

Repräsentative Umfrage: 80 Prozent der Deutschen fordern Mitbestimmung des Bundestags bei TTIP und CETA

geschrieben von Andreas | 6. Juli 2016
Pressemitteilung – Thema: Freihandelsabkommen

Berlin, 06. Juli 2016. Vier Fünftel aller Deutschen fordern, dass der Bundestag über Freihandelsabkommen der Europäischen Union mitentscheiden darf. Das geht aus einer repräsentativen Umfrage hervor, die das Meinungsforschungsinstitut Infratest dimap im Auftrag der Nichtregierungsorganisationen Campact und foodwatch durchgeführt hat. 80 Prozent der Befragten gaben an, der Bundestag müsse Freihandelsabkommen wie TTIP und CETA zustimmen, 74 Prozent sahen die Mitgliedstaaten in der Pflicht, 71 Prozent das Europaparlament.

„Das Votum zeigt eindeutig, dass die Bürgerinnen und Bürger nicht nur die Beteiligung des Europaparlaments, sondern auch eine Entscheidung der nationalen Parlamente fordern. Die Bundesregierung und die EU-Kommission planen allerdings, CETA ‚vorläufig‘ in Kraft zu setzen, ohne dass die nationalen Parlamente darüber abgestimmt haben“, sagte Lena Blanken von der Verbraucherorganisation foodwatch. „Dieses Vorgehen missachtet den Willen der Bevölkerung.“

Die Umfrageergebnisse sind umso aufschlussreicher, als sich die Deutschen nicht grundsätzlich gegen Freihandel aussprechen. So beurteilten über 90 Prozent der Befragten Handel zwischen der Bundesrepublik Deutschland und anderen Ländern als „eher gute“ oder „sehr gute“ Sache. Und über die Hälfte der mehr als 1.000 Befragten geht davon aus, dass – allgemein betrachtet – Freihandelsabkommen der Europäischen

Union eher von Vorteil für Deutschland seien (53 Prozent).

Fragt man allerdings konkret nach dem europäisch-kanadischen Abkommen CETA und nach TTIP, dem geplanten Abkommen zwischen EU und USA, so sieht das Stimmungsbild schon anders aus: Dann sinkt die eher positive Wahrnehmung auf knapp ein Drittel (32 Prozent). Demgegenüber erwartet fast die Hälfte der Befragten (46 Prozent), dass mit TTIP und CETA eher Nachteile auf Deutschland zukommen.

„TTIP und CETA gehen weit über Handelserleichterungen wie beispielsweise niedrigere Zölle hinaus. Diese Handelsabkommen einer neuen Generation greifen tief in unsere Gesetzgebung bei Umwelt- und Klimaschutz ein und bedrohen europäische Verbraucher- sowie Arbeitnehmerrechte. Mit ihnen werden europäische Standards ausgehebelt, Verbesserungen sind künftig kaum mehr möglich“, so Maritta Strasser, verantwortliche Campaignerin bei Campact. „Kein Wunder, dass fast die Hälfte aller Deutschen durch TTIP und CETA Nachteile für sich befürchtet.“

Links:

- Umfrage zum Thema TTIP/ CETA: tinyurl.com/foodwatch-Umfrage-CETA-TTIP
- Verfassungsbeschwerde „Nein zu CETA“ von Campact, foodwatch und Mehr Demokratie: www.ceta-verfassungsbeschwerde.de
- Studie zum Vorsorgeprinzip: tinyurl.com/jjqmxkp
- Wissenschaftliches Kurzgutachten zur „vorläufigen Anwendung“ von CETA: tinyurl.com/jhph26n

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Sylvie Ahrens

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Campact e.V.

Jörg Haas

E-Mail: presse@campact.de

Tel. + 49 (0)4231 / 95 75 90

Neue Recherchen belegen: Rechte von ArbeiterInnen mit Füßen getreten – auch in Europa

geschrieben von Andreas | 6. Juli 2016

Pressemitteilung

Bonn/Berlin, 04.07.2016: ArbeiterInnen in mittel- und südosteuropäischen Schuhunternehmen leiden unter Hungerlöhnen. Zugleich verschließt die Schuh- und Lederindustrie die Augen vor Arbeits- und Menschenrechtsverletzungen weltweit. Das zeigen zwei neue Studien der Kampagne Change Your Shoes. Besonders erschreckend: ArbeiterInnen in Albanien, Mazedonien und Rumänien stellen „deutsche“ Schuhe oft zu noch niedrigeren Löhnen her als ArbeiterInnen in China.

„Made in Europe“ soll für Qualität und faire Arbeitsbedingungen stehen. Der Bericht **Harte Arbeit für wenig Geld** der Kampagne Change Your Shoes zeigt erstmals auf, dass in der europäischen Schuh- und Lederindustrie davon keine Rede sein kann. Die Recherchen rücken die prekären Arbeitsbedingungen in Schuhfabriken in Mittel- und Südosteuropa in den Fokus. Rund 200.000 Menschen sind in den untersuchten Ländern Albanien, Bosnien-Herzegowina, Polen, Rumänien, Slowakei und Mazedonien in der Schuhindustrie beschäftigt – oftmals zu extrem niedrigen Löhnen. Die Löhne in

Albanien, Mazedonien oder Rumänien liegen sogar noch unter denen in China. Sie müssten vier bis fünf Mal höher sein, damit die Fabrikarbeitenden und ihre Familien davon leben könnten.

„In den untersuchten Fabriken ist der Akkorddruck teilweise so hoch, dass die ArbeiterInnen keine Atemmasken oder Schutzkleidung gegen den Gestank von Leim und das Gift der Chemikalien tragen, weil es das Arbeiten verlangsamt“, sagt Anton Pieper vom SÜDWIND-Institut. Der Bericht belegt: Die Probleme der Schuhindustrie sind ein Problem globaler Wertschöpfungsketten – und machen nicht halt vor Europa.

