurde deutlich, in welchem Missverhältnis die in Steueroasen gemeldeten Gewinne zur tatsächlichen wirtschaftlichen Aktivität stehen: In Bermuda wird mit Lizenzgebühren und weiteren passiven Finanzflüssen das viereinhalbfache des Bruttoinlandsprodukts erlöst, auf den Bahamas immer noch mehr als das doppelte. Auch für Gewinnverschiebungen durch firmeninterne Kredite gibt es Anzeichen: Zinseinnahmen stellen auf den Kaimaninseln 73 Prozent, in Bermuda 40 Prozent und in Luxemburg 25 Prozent des Bruttoinlandsproduktes dar.

Schwarze Liste und wirksame Sanktionen sind notwendig, um Steueroasen trockenzulegen

Tobias Hauschild, Steuerexperte bei Oxfam Deutschland,

kommentiert: „Die EU muss auf Steuerskandale wie die Paradise Papers entschieden reagieren. Jetzt hat sie die Chance dazu: Eine kohärente Schwarze Liste mit wirksamen Sanktionen ist ein wichtiger Schritt, um Steueroasen endlich trockenzulegen. Wir erwarten, dass die von uns identifizierten Länder tatsächlich auf der Liste auftauchen. Alles andere wäre ein Freifahrtschein, das egoistische und sozial schädliche Businessmodell „Steueroase“ fortzuführen und den ruinösen internationalen Steuerwettlauf nach unten weiter anzukurbeln. Die G20 verzeichnen auf ihrer Steueroasenliste gerade einmal ein Land – den Inselstaat Trinidad und Tobago. Eine solche Farce darf sich die EU nicht erlauben.“

Doch eine wirksame Steueroasenliste allein reicht nicht aus. Eine öffentliche länderbezogene Berichterstattung von Konzernen über die in den jeweiligen Ländern erzielten Gewinne und darauf gezahlte Steuern ist unabdingbar, um Licht in das Steuerdunkel zu bringen. Doch dagegen sperrt sich bislang die Bundesregierung. „Deutschland muss seine Blockadehaltung in der EU zur öffentlichen länderbezogenen Berichterstattung endlich aufgeben und sich für echte Steuertransparenz einsetzen“, fordert Hauschild.

Redaktionelle Hinweise:

Der Bericht „Blacklist or Whitewash? What a real EU blacklist of tax havens should look like“ sowie die zugrundeliegenden Daten und Erläuterungen zur Methodologie stehen unter SPERRFRIST 28. 11. 2017, 00:01 MEZ zum Download bereit unter <https://oxfam.box.com/v/whitewash>, Passwort oxfam.

Anlässlich der Paradise Papers hat Oxfam den Aktionsplan „Stopping the Scandals: Five ways governments can end tax avoidance“ vorgelegt:
https://www.oxfam.de/system/files/stopping_the_scandals_-_081117.pdf

Die 35 identifizierten Steueroasen außerhalb der EU sind (in

alphabetischer Reihenfolge):

1. Albanien
2. Amerikanische Jungferninseln
3. Anguilla
4. Antigua und Barbuda
5. Aruba
6. Bahamas
7. Bahrain
8. Bermuda
9. Bosnien-Herzegovina
10. Britische Jungferninseln
11. Cookinseln
12. Curaçao
13. Ehemalige Jugoslawische Republik Mazedonien
14. Färöer
15. Gibraltar
16. Grönland
17. Guam
18. Hong Kong
19. Jersey
20. Kaimaininseln
21. Marshallinseln
22. Mauritius
23. Montenegro
24. Nauru
25. Neuschottland
26. Niue
27. Oman
28. Palau
29. Schweiz
30. Serbien
31. Singapur
32. Taiwan
33. Trinidad und Tobago
34. Vanuatu
35. Vereinigte Arabische Emirate

Bei konsequenter Anwendung der Kriterien müssten auch folgende vier EU-Staaten als Steueroasen geführt werden:

1. Irland
2. Luxemburg
3. Malta
4. Niederlande

Pressekontakt:

Nikolai Link, Tel.: 030-45 30 69 712, E-Mail: nlink@oxfam.de

Oxfam ist eine internationale Nothilfe- und Entwicklungsorganisation, die weltweit Menschen mobilisiert, um Armut aus eigener Kraft zu überwinden. Dafür arbeiten im Oxfam-Verbund 20 Oxfam-Organisationen Seite an Seite mit rund 3.250 lokalen Partnern in mehr als 90 Ländern.

Mehr unter www.oxfam.de

Oxfam Deutschland e.V.
Am Köllnischen Park 1
10179 Berlin
Deutschland

EU-Afrika-Gipfel: Perspektive wechseln, alte Muster überwinden und neue Chancen nutzen!

