

Neue SÜDWIND-Studie: „Grenzen überwinden. MigrantInnen auf dem Weg nach Europa“

geschrieben von Andreas | 26. Oktober 2016
Pressemitteilung

Bonn, 26.10.2016: Das Jahr 2015 ist uns allen als ein Jahr der Migration und weltweiten Flucht in Erinnerung. Es war der Eindruck entstanden, dass alle MigrantInnen und Geflohenen weltweit nach Deutschland wollten. Plötzlich schien die ganze Welt in Bewegung gekommen zu sein. Doch, so zeigt die neue SÜDWIND-Studie „Grenzen überwinden. MigrantInnen auf dem Weg nach Europa“, dieser Eindruck täuscht. Weder die ganze Welt migriert, noch wollen alle Menschen, die migrieren, nach Europa oder Deutschland. „Gemessen an der Gesamtzahl der Weltbevölkerung liegt der Anteil der MigrantInnen über lange Zeiträume gesehen relativ stabil bei etwas über drei Prozent.“, so die Autorin der Studie, Dr. Sabine Ferenschild.

Dabei ist es wichtig zu wissen, aus welchen Regionen und Motiven, auf welchen Wegen, mit welchen Zielen und Perspektiven Menschen migrieren – und ob sich dabei Veränderungen und Trends über die Jahre abzeichnen. Die aktuelle SÜDWIND-Studie lenkt den Blick in das östliche Afrika: In dieser Region liegen Herkunfts-, Transit- und Zielstaaten von Migration und Flucht. Manche Staaten sind Herkunft und Ziel zugleich. Aus dieser Region, insbesondere aus Eritrea, machen sich in den letzten Jahren zunehmend Menschen auf den Weg nach Europa, zum Teil über die Mittelmeerroute, zum Teil über die Türkei als Transitland und dann weiter auf der Westbalkanroute. Die Staaten aus dieser Region sind Partner der EU im sog. „Khartum-Prozess“. Was sich dahinter verbirgt und wie der Khartum-Prozess eingebettet ist in die europäische und deutsche Migrations- und Fluchtpolitik,

behandelt die soeben veröffentlichte SÜDWIND-Publikation.

Die Studie schließt mit Empfehlungen für eine Migrationspolitik ab, die auf Menschenrechten beruht. Sie ist gleichzeitig als eine Absage an eine Politik zu verstehen, die auf Grenzschutz und Migrationsverhinderung setzt. Eine solche Politik suggeriert, die europäischen Gesellschaften könnten vor den globalen politischen und ökonomischen Entwicklungen, die Migration auslösen, durch Grenzschutz ‚geschützt‘ werden. Sie erkennt dabei die Tatsache, dass das westliche Lebens- und Wirtschaftsmodell von der Arbeitskraft, den Rohstoffen und auch den Märkten der Herkunftsländer abhängt.

Mit der vorliegenden Publikation fordert Ferenschild, „endlich Barrieren und Grenzen im Denken zu überwinden und freiwillige Migration als Möglichkeit der Lebensgestaltung zu akzeptieren.“ Dabei hinaus müsse erzwungene Migration schließlich durch die Stärkung der Rechte von MigrantInnen erträglich gestaltet werden.“

Die von der Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen geförderte Studie kann hier oder über info@suedwind-institut.de bestellt werden und steht ab sofort hier zum Download bereit.

Kontakt:

Dr. Sabine Ferenschild, Telefon: 0228- 763698-16

E-Mail: ferenschild@suedwind-institut.de

Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising /

Public Relations and Fundraising

SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene

Kaiserstraße 201

53113 Bonn

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

Fax: +49 (0)228-763698-22

E-Mail: schumacher@suedwind-institut.de

Aktionsmonat „Blauer Engel“ | DBM Druckhaus Berlin-Mitte startet am 25.10.2016 einen Aktionsmonat für Druckerzeugnisse mit dem bekannten Umweltsiegel

geschrieben von Andreas | 26. Oktober 2016
Pressemitteilung

Berlin, Oktober/November 2016. 2018 feiert das bekannte Umweltsiegel „Blauer Engel“ seinen 40. Geburtstag. Als Vorbereitung für dieses Jubiläum wird am 25. Oktober 2016 erstmals der „Aktionstag Blauer Engel“ stattfinden, der künftig an jedem 25. Oktober durchgeführt werden soll. An dem Tag wird es bundesweit viele Aktionen geben, die mit dem Umweltschutz zusammenhängen. Das DBM Druckhaus Berlin-Mitte ist die erste Druckerei die Druckprodukte nach den strengen Kriterien des „Blauen Engel für Druckerzeugnisse“ (UZ 195) produzieren konnte. Weil sich am 30. November 2016 die Urkundenübergabe jährt, hat DBM einen Aktionsmonat vorbereitet um die Vielfalt umweltschonender Druckproduktion aufzuzeigen. Der Social-Media-Aktionsmonat startet dazu passend am 25. Oktober.

Während des Aktionsmonats werden auf facebook.com/druckhausberlinmitte unterschiedlichste

Druckerzeugnisse, Papier, Techniken, Anwendungen und Veredelungen, die alle mit dem Blauen Engel für Druckerzeugnisse ausgezeichnet wurden, vorgestellt. Viele Fotos wurden gemacht, um die Objekte gebührend zu präsentieren. Für die Darstellung der Objekte sind aktuelle Auszubildende und frisch ausgelernte und übernommene Mediengestalter von DBM verantwortlich. Auch auf Twitter unter twitter.com/DHBerlinMitte kann man der Aktion folgen. Der vom „Blauen Engel“ initiierte Hashtag #ichkaufblau und #ichdruckblau weisen auf die jeweiligen Aktionen hin.