Jeder Deutsche kauft im Durchschnitt pro Jahr 5,3 Paar Schuhe. Über 24 Milliarden Paar Schuhe wurden 2014 weltweit hergestellt, der größte Teil davon in Asien. Doch jedes fünfte Paar Schuhe, das in Europa verkauft wird, ist auch in Europa produziert.

Unternehmensbefragungen – Bewertung der Schuhfirmen

Die Ergebnisse der Befragung von Schuhunternehmen wie Adidas, Ara, Birkenstock, Deichmann, Gabor und Lowa, die dem Bericht **Rechte von ArbeiterInnen mit Füßen getreten** zu entnehmen sind, machen deutlich, dass sich Unternehmen zu wenig um die Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten kümmern, in denen sie ihre Schuhe fertigen lassen. Berndt Hinzmann vom INKOTA-netzwerk sagt: „Die wenigsten Schuhunternehmen können eine transparente Zulieferkette vorweisen. Für KonsumentInnen ist es nach wie vor sehr schwierig, sich für einen nachhaltig produzierten Schuh zu entscheiden, da die Marken nicht glaubwürdig informieren, geschweige denn tatsächlich nachhaltig produzieren.“

Insgesamt gibt es deutlichen Nachholbedarf in der Umsetzung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht. Das gilt für alle 23 Firmen, darunter auch die deutschen Firmen, die befragt wurden: 11 Firmen haben keine Auskunft gegeben und auch jene

12, die geantwortet haben, setzen grundlegende Arbeitsrechte nicht effektiv um. Erhoben wurde u.a., ob existenzsichernde Löhne für ArbeiterInnen vorgesehen sind und welche Arbeitsschutzmaßnahmen vorausgesetzt werden.

Von den Unternehmen konnte keines der besten Kategorie „fortschrittlich“ zugeordnet werden. Die Marken El Naturalista, Eurosko und Adidas schafften es zumindest auf den zweiten Platz „auf dem Weg“. Positiv bleibt festzuhalten, dass sich die 12 Unternehmen, die sich an der Umfrage beteiligt haben, gesprächsbereit und gegenüber Verbesserungen von Arbeitsbedingungen grundsätzlich aufgeschlossen zeigten.

Weitere Informationen:

- „Harte Arbeit für wenig Geld“ – Fact-Sheet und Studie
- „Rechte von ArbeiterInnen mit Füßen getreten“ – Fact-Sheet und Bericht

Kontakt:

Anton Pieper, SÜDWIND, Tel.: 0228-763698-18 E-Mail: pieper@suedwind-institut.de

Berndt Hinzmann, INKOTA-netzwerk, Tel.: 0160-9469 8770 Email: hinzmann@inkota.de

„Change Your Shoes“ ist eine Initiative von 18 Menschenrechts- und Arbeitsrechtsorganisationen, die sich für eine nachhaltige und ethische Schuhlieferkette einsetzen. Indem die Kampagne die KonsumentInnen für einen nachhaltigen Lebensstil sensibilisiert, Lobbyarbeit bei PolitikerInnen und Labelorganisationen leistet und Unternehmen drängt ihre Sorgfaltspflichten wahrzunehmen, zielt die Kampagne darauf ab, die sozialen und ökologischen Bedingungen in der Schuh- und Lederindustrie zu verbessern.

Die Kampagne „Change Your Shoes“ wird von der Europäischen Union finanziell unterstützt sowie von Mitteln des Kirchlichen Entwicklungsdienstes, durch Brot für die Welt und von

ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des BMZ. Für den Inhalt sind allein die Herausgebenden verantwortlich.

Sandra Grigentin-Krämer

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: grigentin-kraemer@suedwind-institut.de

Website: www.suedwind-institut.de

Erneut krebsverdächtige Mineralöle in Schokolade – „Kinder Riegel“ schneidet bei foodwatch-Test am schlechtesten ab

geschrieben von Andreas | 6. Juli 2016

Pressemitteilung

- Süßwaren von Ferrero, Lindt und Rübezahl laut Labortest mit gefährlichen Mineralölen verunreinigt
- foodwatch fordert öffentlichen Rückruf der betroffenen Produkte
- Herstellerverband hält Verzehr von krebsverdächtigen

Lebensmitteln für „unbedenklich“

Berlin, 4. Juli 2016. Schokolade von Ferrero, Lindt und Rübezahl enthält gesundheitsgefährdende Mineralöle. Das ist das Ergebnis eines Labortests der Verbraucherorganisation foodwatch. Demnach sind Ferreros „Kinder Riegel“, Lindts „Fioretto Nougat Minis“ und die „Sun Rice Classic Schoko Happen“ der Firma Rübezahl mit sogenannten aromatischen Mineralölen (MOAH) verunreinigt. Diese können Krebs auslösen und das menschliche Erbgut schädigen. foodwatch hatte die betroffenen Hersteller im Vorfeld über die Testergebnisse informiert und einen öffentlichen Rückruf gefordert. Diese weigerten sich jedoch, die Produkte aus dem Verkauf zu nehmen.

„Die Hersteller handeln grob fahrlässig. Statt die gefährlichen Süßigkeiten aus den Regalen zu räumen und die Verbraucher zu warnen, reden sie sich damit raus, es sei alles ganz legal – dabei verhindern sie selbst seit Jahren überfällige Grenzwerte“, sagte Johannes Heeg von foodwatch.