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018



Bonn, den 27.11.2017: Das Thema „Beschäftigung für die Jugend in Afrika“ steht im Mittelpunkt des fünften Gipfeltreffens der EU mit der Afrikanischen Union am 29./30. November in Abidjan in der Elfenbeinküste. Die EU hat dafür einiges im Gepäck, von Nothilfeversprechungen für die Bekämpfung von Migrationsursachen bis hin zu Investitionsoffensiven in Milliardenhöhe. Die Erfahrung aus den vergangenen vier Gipfeln zeigt allerdings, dass die viel beschworenen guten Absichten am Ende kaum Zählbares bringen. Dabei bietet das zentrale Thema des Gipfels, die Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit, genug Stoff um über mindestens zwei Grundsatzfragen nachzudenken: Handel und Investitionen.

Mehr als 30 Mio. Arbeitsplätze in der EU hängen vom Export von Waren und Dienstleistungen ab. Mit Hilfe von Handels- und Investitionsabkommen, wie die Wirtschaftspartnerschaften (EPA) oder der Europäische Fonds für Nachhaltige Entwicklung (EFSD) als Kernstück der EU-Investitionsoffensive für Afrika und die Anrainerstaaten der EU sollen Handels- und Investitionshemmnisse zugunsten europäischer Unternehmen beseitigt werden. Geht es nach den Wünschen der EU müssen afrikanische Länder mindestens 80 % ihres Handels durch Zoll- und Steuersenkungen liberalisieren.

Eine solche Öffnung ohne Berücksichtigung der vielerorts schwachen institutionellen und produktiven Strukturen in Afrika hätte fatale Folgen. Erstens besteht die große Gefahr, dass billige Importe aus Europa Waren aus lokaler Produktion vom Markt verdrängen und verarbeitende Industrien in Afrika zerstören. Zweitens werden damit die Möglichkeiten für einen innerafrikanischen Handel eingeschränkt und regionale

Wertschöpfungsketten auseinandergerissen. Dabei hatte sich die Afrikanische Union vorgenommen, den innerafrikanischen Handel bis auf 50 % des Außenhandels zu erhöhen und damit regionale Wertschöpfungsketten als Teil einer Industrialisierungsstrategie zu fördern. Drittens brechen den Ländern durch die Zollsenkungen wichtige Staatseinnahmen weg, die in einigen Fällen einen hohen Anteil am Bruttoinlandsprodukt ausmachen. Solche Verluste durch vermehrte Entwicklungshilfe aufzufangen, könnte zwar die EU in ein positives Licht als großzügigen Geber rücken. Letztlich aber würde das Bild einseitiger Abhängigkeit zementiert.

„Es kann nicht darum gehen, den Schaden, den andere Politikbereiche wie Handels- oder Agrarpolitik in Afrika anrichten, durch Kompensationszahlungen in Form von mehr Entwicklungshilfe zu mildern“, meint Dr. Pedro Morazán, Handelsexperte bei SÜDWIND. „Vielmehr müssten gerade die harten Themen wie Handels- und Investitionsfragen jetzt ganz neu gedacht werden. Wenn die Regierungschefs das Ziel der Zukunftschancen für die Jugend in Afrika ernst nehmen, braucht Afrika jetzt vor allem eine strategische Partnerschaft, die die eigene Industrialisierung und die dynamischen kleinen und mittleren Unternehmen in der Region fördert. Sie sind es, die das größte Potential zur Schaffung von Arbeitsplätzen haben.“

Aus Sicht von SÜDWIND sollte der Gipfel daher als eine Chance genutzt werden, die Bedenken der afrikanischen Staaten ernst zu nehmen und eine neue Handelsagenda für nachhaltige Entwicklung zu starten, die die EPA auf eine völlig neue Basis stellt. In erster Linie müssen sie Zölle im Rahmen einer sinnvollen Industrialisierungsstrategie zulassen, so dass afrikanische Regierungen die Möglichkeit haben, Schutzmaßnahmen für junge im Aufbau befindliche Industrien vorzunehmen und kleine und mittlere Unternehmen zu fördern. Die EU sollte so regionale inner-afrikanische Integrationsprozesse klar unterstützen und ihren handelspolitischen Beitrag zur Erreichung der Ziele der Afrikanischen Union definieren. Nur so könnte eine alternative Handels- und Investitionspolitik der EU die Ziele einer

nachhaltigen Industrialisierungsstrategie mit den Zielen der Agenda 2030 (SDG) verbinden.

Das zum Gipfel erschienene Fact Sheet „Perspektive wechseln! EU-Handels- und Investitionspolitik und die SDG in Afrika“ wurde von Engagement Global im Auftrag des BMZ und von der Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW gefördert.

[Download/Bestellung](#)

Ansprechpartner:

Dr. Pedro Morazán

Telefon: 0228- 763698-12

E-Mail: morazan@suedwind-institut.de

SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene

Kaiserstraße 201, 53113 Bonn

Tel.: +49 (0)228-763698-14

info(at)suedwind-institut.de

www.suedwind-institut.de

Bildnachweise:

Gavin Houtheusen/DFID/Flickr.com

UNIDO