Das DBM Druckhaus Berlin-Mitte ist schon lange ein Vorreiter wenn es um umweltgerechtes Drucken geht. Bereits seit 2002 ist das Umweltmanagement der Druckerei nach EMAS validiert. Das ständige Streben nach weiteren Möglichkeiten zeigt der aktuelle Test von Leimen, Pappen und anderen Materialien für die Hardcoverproduktion nach Blauer Engel-Standard. Dies macht das Unternehmen zum z.Zt. einzigen Unternehmen, das bestimmte Printobjekte nach den strengen Kriterien des Blauen Engels für Druckerzeugnisse (UZ 195) anbieten kann. Die Einbindung des Nachwuchses bei dieser Aktion zeigt einerseits die Förderung und Motivation neuer Mitarbeiter, passt andererseits zum Slogan des Blauen Engel, „Gut für mich, gut für die Umwelt“.

Neben der Präsentation von Druckerzeugnissen, stehen u.a. noch eine Informationsveranstaltung zum Blauen Engel für Druckerzeugnisse und eine Verlosung von Blauer Engel Druckprodukten auf dem Programm des Aktionsmonats des DBM.

www.facebook.com/druckhausberlinmitte

www.twitter.com/DHBerlinMitte

Über DBM Druckhaus Berlin-Mitte

Das Druckhaus Berlin-Mitte gilt als eine der umweltfreundlichsten Druckereien Deutschland. Sie ist die erste Druckerei, die Druckprodukte mit dem „Blauen Engel“ UZ-195 kennzeichnen darf. Im Druckhaus arbeiten rund 65 Mitarbeiter an zwei Standorten. Die Druckerei bietet

hochwertigen Offsetdruck, Weiterverarbeitung, Veredelung sowie Mailingproduktion an. Zum Einsatz kommen dabei 5-Farb-Druckmaschinen.

Das Unternehmen

bietet die klimaneutrale Druckproduktion, durch den Ausgleich mittels hochwertiger Zertifikate (Gold-Standard). Seit 2002 ist das Umweltmanagement der Druckerei nach EMAS validiert und es ist ein der ISO-Norm 9001 entsprechendes Qualitätsmanagement installiert.

Kontakt:

DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH

Martin Lind

Wilhelm-Kabus-Straße 21-35

10829 Berlin

Telefon 030 / 20 35 32 76

Telefax 030 / 20 35 32 75

mlind@druckhaus-berlin-mitte.de

www.druckhaus-berlin-mitte.de

Pressekontakt:

Marketing Partnership:

Markus Galla

Telefon 089 / 66 61 62 41

mg@markusgalla.de

Schon wieder krebbsverdächtige Mineralöle in Lindt-Pralinen:

foodwatch fordert Rückruf – mehr als 100.000 Menschen verlangen Gesetz

geschrieben von Andreas | 26. Oktober 2016

Pressemitteilung

- „Fioretto Nougat Minis“ von Lindt sind Amtskontrollen zufolge belastet
- Auch andere Lindt-Produkte sind in vergangenen Tests negativ aufgefallen
- Öffentlicher Druck wächst: foodwatch überreicht EU-Gesundheitskommissar Andriukaitis mehr als 100.000 Unterschriften gegen Mineralöle in Lebensmitteln

Berlin/Brüssel, 20. Oktober 2016. In Pralinen von Lindt sind erneut gesundheitsgefährdende Mineralöle nachgewiesen worden. Das geht aus Testergebnissen des Landesamtes für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz von Nordrhein-Westfalen hervor, die der Verbraucherorganisation foodwatch vorliegen. Demnach sind alle drei getesteten Chargen des Produkts „Fioretto Nougat Minis“ sowohl mit aromatischen Mineralölen (MOAH) als auch mit gesättigten Mineralölen (MOSH) verunreinigt. MOAH stehen laut Europäischer Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) im Verdacht, Krebs auszulösen und das menschliche Erbgut zu verändern. MOSH reichern sich in den Körperorganen an und können diese schädigen. Hiervon betroffen sind laut EFSA besonders Kinder. Die amtlichen Testergebnisse bestätigen eine Laboranalyse von foodwatch: Die Verbraucherorganisation hatte bereits im Juli die gefährlichen Mineralöle in den Pralinen nachgewiesen. Kurz vor Ostern fand sie foodwatch auch in den beliebten Schoko-Osterhasen von Lindt.

„Lindt bekommt das Mineralöl-Problem in seiner Schokolade nicht in den Griff. Das ist fatal: Während der Konzern die

Gesundheit von hunderttausenden Verbraucherinnen und Verbrauchern gefährdet, preist er seine Waren als Premium-Produkte an. Das ist fahrlässig“, kritisiert Johannes Heeg von foodwatch.

foodwatch forderte Lindt auf, die „Fioretto Nougat Minis“ öffentlich zurückzurufen und aus dem Verkauf zu nehmen. Verbraucherinnen und Verbraucher sollten auf den Verzehr der Pralinen verzichten. Wer die belasteten Chargen gekauft habe, sollte sie umgehend zurückgeben.