Dem Bundesverband der Süßwarenindustrie (BDSI), zu dem auch Ferrero, Lindt und Rübezahl gehören, ist das Problem um die gesundheitsgefährdenden Mineralöle seit mehreren Jahren bekannt. Der Verband verweist in einer öffentlichen Stellungnahme zum wiederholten Mal auf angeblich erfolgreiche „Forschungsinitiativen und Qualitätsmanagementmaßnahmen“, um die gefährlichen Substanzen in Lebensmitteln zu verringern. Der Verzehr von Schokolade, die mit aromatischen Mineralölen verunreinigt ist, sei „unbedenklich“, heißt es von dem Verband. Laut der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) wirken aromatische Mineralöle in Lebensmitteln jedoch erbgutschädigend, unabhängig von der Menge. Auch das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) ist der Ansicht, dass aufgrund des krebserzeugenden Potenzials kein nachweisbarer Übergang dieser Mineralöle auf Lebensmittel stattfinden sollte.

foodwatch testete insgesamt 20 Schokoladen-Produkte und Chips

auf schädliche Mineralöle. Neben den drei krebserregenden Schokoladen enthielten zahlreiche Produkte gesättigte Mineralöle (MOSH). MOSH können sich im menschlichen Körper anreichern und langfristig die Organe schädigen. Besonders Kinder sind gefährdet: Laut EFSA sind diese stärker mit Mineralölen belastet als Erwachsene.

Am schlechtesten hat der „Kinder-Riegel“ von Ferrero im foodwatch-Test abgeschnitten. Sowohl bei gesättigten Mineralölen (MOSH) als auch bei den krebserregenden, erbgutschädigenden aromatischen Mineralölen (MOAH) waren die Werte am höchsten. Der „Kinder-Riegel“ ist in Deutschland einer der meist verkauften Schoko-Riegel.

„Wieder und wieder werden bei Labortests gefährliche Mineralöle in Lebensmitteln nachgewiesen. Wieder und wieder reagieren die Hersteller mit Ausreden. Doch bisher gibt Bundesernährungsminister Christian Schmidt lediglich zu, dass es ein Problem gibt. Die Lösung, nämlich sichere Grenzwerte für Mineralölverunreinigungen, bleibt er den Verbraucherinnen und Verbrauchern immer noch schuldig“, kritisierte Johannes Heeg.

foodwatch fordert daher strikte Höchstwerte für gesättigte Mineralöle (MOSH) in Lebensmitteln und eine Null-Toleranz für die besonders kritischen aromatischen Mineralöle (MOAH). Zudem müssen Lebensmittel durch schützende Barrieren vor dem Übergang von Mineralölen aus Altpapierverpackungen geschützt werden. Solange es keine europäische Regelung gibt, sei die Bundesregierung in der Pflicht ein nationales Gesetz zu beschließen.

Bereits vor Ostern fand foodwatch in einem Labortest aromatische Mineralöle in 8 von 20 Schokoladen-Osterhasen. Betroffen waren preisgünstige Osterhasen von Lidl, Penny und Aldi Nord, aber auch teure Markenprodukte, etwa von Lindt, Feodora und Niederegger. In Bayern fanden die Behörden Ende des vergangenen Jahres in der Schokolade mehrerer

Adventskalender gefährliche Mineralöl-Verunreinigungen.

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.

Link:

– E-Protestaktion von foodwatch gegen Mineralöle in Lebensmitteln: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

– Testergebnisse im Detail und Produktfotos zum Download unter: www.mineraloel-material.foodwatch.de

– Hintergrundinformationen zu Mineralölen in Lebensmitteln: tinyurl.com/h573v5v

– foodwatch-Test: Krebsverdächtige Mineralöle in Schoko-Osterhasen: tinyurl.com/hw6yp5n

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

„Luther Kaffee“ – der neue

Bio-Kaffee aus Fairem Handel

Der Kaffee zum 500. Reformationsjubiläum

geschrieben von Andreas | 6. Juli 2016



PRESSE - INFORMATION

30. Juni 2016

Ravensburg. Martin Luther veröffentlichte im Oktober 1517 seine 95 Thesen. Die Reformation beeinflusste nicht nur die Kirche, sondern auch die gesamte Bildungswelt und setzte gesellschaftliche Veränderungen in Gang.

Zum 500. Reformationsjubiläum im Jahr 2017 bringt die Ravensburger dwp eG Fairhandelsgenossenschaft nun den „Luther Kaffee“ heraus.

Der Fair Trade Kaffee aus biologischem Anbau stammt von Kleinbauernfamilien in Nicaragua und Äthiopien, die durch den Fairen Handel ein deutlich höheres Einkommen erzielen als im konventionellen Handel. Neben fairen Produzentenpreisen bietet die dwp eG ihren PartnerInnen langfristige und direkte Handelskontakte, Zuschläge für Bio-Anbau, einen Aufpreis für Sozialprojekte wie z.B. dem Aufbau von Schulen und Vorfinanzierungen von mindestens 50% des Auftragswertes bei Bestellung.

Der „Luther Kaffee“ der Marke WeltPartner ist ein Kooperationsprodukt der dwp eG Fairhandelsgenossenschaft und

der Evangelischen Landeskirche Baden (EKIBA). Pro Kilogramm verkauften „Luther Kaffee“ überweist die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft 1 Euro an EKIBA, die wiederum diesen Spendenanteil ohne Abzüge an soziale Projekte weiterleitet, welche von der Evangelischen Landeskirche Baden unterstützt werden, beispielsweise für die medizinische Versorgung der Mayangna-Indianer im UNESCO-Biosphärenreservat BOSAWAS sowie dessen Schutz in Nicaragua.

Die Mayangna-Indianer leben seit Jahrhunderten vom Regenwald. Doch Goldsucher und Holzhändler besetzen Teile des Reservates und roden den Urwald. Auch Bauern dringen durch extensive Landnutzung in die Schutzzone ein. Naturkatastrophen bedrohen ebenfalls die Kultur und die Lebensgrundlage der Mayangnas, die Armut ist groß. Mit den Spenden soll unter anderem eine Apotheke aufgebaut und die medizinische Versorgung der Mayangnas gewährleistet werden. Auch der Schutz des Biosphärenreservates soll mit den Spenden sichergestellt werden.

Die Evangelische Landeskirche Baden unterstützt dieses Projekt in Nicaragua seit fünf Jahren mit Projektmitteln.

Als Fairhandelspionier sieht die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft – gegründet 1988 – eine enge Verbindung zwischen Fairem Handel, Nachhaltigkeit, langfristiger Armutsbekämpfung in benachteiligten Ländern und sozialem Engagement. Die Kooperation mit der Evangelischen Kirche Baden und die Idee eines Spendenanteils waren daher naheliegend.

Der „Luther Kaffee“ ist eine Bio-Mischung von nicaraguanischen Hochland-Arabica-Bohnen (SHG* = strictly high grown), abgerundet und verfeinert durch Beimischung eines edlen Sidamo-Arabica aus Äthiopien. Durch die schonende Langzeitröstung entfaltet dieser Kaffee sein besonderes Aroma und macht ihn besonders verträglich. Der Kaffee ist geeignet für alle Kaffeevollautomaten und gängigen Zubereitungsarten. Der Fair Trade Kaffee aus biologischem Anbau ist als 250g

gemahlen und 500g Bohne ab Ende Juli 2016 bei der dwp eG erhältlich.

Der Spendenanteil von 1 Euro pro verkauftem Kilogramm Kaffee fließt zu 100% in soziale Projekte, die von der Evangelischen Landeskirche Baden unterstützt werden.

*SHG ist die Abkürzung für „Strictly High Grown“ und gibt einen wichtigen Hinweis auf die Höhenlage des Anbaugebietes des Kaffees. Die Höhe des Kaffeestandortes ist eines der entscheidenden Qualitätsmerkmale. SHG bezeichnet die Höhenlage, in der die besten Kaffeequalitäten erzielt werden.

Download druckfähiger Bilder des Kaffees unter www.dwpeg.de/Bilder_Luther_Kaffee.zip

Bei Presserückfragen:

Martin Lang, Inforeferent: info@dwpeg.de

Bezug:

dwp eG Fairhandelsgenossenschaft, Hinzistobler Straße 10,
D-88212 Ravensburg,
Tel.: 0751-36155-0, bestellung@dwpeg.de

dwp eG Fairhandelsgenossenschaft

dwp wurde 1988 von Weltläden aus der Region Oberschwaben als GmbH gegründet und 2005 in die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft umgewandelt. Dadurch bringen wir alle Beteiligten der Fairhandelskette enger zusammen: ProduzentInnen, Weltläden, MitarbeiterInnen und EndkundInnen sind Mitglieder bei der dwp eG Fairhandelsgenossenschaft.

Uns verbindet eine partnerschaftliche Handelsbeziehung mit mehr als 60 ProduzentInnengruppen und den darin zusammengeschlossenen zehntausenden von ProduzentInnen und Kleinbauernfamilien weltweit. Neben fairen Produzentenpreisen bieten wir unseren PartnerInnen langfristige und direkte Handelskontakte, Zuschläge für Bio-Anbau, einen Aufpreis für Sozialprojekte wie z.B. dem Aufbau von Schulen und

Vorfinanzierungen von mindestens 50% des Auftragswertes bei Bestellung.

Das Sortiment umfasst etwa 1.500 Produkte – Lebensmittel der Eigenmarke WeltPartner, Kunsthandwerk und Textilien. Darüber hinaus importiert und verkauft dwp fair gehandelte Rohstoffe wie beispielsweise Zucker und Mangopüree. Großen Wert legt dwp auf die Förderung von kleinbäuerlichen Strukturen und den Bio-Anbau. So sind bereits 90% der Lebensmittel bio-zertifiziert.

dwp liefert direkt an Weltläden in Deutschland, Österreich und der Schweiz, Bio- und Naturkostläden, regionale Lebensmittel-Einzelhändler, Lebensmittelverarbeiter, Großverbraucher, Firmen, Kommunen und Endkunden über den Onlineshop.

Die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft ist anerkannter Importeur und Lieferant der Weltläden in Deutschland und Österreich und unter anderem Mitglied beim Forum Fairer Handel und bei der WFTO, dem weltweiten Dachverband des Fairen Handels.

Eine beispielhafte Kooperation besteht seit den 90er Jahren mit der BruderhausDiakonie, einer Werkstatt für psychisch erkrankte Menschen. Die Beschäftigten erledigen direkt am dwp-Firmensitz in Ravensburg wichtige Aufgaben im Bereich Abfüllung, Verpackung und Etikettierung und erhalten vielfältige Chancen für einen Wiedereinstieg in den ersten Arbeitsmarkt.

In Kooperation mit dem Berufsbildungswerk Adolf Aich bietet dwp seit Jahren regelmäßig mehreren Jugendlichen mit Lernschwächen oder Autismus Ausbildungsplätze an und konnte bisher fast alle zu einem erfolgreichen Abschluss führen.

Für unseren langjährigen Partner, dem philippinischen Kinderschutzzentrum Preda, leistet die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft seit vielen Jahren aktive Unterstützung zum Thema Kampagnenarbeit gegen Sextourismus und Kinderprostitution.

Als erste Fairhandelsorganisation in Deutschland hat dwp eine Gemeinwohlbilanz über die eigene Arbeit erstellt.

www.dwpeg.de

Naturland Winzer räumen Preise ab – Internationalen Bioweinpreis: 51 Naturland Weine ausgezeichnet – Vier Mal Großes Gold

geschrieben von Andreas | 6. Juli 2016
Pressemitteilung, 01.07.2016

Naturland Winzer räumen Preise ab

Internationalen Bioweinpreis: 51 Naturland Weine ausgezeichnet
– Vier Mal Großes Gold

Gräfelting – Die hohe Qualität von Naturland Weinen ist beim 7. Internationalen Bioweinpreis eindrucksvoll bestätigt worden. Gleich neun Naturland Weingüter waren in diesem Jahr ganz vorne mit dabei. Für ihre Weine konnten sie insgesamt 51 der begehrten Auszeichnungen einstreichen, darunter auch vier Mal die Spitzenprämierung Großes Gold. „Dieser große Erfolg bei einem der bedeutendsten internationalen Wettbewerbe für Öko-Wein ist Ausdruck des generell hohen Qualitätsniveaus der Naturland-Winzer“, sagte der Naturland Präsidiumsvorsitzende Hans Hohenester in Gräfelting.