Mehr als 100.000 fordern gesetzlichen Schutz

In Brüssel übergab foodwatch am Mittwoch mehr als 100.000 Unterschriften aus Deutschland, Frankreich und den Niederlanden an EU-Gesundheitskommissar Vytenis Andriukaitis. In der Petition wird Herr Andriukaitis aufgefordert, strikte Höchstwerte für gesättigte Mineralöle (MOSH) in Lebensmitteln und eine Null-Toleranz für die besonders kritischen aromatischen Mineralöle (MOAH) festzulegen. Zudem müssten Lebensmittel durch schützende Barrieren vor dem Übergang von Mineralölen aus Altpapierverpackungen geschützt werden.

„Mehr als 100.000 Unterschriften sind ein starkes Zeichen: Es wird höchste Zeit, dass die EU strikte Grenzwerte und Vorgaben für die Produktverpackungen erlässt. Die Lebensmittelwirtschaft nimmt die seit Jahren bekannte Problematik Mineralöl nicht ernst genug“, erklärte Johannes Heeg.

Mineralöle können auf verschiedenen Wegen in Schokolade gelangen. Zum Beispiel über für den Transport der Kakaobohnen verwendete Jutesäcke, die mit Mineralölen behandelt werden; über in der Produktion verwendete Maschinenöle oder über Abgase aus Industrie und Verkehr. Eine häufige Quelle sind zudem Altpapier-Verpackungen. Altpapier enthält neben mineralölhaltigen Druckfarben bis zu 250 weitere Chemikalien, die auf das Lebensmittel übergehen können, falls Recycling-

Kartons als Lebensmittel-Verpackung, beim Transport oder bei der Lagerung der Rohwaren zum Einsatz kommen.

Immer wieder werden in Laboranalysen gefährliche Mineralöle in Lebensmitteln gefunden. Die Bundesländer fanden in den vergangenen Jahren in jedem vierten getesteten Lebensmittel die krebserregenden aromatischen Mineralöle. foodwatch wies sie Ende letzten Jahres in jedem fünften untersuchten Produkt nach, überwiegend in Nudeln, Reis und Cornflakes. Vor kurzem fand die Stiftung Warentest gesättigte Mineralöle in vegetarischen Fleischersatzprodukten.

Link:

– E-Mail-Aktion gegen Mineralöle in Lebensmitteln: mineraloel-aktion.foodwatch.de

Redaktionelle Hinweise

– Amtliche Kontrollergebnisse aus Nordrhein-Westfalen: tinyurl.com/zmwobuz
– Foto von der Unterschriften-Übergabe an EU-Gesundheitskommissar Andriukaitis: tinyurl.com/j5ru66u

Quellen und weiterführende Informationen:

– foodwatch-Süßwarentest vom Juli 2016: tinyurl.com/js48uo2
– foodwatch-Osterhasentest vom April 2016: tinyurl.com/hw6yp5n
– Amtliche Testergebnisse der Bundesländer 2011-2015: tinyurl.com/hvdj44r
– foodwatch-Mineralöltest 2015: www.mineraloel-test.foodwatch.de

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Scharf: Umweltpakt-Betriebe sind Keimzelle für Innovationen – Nachhaltigkeit in Bayern wird weiter gestärkt

geschrieben von Andreas | 26. Oktober 2016

Pressemitteilung

München, 17. Oktober 2016

PM 184/16

Die Bayerische Staatsregierung und der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK) unterstützen gemeinsam den systematischen Dialog von kleinen und mittleren Unternehmen mit ihren Stakeholdern. Das bekräftigten die Bayerische Umweltministerin Ulrike Scharf und BIHK-Präsident Dr. Eberhard Sasse heute in München. Scharf: „Die Erwartungen an Unternehmen werden heute immer größer. Zukunftsfähige Unternehmen müssen heute sicher erkennen, wessen Interessen und welchen Ansprüchen sie begegnen. Deshalb ist es entscheidend, Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner und Verbände rechtzeitig einzubinden. Diese Anspruchsgruppen spielen bei Umweltschutz und Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle.“ Gerade das Konzept der Nachhaltigkeit zielt darauf ab, die Bedürfnisse der heutigen Gesellschaft aufzugreifen, ohne die Bedürfnisse künftiger Generationen zu beeinträchtigen. Um den Austausch zwischen Wirtschaft und Anspruchsgruppen zu fördern, hat das Landesamt für Umwelt im Auftrag des Umweltministeriums gemeinsam mit dem BIHK den neuen Leitfaden

für Unternehmen „Anspruchsgruppenanalyse und -dialog in der Praxis“ entwickelt. An der Erstellung waren zehn bayerische Betriebe und ein externer Partner beteiligt. „Die Frage Wer will eigentlich was von meinem Unternehmen? sollte sich jeder Unternehmer stellen, der im Sinne des Ehrbaren Kaufmanns wirtschaftet. Denn eine systematische Analyse und ein Dialog mit den Stakeholdern ermöglicht es, Konflikte und Konfrontationen im Vorfeld zu erkennen und zu vermeiden. Wer Anspruchsgruppen als Partner begreift und einbezieht, kann nur gewinnen“, so Dr. Sasse. Das Umweltministerium hat das Projekt mit rund 25.000 Euro gefördert.

Das gemeinsame Projekt ist eine Zusage im Rahmen des 5. Umweltpakts Bayern. Der Umweltpakt Bayern ist eine Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft. Beide Partner erklären im Umweltpakt ihre nachdrückliche Überzeugung, dass die natürlichen Lebensgrundlagen mit Hilfe einer freiwilligen und zuverlässigen Kooperation von Staat und Wirtschaft besser geschützt werden können als nur mit Gesetzen und Verordnungen. Der Umweltpakt gilt jeweils für fünf Jahre. Seit 1995 wurden durch ihn insgesamt über 700 Projekte gemeinsam realisiert. Derzeit beteiligen sich rund 1.400 Betriebe mit freiwilligen Leistungen für den Umwelt- und Ressourcenschutz.