Besonders erfolgreich waren erneut das „Schloßgut Hohenbeilstein“ der Familie Dippon in Württemberg und das Würzburger „Weingut am Stein“ von Sandra und Ludwig Knoll. Sie gewannen je zwei Mal die Spitzenprämierung Großes Gold – ein Prädikat, das insgesamt nur 49 Mal vergeben wurde, bei über 1.000 Weinen im Wettbewerb. Die „2015er Randersacker Pfülsen

Riesling Auslese“ des „Weinguts am Stein“ bekam dabei mit 99 von 100 möglichen Punkten sogar die höchste überhaupt vergebene Wertung! Vier weitere Weine der Knolls sowie sechs Weine des „Schlossguts Hohenbeilstein“ bekamen zudem Auszeichnungen in Gold, Silber und Bronze („Empfehlung“).

Gleich zwölf Auszeichnungen – elf Mal Silber und eine Empfehlung – gingen an das „Weingut Forsthof“ im württembergischen Kleinbottwar. Damit räumte Familie Roth die meisten Preise aller Naturland Winzer ab. Außerdem gab es insgesamt sieben Mal Gold, neun Mal Silber und drei Mal eine „Empfehlung“ für die Naturland Weingüter Roth, Bausewein und Rainer Zang in Franken, das Weingut Wittmann in Rheinhessen sowie für die Genossenschaft „Weingärtner Cleebrohn-Güglingen eG“ in Württemberg.

Auch bei den internationalen Weinen war ein Naturland Betrieb zum wiederholten Mal erfolgreich. Das Toskanische Landgut und Feinkost-Unternehmen LaSelva von Naturland Mitbegründer Karl Egger bekam insgesamt sechs Auszeichnungen: zwei Mal Gold, drei Mal Silber und eine „Empfehlung“.

Der Internationale Bioweinpreis wird seit 2009 von der Wine Systems AG in Frasdorf ausgerichtet. In diesem Jahr bewertete die Jury aus professionellen Verkostern 1.063 Bio-Weine aus 23 Ländern der Erde. Davon kamen 465 Weine aus Deutschland. Prämiert wurde in den vier Abstufungen „Empfehlung“, „Silber“, „Gold“ und „Großes Gold“.

Alle Ergebnisse des Wettbewerbs finden Sie unter <http://www.bioweinpreis.de>

Pressekontakt

Markus Fadl

Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V.
Kleinhaderner Weg 1
82166 Gräfelfing

Tel. +49 (0) 89 – 89 80 82 31
Mobil: +49 (0) 172 – 65 98 389

www.naturland.de
www.oekobauer-gesucht.de

Neue SÜDWIND-Studie zu Green Bonds erschienen: „Grüne Anleihen – ein neuer Weg zur privaten Finanzierung von Umweltschutz und Entwicklung?“

geschrieben von Andreas | 6. Juli 2016
Pressemitteilung

Bonn, 1.07.2016: Mit „Grünen Anleihen“ oder „Green Bonds“ sollen Anleger endlich Gewissheit darüber erhalten, dass die Gelder, die sich ein Unternehmen oder eine Bank über eine Anleihe am Kapitalmarkt leiht ausschließlich für umweltfreundliche Projekte eingesetzt werden. Denn mit der Ausgabe versprechen die Emittenten, dass die Erlöse nur in Projekte aus nachhaltigen Bereichen fließen – wie in regenerative Energien, in die nachhaltige Landnutzung oder in den Erhalt der Biodiversität.

Dies, so die Überlegung trägt dazu bei, dass mehr Kapital z.B. für Windkraftanlagen und Wärmedämmung zur Verfügung steht. Die SÜDWIND Studie: „Green Bonds – Black Box mit grünem Etikett? Grüne Anleihen – ein neuer Weg zur Finanzierung von

Umweltschutz und Entwicklung?“, die am heutigen Tag in Bonn vorgestellt wird geht diesen Versprechen nach.

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass die Emission Grüner Anleihen von 2012 bis 2015 von 1,25 Mrd. Euro auf 37 Mrd. Euro kontinuierlich gewachsen ist. Während zu Beginn vor allem Förderbanken, wie die Weltbank und die Europäische Entwicklungsbank (EIB), Green Bonds zur Finanzierung ihrer sozialen und ökologischen Projekte ausgaben, nutzen seit 2014 zunehmend auch Unternehmen, wie Unilever, Apple oder Starbucks, diese neue Form der Kapitalaufnahme. Die Emittenten informieren in der Regel, in welche Bereiche die Gelder fließen und geben Beispiele für finanzierte Projekte. Eine von dem Emittenten bezahlte Zweitmeinung soll den Investoren zusätzlich Sicherheit geben, dass mit dem aufgenommenen Geld tatsächlich nur ökologische Projekte finanziert werden und eine strikte Trennung zum allgemeinen Geschäftsbetrieb besteht.

SÜDWIND legt in der Studie die gegenwärtigen Verfahrensweisen für Green Bonds dar, geht auf freiwillige Regulierungsansätze der Finanzbranche sowie auf die staatliche Regulierung in Indien und China ein. Zuletzt bleibt für das Institut jedoch eine Reihe von Zweifeln. So gibt es bisher keine Hinweise, dass Green Bonds wirklich dazu beitragen, dass es mehr Geld für nachhaltige Projekte gibt. Auch die Transparenz lässt bei der überwiegenden Zahl der Emittenten zu wünschen übrig und Zweitmeinungen sind bisher zu wenig standardisiert, um eine verlässliche Auskunft geben zu können. Außerdem kann es vorkommen, dass Emittenten neben regenerativen Energien auch den Kohlebergbau unterstützen oder Atomkraftwerke betreiben.