Weitere Informationen zum Umweltpakt Bayern unter www.umweltpakt.bayern.de. Der Leitfaden steht beim Infozentrum UmweltWirtschaft unter www.izu.bayern.de zum kostenfreien Download bereit.

Unter den folgenden Links finden Sie weitere Informationen sowie Text- oder Bildmaterial:

- Pressemitteilung

<http://www.stmuv.bayern.de/aktuell/presse/pressemitteilung.htm?PMNr=184/16>

- Umweltpakt Bayern – Informationen mit Fotos (Gruppenfotos und Einzelfotos) werden in Kürze dort veröffentlicht

<https://www.umweltpakt.bayern.de/>

© Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz –
www.stmuv.bayern.de

Um Ihr Newsletterabonnement zu ändern oder abzubestellen,
benutzen Sie bitte das Formular unter
<http://www.stmuv.bayern.de/aktuell/newsletter/index.htm>.

Kontakt

Dagmar Schmitt

Bayerisches Landesamt für Umwelt

Referat 15

Nachhaltigkeit, Indikatoren und medienübergreifender
Umweltschutz

86177 Augsburg

Tel.: ++49 (0)821/90 71 – 5509

Fax: ++49 (0)821/90 71 – 5760

<mailto:dagmar.schmitt@lfu.bayern.de>

<http://www.lfu.bayern.de>

Ihre Anlaufstelle für betrieblichen Umweltschutz

<http://www.izu.bayern.de>

**Pressemitteilung Eco in the
Paper Moods – The Product
Design Issue by Geese Papier
Geese Papier präsentiert in**

einem Mix aus Magazin und Musterbuch inspirierende Menschen und ihr kreatives Arbeiten auf Recyclingpapier

geschrieben von Andreas | 26. Oktober 2016
Pressemitteilung

Eco in the Paper Moods – The Product Design Issue by Geese Papier

**Geese Papier präsentiert in einem Mix aus Magazin und
Musterbuch inspirierende Menschen und ihr kreatives Arbeiten
auf Recyclingpapier**

Henstedt-Ulzburg, Oktober 2016. Paper Moods zeigt Geschichten vom kreativen Arbeiten, von Visionen und ihrer Umsetzung. In Interviews, Studiobesuchen und Fotostrecken werden die gestalterischen Prozesse ausgewählter Protagonisten in persönlichen Geschichten und Bildern dokumentiert. Alle diese Dinge haben immer etwas mit Papier zu tun und bilden die Grundlage für dieses Konzept einer Druckmusterbuch-Reihe.

Für „The Product Design Issue“ von Paper Moods wurden sechs Produktdesigner besucht, die Einblicke in ihre Arbeit gaben. Das Besondere diesmal: das gesamte Druckerzeugnis ist ausgezeichnet mit dem Umweltsiegel „Blauen Engel“. Angefangen von den drei Recyclingpapieren Creative Print, Everprint premium und Kreativkarton über den Druck bis hin zum Buchbinder. Diese „Paper Moods“ zeigt, dass sehr gute Druckergebnisse auch nachhaltig zu erzielen sind. Die Informationen, welche Grammatur, Färbung und Volumen der Papiere jeweils eingesetzt wurden, findet man auf jeder der 104 Seiten des Magazins sowie im Bonusheft.

Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Entstanden ist ein Musterbuch der besonderen Art, das auf fiktive Inhalte

verzichtet und lieber wahre Geschichten erzählt. Abgerundet durch ein farbiges Bonusheft in dem alle eingesetzten Eco-Papiere, der Hersteller Koehler und Geese Papier selbst genauer vorgestellt werden.

Creative Print wird in Deutschland aus 100 % Altpapier hergestellt. Es besticht mit seiner Haptik, hohem 1,40-fachem Volumen und sehr guter Opazität. Prägungen und andere Veredelungen liebt es genauso wie Fotos und andere farbige Abbildungen. Creative Print gibt es von 90 – 350 g/m².

Kreativkarton ist ein durchgefärbter Recyclingkarton „Made in Germany“ mit brillanten, leuchtenden Farben. Sein schön matter Griff, eine individuelle Oberfläche, die große Auswahl an Farbtönen und drei praktische Grammaturen machen ihn zu einem tollen Begleiter vieler Ideen. Seine Nachhaltigkeit wird durch das Umweltsiegel „Blauer Engel“ garantiert.

Everprint Premium ist ein Premium-Recyclingpapier, das fühlbares Volumen und angenehme Haptik mit bester Bedruckbarkeit verbindet. Ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis mit dem einen nicht minder guten nachhaltigen Background. Aus 106 kg Altpapier werden 100 kg Everprint premium was mit dem Umweltsiegel „Blauer Engel“ belohnt wird. Die Grammaturen von 90 – 300 g/m² machen es zu einem kompletten Corporate Paper.

PAPER MOODS – The Product Design Issue – entstand in Zusammenarbeit mit Studio MAVEN, Berlin und kann kostenlos über wolf@geese.de angefordert werden.

Details zur Produktion:

Paper Moods – The Product Design Issue ist vom Papier über den Druck bis hin zur Verarbeitung mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Das Cover wurde mit einer Blindprägung versehen.

Druck:

DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH

Bildbearbeitung

Edelweiss Publish, Alexander Langenhagen
Buchbinder
Reinhart & Wasser

Kontakt

Ernst A. Geese GmbH
Emmy-Noether-Straße 2-4
24558 Henstedt-Ulzburg
Telefon 04193 88207 0
Fax 04193 88207 90
info@geese.de

Pressekontakt

Marketing Partnership:
Markus Galla
Telefon 089 66616241
Fax 089 66616242
mg@markusgalla.de

Über Geese Papier

Geese Papier ist seit 65 Jahren der Spezialist für Natur- und Recyclingpapiere. Das Papiergroßhandelsunternehmen ist inhabergeführt, nachhaltig und kompetent

1. Bundesweiter „Aktionstag Blauer Engel“ – Einladung zum Presse-Workshop mit Bundesumweltministerin

Barbara Hendricks

geschrieben von Andreas | 26. Oktober 2016

REMINDER

Aktueller Terminhinweis

1. Bundesweiter „Aktionstag Blauer Engel“

Einladung zum Presse-Workshop

mit Bundesumweltministerin Barbara Hendricks

Duschbad ohne Mikroplastik, Smartphone mit fairer Produktionskette, klimafreundliche Lampen? Gibt's alles. Beim Umweltzeichen Blauer Engel. Das Label steht für umweltfreundliche Produkte und Herstellungsprozesse, auch für hohe Sozialstandards. Unter den vielen Labeln ist es sicher eines der Seriösesten. Aber wie erfolgreich ist es wirklich? Wie werden die Standards entwickelt? Welchen Einfluss hat der Blaue Engel auf Produktinnovationen?

Wir laden Sie ein, zum Fragen, Recherchieren und hinter die Kulissen zu schauen:

beim 1. „Aktionstag Blauer Engel“ am 24. Oktober.

Fairphone, Unify, Henkel, Carus und die Drogeriemarktkette dm haben sich für den Blauen Engel entschieden. Zusammen mit Bundesumweltministerin Barbara Hendricks und den Machern und Macherinnen des Blauen Engels beantworten sie Ihre Fragen – im Rahmen eines Presseworkshops mit fishbowl-Diskussion und Mini-Round-Table. Am Rande des Workshops wird die Ministerin die Unternehmen für neue Produkte mit dem Blauen Engel würdigen.

Über Ihre Teilnahme am Workshop und die gemeinsame Diskussion freuen wir uns.

Termin: Montag, 24. Oktober 2016, 10.30 Uhr bis 12.30 Uhr

Teilnehmende: Bundesumweltministerin Barbara Hendricks

Vertreterinnen und Vertreter der Unternehmen Fairphone, dm-

drogerie markt, unify, Henkel, Carus und des NABU sowie der Jury Umweltzeichen „Blauer Engel“

Ort: Coworking Space “Agora Mittelweg” (Mittelweg 50, 12053 Berlin)

Senden Sie Ihre Anmeldung bitte an: presse@bmub.bund.de

Zum „Aktionstag Blauer Engel“

Der erste bundesweite „Aktionstag Blauer Engel“ soll das Umweltzeichen als Vertrauenslabel mit staatlichem Hintergrund stärker ins öffentliche Bewusstsein rücken. Neben Unternehmen beteiligen sich auch Verbraucherzentralen, Kommunen, Umwelt- und Verbraucherverbände und Einrichtungen an dem Aktionstag. Nähere Informationen stehen bereit unter: www.aktionstag-blauer-engel.de.

Zum Blauen Engel

Nur die aus Umweltsicht besten Waren und Dienstleistungen einer Produktgruppe erhalten den Blauen Engel. Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit garantieren die Jury Umweltzeichen, das Bundesumweltministerium, das Umweltbundesamt und die RAL gGmbH. Mitglieder der Jury Umweltzeichen sind: BDI, BUND, DGB, HDE, NABU, vzbv, ZDH, Stiftung Warentest, Medien, Kirchen, Wissenschaft, der Deutsche Städtetag und Vertreter/-innen von zwei Bundesländern – aktuell Bayern und Berlin sowie ein Jugendvertreter: www.blauer-engel.de

Saatgut-Hilfe für Haiti | Landwirtschaft nach Hurrikan

wieder aufbauen – BNN und Naturland richten Spendenkonto ein

geschrieben von Andreas | 26. Oktober 2016

Spendenaufruf, 18.10.2016

Hurrikan Matthew hat das Land Haiti, das zu den ärmsten der Welt gehört, schwer getroffen. Noch hat die reine Katastrophenhilfe oberste Priorität, um die Menschen mit dem unmittelbar Notwendigsten zu versorgen. Zugleich muss aber in der Landwirtschaft jetzt schon an die nächste Aussaat gedacht werden, damit die haitianischen Bauern nicht langfristig auf Lebensmittelhilfen angewiesen bleiben.

Der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) und Naturland haben deshalb ein Spendenkonto eingerichtet, damit Haiti und seine Menschen auch über die unmittelbare Nothilfe hinaus die Unterstützung bekommen, die das gebeutelte Land nun dringend benötigt. Denn mit den Ernten, die der Hurrikan vernichtet hat, ist auch das Saatgut verloren gegangen, das die Bauern traditionell nach der Ernte für die neue Aussaat zurücklegen. Wenn im Januar nicht Mais, Hirse und Bohnen in den Boden kommen, ist eine weitere Anbausaison verloren.