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass Grüne Anleihen ein wertvolles Instrument zur Finanzierung von nachhaltigen Projekten sein können, wenn sie anders gestaltet wären. Dies kann jedoch nur über eine Gesetzgebung erreicht werden, die z.B. die Veröffentlichung aller Projekte, die aus einem Green Bond finanziert werden, vorschreibt.

Die Studie kann über www.suedwind-institut.de/publikationen/2016/ bestellt werden und steht ab sofort [hier](#) zum Download bereit.

Das Projekt wird aus Mitteln des Kirchlichen Entwicklungsdienstes, durch Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst, durch den Evangelischen Kirchenverband Köln und Region sowie die Evangelische Kirche im Rheinland gefördert.

Gefördert durch



ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des



Innerhalb eines separaten Projektes konnte die Studie mit der Unterstützung der KD-Bank ins Englische übersetzt werden.



Kontakt:

Antje Schneeweiß

Telefon: 0228- 763698-17

E-Mail: schneeweiss@suedwind-institut.de

Sandra Grigentin-Krämer

Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising /

Public Relations and Fundraising

SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene

Kaiserstraße 201

53113 Bonn

24. Nachhaltigkeitsbericht: Neumarkter Lammsbräu mit neuen Effizienzbestmarken und 100 Prozent regionalem Bio- Bier

geschrieben von Andreas | 6. Juli 2016
PRESSEINFORMATION

Neumarkt, 30. Juni 2016 – Die Neumarkter Lammsbräu veröffentlicht heute ihren 24. Nachhaltigkeitsbericht. Auch 2015 hat der Bio-Pionier mit intensivem ökologischem, sozialem, ökonomischem und kulturellem Engagement wieder anspruchsvolle Ziele erreicht.

Weitere Entkopplung von Umsatz und Ressourcenverbrauch

Durch bewussten Umgang mit den eingesetzten Ressourcen und viele technische Optimierungen hat Bio-Pionier Lammsbräu auch 2015 neue Bestmarken beim Ressourcenverbrauch aufgestellt. So konnten die Neumarkter ihren Getränkeausstoß 2015 um rund 9 Prozent auf nun auf 178.385 hl steigern (2014: 163.012 hl). Gleichzeitig benötigte man beim Oberpfälzer Traditionsunternehmens aber nur noch 520 kg Rohstoffe, um einen Hektoliter seiner Getränke herzustellen (2014: 530 kg je hl VG). Der Anteil der Bio-Zutaten lag dabei unverändert bei 100 Prozent. Auch den Stromverbrauch konnte der Bio-Getränkehersteller im vergangenen Jahr ein weiteres Mal senken: Pro Hektoliter Verkaufsgetränk betrug dieser nur noch 12,9 kWh (2014: 13,2 kWh je hl VG). Beim Wärme- (2015: 46,6 kWh je hl VG; 2014: 46,2 kWh je hl VG) und Wassereinsatz (2015/2014: 5,8 hl je hl VG) wurden die niedrigen Verbräuche des Vorjahres auch 2015 bestätigt, während man die bei der Produktion der Getränke anfallende Abfallmenge auf den neuen

Bestwert von 2,7 kg pro Hektoliter Verkaufsgetränk senken konnte (2014: 3,5 kg je hl VG). Dies entspricht einer Reduktion um ganze 23 Prozent.

100 Prozent regionales Bio-Bier

Neben bewusstem Umgang und technischen Verbesserungen spart auch die regionale Beschaffung von Rohstoffen Ressourcen ein: Besonders erfreulich ist es deshalb, dass es Neumarkter Lammsbräu mit der Ernte 2015 erstmals gelungen ist, die Braurohstoffe für ihre Bio-Bierspezialitäten zu 100 Prozent von der eigenen Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe EZÖB zu beziehen. Basis dieses Erfolgs ist Lammsbräus schon über 25 Jahre andauernder Einsatz für die Stärkung der regionalen Wertschöpfung und den umwelt- und ressourcenschonenden Ökolandbau in der Region Oberpfalz/Mittelfranken. Langfristige Verträge, eine nicht an Marktpreise, sondern an die Bedürfnisse der Bauern und die Erfordernisse nachhaltigen Wirtschaftens gekoppelte Bezahlung sowie ein Umgang auf Augenhöhe tragen dazu bei, dass mittlerweile 156 EZÖB-Landwirte über 4000 ha rings um Neumarkt rein ökologisch bewirtschaften und damit auch einen wichtigen Eckpfeiler der Ökomodellregion Neumarkt bilden. Zudem schützt die ökologische Wirtschaftsweise der EZÖB-Bauern auch das Klima: Gegenüber konventionellem Anbau wurden bei der Erzeugung der Bio-Braurohstoffe 263 Tonnen Treibhausgase eingespart; das entspricht der Emissionsmenge von 27 Erdumrundungen mit einem Mittelklassewagen.

Susanne Horn, Generalbevollmächtigte der Neumarkter Lammsbräu: „Auch 2015 haben wir wieder bewiesen, dass man mit einem klaren Plan, der nötigen Veränderungsbereitschaft und einer Portion Durchhaltevermögen viel bewegen kann. Besonders deutlich wird das an unserer Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe, die seit der Ernte 2015 100 Prozent unserer Bio-Braurohstoffe liefert und deren positives Wirken man in der Region nicht mehr übersehen kann. Aber auch die tollen Ergebnisse in Sachen Ressourceneinsatz zeigen, dass wir

auf dem richtigen Weg sind. Hier wollen wir im laufenden Jahr weiter ansetzen und mit unserer Erfahrung auch dazu beitragen, dass die Biobranche insgesamt noch nachhaltiger wird.“

Nachhaltigkeitsmanagement bei der Neumarkter Lammsbräu

Bereits 1977 hatte die Neumarkter Lammsbräu eigene Umweltleitlinien entworfen, gemäß denen bis heute produziert wird. 1992 war die Neumarkter Lammsbräu eines der ersten mittelständischen Familienunternehmen, die überhaupt einen Nachhaltigkeitsbericht verfassten. Seitdem ist das Unternehmen für seine umfassenden und ehrlichen Nachhaltigkeitsberichte mehrfach ausgezeichnet worden.