Dr. Felix Prinz zu Löwenstein, BÖLW-Vorsitzender und langjähriges Naturland Präsidiumsmitglied, hat seit Jahrzehnten enge Kontakte in das Land. Als Entwicklungshelfer hat er drei Jahre lang im jetzt am stärksten betroffenen Südwesten Haitis gearbeitet. Löwenstein ist vertraut mit der Situation im Land und mit der Arbeit vieler dort tätiger Entwicklungsorganisationen.

Eine davon ist die Nichtregierungs-Organisation ORE (Organization for the Rehabilitation of the Environment; www.oreworld.org). Ihr Tätigkeitsradius umfasst genau die

Gegend, über die das Zentrum des Sturmes gezogen ist. ORE züchtet seit über 30 Jahren Saatgut zusammen mit den Bauern. Schon jetzt besorgt und verteilt ORE Gemüsesaatgut, das unmittelbar ausgesät werden kann. Aber auch für die Januar-Aussaart muss jetzt mit der Beschaffung begonnen werden. „Mit nachbaufähigem Saatgut soll den Bauern zudem eine Alternative geboten werden, damit sie nicht von gentechnisch verändertem Saatgut abhängig werden, das sie für jede Aussaat neu kaufen müssen“, sagte Löwenstein.

Unter dem Stichwort „Saatgut-Hilfe für Haiti“ haben der BNN und Naturland deshalb ein Spendenkonto eingerichtet, um ORE dabei zu unterstützen, dass die haitianischen Bauern schnell mit passendem Saatgut versorgt werden. Der BNN und Naturland werden als Grundstock 1.000 Euro in den Fonds einzahlen. Jede weitere Unterstützung ist willkommen – ob von Erzeugern, Verarbeitern, Handelsunternehmen oder Verbraucherinnen und Verbrauchern. Jede Spende zählt!

Spenden bitte auf folgendes Konto überweisen:

Kontoinhaber: Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V.

Bank: Kreissparkasse München Starnberg Ebersberg

IBAN: DE72 7025 0150 0028 5993 97

BIC: BYLADEM1KMS

Verwendungszweck: Saatgut-Hilfe für Haiti

Bei Spenden bis zu 200 Euro erkennt das Finanzamt Ihren Überweisungsbeleg als Spendenbeleg an. Für höhere Spenden bitte vollständige Adresse auf dem Überweisungsformular angeben.

Kontakt:

Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V.

Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing

Markus Fadl | Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: 089/89 80 82 31 | Email: m.fadl@naturland.de

Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V.
Michaelkirchstraße 17/18, 10179 Berlin
Marcel-Philipp Werdier | Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 030/847 12 24 56 | Email: werdier@n-bnn.de

CETA: Wirtschaftsinitiative warnt vor einseitigem Handelsvorteil für kanadische Unternehmen

geschrieben von Andreas | 26. Oktober 2016
Pressemitteilung

Berlin, 17. Oktober 2016: Morgen entscheidet der Rat für Auswärtige Angelegenheiten über die Unterzeichnung und vorläufige Anwendung von CETA. Die Wirtschaftsinitiative „Kleine und Mittelständische Unternehmen (KMU) gegen TTIP“ fordert, das Freihandelsabkommen zwischen EU und Kanada zu stoppen. Wichtiger Grund: CETA ist eine Gefahr für das erfolgreiche europäische Verfahren zur Zulassung und Zertifizierung von Produkten. Kanadische Unternehmen könnten wegen einfacherer Produktzulassungen im europäischen Markt einseitig bevorteilt werden.

„CETA würde den europäischen Markt einseitig für Kanada öffnen, während der kanadische Markt für viele Europäer verschlossen bleibt“, warnt Guido Körber, Geschäftsführer von Code Mercenaries und Beirat der Initiative „KMU gegen TTIP“. „Um ein Produkt auf den Markt zu bringen, reicht in Europa meistens ein einfaches CE-Kennzeichen. Dieses vergibt der Hersteller selber: Er garantiert damit, die geltenden

Standards beachtet zu haben“, erklärt Körber weiter. In Europa müssen nur Produkte mit erhöhten Sicherheitsanforderungen, etwa Medizinprodukte, von dritter Stelle zertifiziert werden. Bei einer Computertastatur zum Beispiel ist das nicht nötig. In Kanada müssen demgegenüber alle Elektronikprodukte ein entsprechendes Zertifikat aufweisen. „Ohne Prüfsiegel darf ein Produkt nicht auf den kanadischen Markt, daran ändert auch CETA nichts. Umgekehrt sollen durch das Freihandelsabkommen allerdings in Kanada zertifizierte Produkt automatisch als CEKonform gelten“, so Körber. „CETA wird damit zur Einbahnstraße für kanadische Unternehmen.“

Darüber hinaus kann das Freihandelsabkommen das gesamte europäische Normierungssystem untergraben. In Europa gilt: Ein Sachverhalt, eine Norm. Die Normen sind mit den internationalen Standards ISO, IEC und ITU harmonisiert. In Kanada sind verschiedene akkreditierte Labors für die Zertifizierung zuständig – mit teilweise voneinander abweichenden Standards. Werden europäische und kanadische Standards gegenseitig anerkannt, ohne sie zuvor zu vereinheitlichen, importiert Europa die kanadische Normenvielfalt. „Das wäre ein Rückschritt in die Zeit vor dem Binnenmarkt, als in Europa über 1,4 Millionen Standards existierten“, befürchtet Körber. „Heute gibt es in Europa nur noch 160.000 Standards.“

Hintergrund: Unterschiedliche Anforderungen für die Zulassung von Produkten sind für Hersteller mit gravierendem Aufwand verbunden: Eine Zertifizierung für den amerikanischen bzw. kanadischen Markt ist nicht nur teuer. Unter Umständen müssen sogar verschiedene Produktlinien hergestellt werden. Deswegen wurde den mittelständischen Unternehmen in Aussicht gestellt, mit CETA und TTIP würden Doppelzertifizierungen wegfallen. Das Bundeswirtschaftsministerium (BMWi) hat jedoch bereits eingestanden, dass eine Anpassung der Standards durch TTIP „vor den nächsten zehn bis 20 Jahren nicht zu erwarten“ sei. 1 „TTIP und CETA stehen bei der Harmonisierung von

Produktanforderungen vor den gleichen Problemen – und in beiden Fällen sind sie nicht gelöst“, urteilt Körber.

Die Wirtschaftsinitiative „Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) gegen TTIP“ wurde im Herbst 2015 von fünf Unternehmen aus unterschiedlichen Bundesländern gegründet, schnell schlossen sich

mehr als 2.500 Unternehmen dem Aufruf an. Die Arbeitsgemeinschaft möchte zu einer differenzierten Diskussion um CETA, TTIP und TiSA beitragen und kritischen Stimmen aus den Reihen der Wirtschaft Gehör verschaffen.

In der Reihe TTIP in der Diskussion ist bisher erschienen:

- TTIP und Maschinenbau/Elektronikindustrie (www.kmu-gegenttip.de/content/download/1616/40948/file/160204_Pressemitteilung_KMU_gegen_TTIP_Factsheet%20Maschinenbau.pdf)
- TTIP und Handwerk (www.kmu-gegenttip.de/content/download/1629/40989/file/160608_Faktenblatt_TTIP_in_der_Diskussion_Handwerk.pdf)
- TTIP und Gesundheitswesen/Pharma (www.kmu-gegenttip.de/content/download/1633/41001/file/160713_TTIP_in_der_Diskussion_PharmaGesundheitswesen.pdf)

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.kmu-gegen-ttip.de.

Kontakt:

Arbeitsgemeinschaft „KMU gegen TTIP DE“ // info@kmu-gegen-ttip.de

[facebook.com/KMUgegenTTIP](https://www.facebook.com/KMUgegenTTIP) // twitter.com/KMUgegenTTIP_DE

Pressekontakt:

Kai Weller, Agentur Ahnen&Enkel

Mail: weller@ahnenenkel.com

Mobil: 0176 24569084

www.tagesspiegel.de/wirtschaft/freihandelsabkommen-letzte-verhandlungsrunde-doch-keine-einigkeitueber-ttip/13884526.html

BKK advita plant 2017 mit stabilem Beitragssatz von 1,1 %

geschrieben von Andreas | 26. Oktober 2016
Pressemeldung

Schätzerkreis prognostiziert für 2017 einen durchschnittlichen Zusatzbeitrag von 1,1 % in der gesetzlichen Krankenversicherung.

Alzey, 17.10.2016

Der GKV-Schätzerkreis prognostiziert für das Jahr 2016 und 2017 die Höhe der Einnahmen und Ausgaben unter Berücksichtigung der Versicherten und Mitglieder in der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV). Die Schätzung für 2017 sieht wie folgt aus:

Einnahmen des Gesundheitsfonds: 214,8 Mrd. Euro

Bundeszuschuss: 14,5 Mrd. Euro

Ausgaben: 229,1 Mrd. Euro

Nach diesem Schätzergebnis ergibt sich rechnerisch keine Notwendigkeit den durchschnittlichen Zusatzbeitragssatz zu verändern. Das Bundesministerium für Gesundheit nimmt nun eine Auswertung der Schätzergebnisse vor und legt daraufhin den durchschnittlichen Zusatzbeitrag für 2017 fest. Eine Veröffentlichung erfolgt bis 01.11.2016 im Bundesanzeiger.

„Die BKK advita zeichnet sich im aktuellen wie auch in den Vorjahren durch eine solide Finanzlage aus und plant unter Berücksichtigung der aktuellen Entwicklungen im Jahr 2017 auch weiterhin den Zusatzbeitrag stabil bei 1,1% zu belassen.“, so Norbert Pasternack, Vorstand der BKK advita. „Die Planungen stehen derzeit natürlich noch unter dem Vorbehalt des Beschlusses durch den Verwaltungsrat und der Genehmigung durch die Aufsichtsbehörde.“

Pressekontakt

Dr. Gabriele Ackermann
Leiterin Kunden und Marketing
gabriele.ackermann@bkk-advita.de
06731 9474 140
www.bkk-advita.de

Über die BKK advita

Die BKK advita ist die erste umweltzertifizierte Krankenkasse Deutschlands. Im Fokus stehen hierbei die Verbindung zwischen Umwelt und Gesundheit sowie der Gedanke der Nachhaltigkeit. So werden schulmedizinische Leistungen durch eine Vielzahl natürlicher und auf Nachhaltigkeit ausgelegter Behandlungsangebote, wie beispielsweise Homöopathie, Osteopathie, Biofeedback oder Leistungen der Naturheilzahnkunde ergänzt. Langfristig angelegte Vorsorge- und Präventionsleistungen dienen dem persönlichen Gesundheitsmanagement der Versicherten. Werber können Ihre Prämie für Baumpatenschaften spenden und die Zusammenarbeit im Finanzsektor erfolgt mit nachhaltig orientierten Banken. Der Ökostrombezug sowie die Reduktion von Verbrauchsgütern runden die Klimaschutzaktivitäten ab. Jährlich schreibt die BKK advita für kleine und mittlere Unternehmen den alternativen Gesundheitspreis aus.