Der Nachhaltigkeitsbericht der Neumarkter Lammsbräu spiegelt den außergewöhnlichen Einsatz aller Mitarbeiter im Sinne der Unternehmensphilosophie wider. In einem ausführlichen Datenteil werden hier die Entwicklungen aller relevanten Produktionsmittel über einen Zeitraum von sechs Jahren analysiert. Der Bericht bewertet außerdem, inwieweit zuletzt gesteckte umweltrelevante, soziale, wirtschaftliche und kulturelle Unternehmensziele erreicht wurden und definiert die nächsten Etappen – und zwar so präzise, dass der Erfolg gemessen werden kann.

Der vollständige Nachhaltigkeitsbericht kann im Internet abgerufen werden unter www.lammsbraeu.de/nachhaltigkeitsbericht.

Weitere Informationen zur Neumarkter Lammsbräu finden sich unter www.lammsbraeu.de

Pressekontakt

Dr. Antonia Green
Thomas Pfaff Kommunikation
Höchlstraße 2
D-81675 München

Fon: +49-89-992496-51

Fax: +49-89-992496-53

Stadtwerke Stuttgart und ABO Wind weihen Windpark Dinkelsbühl-Wilburgstetten ein

geschrieben von Andreas | 6. Juli 2016

- Vier Anlagen erzeugen Ökostrom für rund 11.000 Haushalte
- Bürgerfest zur Einweihung mit über 700 Besuchern

Dinkelsbühl/Wilburgstetten, 29. Juni 2016: Am Sonntag feierten die Stadtwerke Stuttgart und ABO Wind gemeinsam mit der Stadt Dinkelsbühl, der Gemeinde Wilburgstetten und zahlreichen Besuchern die Fertigstellung des neu errichteten Windparks mit einem Bürgerfest. Die Stadtwerke Stuttgart GmbH sind Betreiberin des Windparks; die ABO Wind AG ist der Projektierer.

Im Oktober 2015 gingen die vier Windenergieanlagen des Typs Vestas V126 ans Netz. Mit dem Bürgerfest wurde der Windpark offiziell eingeweiht. Josef Göppel, Bundestagsabgeordneter des Wahlkreises Ansbach, Dr. Christoph Hammer, Oberbürgermeister der Großen Kreisstadt Dinkelsbühl, Michael Sommer, Bürgermeister der Gemeinde Wilburgstetten, Thilo Reuther der Stadtwerke Stuttgart und Diana Lauer von ABO Wind begrüßten die zahlreichen Gäste. Nach der Segnung der Anlage wurde das rote Band zum Windpark durchgeschnitten. Mit dem Bürgerfest bedanken sich ABO Wind und die Stadtwerke Stuttgart für die gute Zusammenarbeit mit den beiden Standortkommunen Dinkelsbühl und Wilburgstetten.

Die mehr als 700 Besucher konnten sich bei den Fachleuten vor Ort umfassend über die Windenergie informieren. Dr. Matthias Körner, Projektleiter bei ABO Wind, öffnete den Turmfuß des Windrades, um die Anlagentechnik vorzustellen. Die Blaskapelle Frankenhofen und der Wald- und Naturkindergarten Dinkelsbühl traten im Rahmenprogramm auf. Der Schützenverein Enzian Villersbronn übernahm die Organisation des Festes.

Die Stadtwerke Stuttgart arbeiteten bei der Realisierung des Windparks mit erfahrenen Partnern zusammen. Planung, Bau sowie die technische und kaufmännische Betriebsführung des Windparks übernahm der Projektentwickler ABO Wind aus Wiesbaden. Hersteller der vier Windräder ist die Firma Vestas, die auch für die Wartung der Rotoren zuständig ist. Die Genehmigung für den Windpark wurde im Oktober 2014 durch das Landratsamt Ansbach erteilt. Im April 2015 erfolgt der erste Spatenstich; bis Oktober 2015 waren alle Windenergieanlagen an das Stromnetz angeschlossen. Insgesamt investierten die Stadtwerke Stuttgart in den Windpark rund 24 Millionen Euro. Die Windkraftanlagen erzeugen pro Jahr ca. 33 Millionen Kilowattstunden Ökostrom – genug für 11.000 Haushalte. Der Windpark leistet damit einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz.

Zitate von der offiziellen Einweihung des Windparks Dinkelsbühl-Wilburgstetten

Josef Göppel, Bundestagsabgeordneter des Wahlkreises Ansbach

„Erneuerbare Energien reduzieren unsere Abhängigkeit von russischem Gas und Erdöl aus dem Nahen Osten, deshalb sind sie eine sichere Alternative zu fossilen Energieträgern. Außerdem bleiben die Erträge des Windgeschäfts hier bei uns im ländlichen Raum. Mit den Stadtwerken Stuttgart haben die Gemeinden einen verlässlichen Partner und können der Stromerzeugung aus dem Windpark mit Dankbarkeit und Genugtuung entgegensehen.“

Michael Sommer, Bürgermeister der Gemeinde Wilburgstetten

„Der Windpark, in dem wir stehen, ist ein Musterbeispiel für

interkommunale Zusammenarbeit. Die Einweihung heute ist ein Bürgerfest, daher heißen wir Sie, liebe Anwohnerinnen und Anwohner, ganz besonders willkommen. Mit ABO Wind hatten wir einen Ansprechpartner, der unsere Anliegen immer ernst genommen hat und sich auch um die wenigen Beschwerden schnell gekümmert und nachgesteuert hat.“