Der Sitz der BKK advita befindet sich in Mainz, die Hauptverwaltung befindet sich im rheinhessischen Alzey.

Ursprünglich war sie eine Betriebskrankenkasse nur für die Mitarbeiter von drei Unternehmen (Schott AG, Carl Zeiss AG und KSB AG). Seit Ende 2010 ist die BKK advita nachhaltig ausgerichtet und bietet ihre Leistungen als geöffnete Krankenkasse bundesweit an. Weitere Informationen finden Sie unter www.bkk-advita.de.

Quelle:

Pressemitteilung des Bundesversicherungsamtes vom 13.10.2016 / www.bundesversicherungsamt.de/fileadmin/redaktion/Risikosturgleich/Schaetzerkreis/20161013_Presseerklaerung_SK.pdf

Umfrage: Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger will zweckgebundene Abgabe auf Zuckergetränke – WHO-Bericht stützt foodwatch-Forderung nach Zuckerabgabe

geschrieben von Andreas | 26. Oktober 2016
Pressemitteilung

- WHO und Kinderärzte empfehlen Abgabe auf Zuckergetränke als sinnvolle Maßnahme im Kampf gegen Übergewicht, Fettleibigkeit und Diabetes
- Auch eine Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher spricht sich für eine solche Abgabe aus
- foodwatch fordert Hersteller-Abgabe nach britischem Vorbild

Berlin, 11. Oktober 2016. Eine Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher fordert eine Hersteller-Abgabe auf besonders zuckerreiche Getränke. Das ergibt eine heute veröffentlichte Umfrage von infratest dimap, die die Verbraucherorganisation foodwatch in Auftrag gegeben hatte. Auch die Weltgesundheitsorganisation (WHO) spricht sich in einem Bericht für Sondersteuern von mindestens 20 Prozent aus. Dadurch sollen die Fälle von Übergewicht, Fettleibigkeit und Typ-2-Diabetes reduziert werden. Gestern hatte bereits der Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte (BVKJ) für eine Zuckerabgabe auf so genannte Erfrischungsgetränke plädiert.

„Bundesernährungsminister Schmidt sollte endlich auf die WHO hören, anstatt der Lebensmittel-Lobby auf den Leim zu gehen: Sonderabgaben auf Zuckergetränke wirken und sind unabdingbar im Kampf gegen Fettleibigkeit und chronische Krankheiten. Sogar eine Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher befürwortet das. Solange Minister Schmidt sich jedoch weigert, die Industrie in die Pflicht zu nehmen, macht er sich zum Interessensvertreter von Coke, Pepsi & Co.“, sagte foodwatch-Experte Oliver Huizinga.

Der infratest-Umfrage zufolge spricht sich eine Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher für eine zweckgebundene Zuckerabgabe aus. Auf die Frage „Um eine gesunde Ernährung von Kindern zu fördern, gibt es den Vorschlag, dass die Hersteller besonders zuckerreicher Getränke Abgaben zahlen sollen. Mit den Einnahmen wird dann die Förderung gesunder Kinderernährung finanziert. Würden Sie sagen, dieses Konzept mit Hersteller-Abgaben auf zuckerreiche Getränke ist für Deutschland sehr geeignet, geeignet, weniger geeignet oder gar nicht geeignet, um eine gesunde Ernährung von Kindern zu fördern?“ antworteten 54 Prozent mit „sehr geeignet“ (23 Prozent) bzw. mit „geeignet“ (31 Prozent). Besonders hoch ist die Zustimmung bei den 18- bis 34-Jährigen, am niedrigsten bei den Über-65-Jährigen. Auffällig: Es gibt kaum Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Auch nach Bildungsabschlüssen gestaffelt sind

die Zustimmungsraten annähernd gleich. Sogar bei Einkommensschwachen (Haushaltseinkommen weniger als 1.500 Euro monatlich) liegt die Zustimmung bei 50 Prozent.

foodwatch plädiert für eine Zuckerabgabe nach britischem Vorbild. Dort gelten Getränke mit einem Anteil von mehr als fünf Prozent Zucker als überzuckert. Für sie müssen Hersteller ab 2018 eine Abgabe zahlen. Als Anreiz für die Getränke-Industrie, den Zucker zu reduzieren, fordert foodwatch eine ähnliche Regelung auch für Deutschland. Die Einnahmen sollten zweckgebunden verwendet werden, um gesunde Ernährung, Ernährungsbildung und Sportprogramme bei Kindern und Jugendlichen zu fördern. Neben einer solchen zweckgebundenen Hersteller-Abgabe verlangt foodwatch eine verbraucherfreundliche Nährwertkennzeichnung in Ampelfarben sowie gesetzliche Beschränkungen der an Kinder gerichteten Werbung mit Sportidolen, Comicfiguren oder Spielzeugbeigaben.

Link:

- Repräsentative Umfrage zur Zuckerabgabe: tinyurl.com/hydamhb
- Umfrageergebnisse nach Parteizugehörigkeit: tinyurl.com/j2dm9m4

Weiterführende Informationen:

- foodwatch-Marktstudie zu Erfrischungsgetränken: tinyurl.com/getraenke-studie
- dpa-Meldung vom 10. Oktober 2016; „Kinderärzte-Verband fordert Zuckersteuer auf Softdrinks“: tinyurl.com/hl32woo

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Sylvie Ahrens

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90