Dr. Christoph Hammer, Oberbürgermeister der Großen Kreisstadt Dinkelsbühl

„Wir freuen uns, dass wir nun unseren Windpark einweihen, den uns vor über drei Jahren Frau Lauer von ABO Wind zum ersten Mal vorgestellt hat. Mit dem Projektentwickler ABO Wind und in bester Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden haben wir dieses Projekt realisiert. Wir heißen die Stadtwerke Stuttgart als neuen Eigentümer herzlich willkommen und freuen uns, dass Sie hier sind.“

Diana Lauer, Abteilungsleiterin Planung ABO Wind AG

„Da in Bayern die 10H-Regelung die Windkraft ausbremst, freuen wir uns besonders, dass wir diesen Windpark errichten konnten. Das Projekt hat großen Rückhalt in der Bevölkerung. Die Realisierung war nicht einfach, aber wir haben alle Steine aus dem Weg geräumt und konnten den Windpark nun dank der tollen Zusammenarbeit mit den beiden Kommunen und den Eigentümern nach nur drei Jahren ans Netz bringen.“

Thilo Reuther, Erneuerbare Energien, Stadtwerke Stuttgart GmbH

„Die Stadtwerke Stuttgart setzen ausschließlich auf Erneuerbare Energien. Aus diesem Grund betreiben wir lokal, aber auch überregional zahlreiche Wind- und Photovoltaikprojekte. Insgesamt produzieren unsere Erzeugungsanlagen genug Ökostrom, um mehr als 65.000 Haushalte mit ökologischer Energie zu versorgen. Mit dem Windpark in Dinkelsbühl-Wilburgstetten konnten wir einen Standort in nächster Nähe zu Baden-Württemberg hinzugewinnen. Das freut uns besonders.“

Bildinformation:

Von links: Michael Sommer, Bürgermeister der Gemeinde Wilburgstetten, Diana Lauer, Abteilungsleiterin ABO Wind AG, MdB Josef Göppel, MdB Artur Auernhammer, Thilo Reuther, Stadtwerke Stuttgart GmbH, Dr. Christoph Hammer, Oberbürgermeister der Stadt Dinkelsbühl, Pater Thomas Madavana

Lena Fritsche
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

ABO Wind AG
Unter den Eichen 7, 65195 Wiesbaden
Tel: (0611) 267 65-617; Fax: -599
Mobil: 0152 567 11 617
lena.fritsche@abo-wind.de
www.abo-wind.de

GLS Bank setzt Chancengleichheit verbindlich um

geschrieben von Andreas | 6. Juli 2016
Presseinformation

Bochum, 29. 06.2016. Die GLS Bank wurde für ihre Frauenförderung und den gezielten Abbau von Diskriminierung ausgezeichnet. Sowohl im Unternehmen als auch bei den Bankgeschäften ist Chancengleichheit eine Voraussetzung. Dafür erhielt sie den „German Award for Excellence“ von der Deutschen Gesellschaft für Zertifizierung (DQS).

Die Jury überzeugte die systematische Berücksichtigung der Chancengleichheit bei der Kreditvergabe. Die Verletzung von

Frauenrechten ist ein Negativkriterium, sodass mit diskriminierenden Unternehmen keine Geschäfte gemacht werden. „Als sozial-ökologische Bank stehen wir für ganzheitliche Sichtweisen. Darum ist es für uns selbstverständlich, dass Frauen und Männer absolut gleichberechtigt sein müssen“, erklärt Pressesprecher Christof Lützel. Dieser Anspruch gilt auch für die Bank selbst: Waren im Jahr 2009 28 Prozent der Führungspositionen von Frauen besetzt waren, sind es mittlerweile 43,5 Prozent.

Um eine objektive Beurteilung zu gewährleisten, wurden die anonymisierten Bewerbungen von unabhängigen Nachhaltigkeitsexperten bewertet. Prof. Dr. Katharina Spraul (TU Kaiserslautern), Dr. Peter Burauel (Forschungszentrum Jülich), Dr. Laura Marie Schons (Universität Mannheim) und Dr. Sied Sadek (DQS CFS GmbH) bildeten gemeinsam das Jurorenteam. Insgesamt erhielt die Jury 164 Bewerbungen für 12 Award-Kategorien.

Die DQS gehört zu den weltgrößten Management-Zertifizierern mit einer eigenen Nachhaltigkeitssparte (DQS CFS). Sie begutachtet weltweit Unternehmen auf nachhaltige Branchenstandards, um das Vertrauen zwischen Organisationen und Ihren Stakeholdern zu stärken. Bisher wurden bereits mehr als 50.000 Standorte in 130 Ländern zertifiziert.

Über die GLS Bank

Die GLS Bank bietet ihren Kunden alle Leistungen einer Hausbank, wie sozial-ökologisch sinnvolle Geldanlagen, Girokonto, Sparangebote, Zahlungsverkehr, Finanzierungen und Beteiligungen. Über ihre Partnereinrichtung GLS Treuhand ist auch der Bereich Stiften und Schenken abgedeckt. Die GLS Bank bietet ihren Kunden an, Mitglied und somit Eigentümer der Bank zu werden. Mit zielgerichtet sozial-ökologischen Investitionen und einer umfassenden Transparenz bietet sie ihren Mitgliedern und Kunden einen dreifachen Gewinn: menschlich, zukunftsweisend, ökonomisch.

Kontakt

Christof Lützel
Pressesprecher / Prokurist
Kommunikation und Entwicklung
christof.luettel@gls.de
presse@gls.de

GLS Bank
Christstraße 9
44789 Bochum

Telefon +49 (0) 234 5797 5178
Fax +49 (0) 234 5797 5157
Mobil +49 (0) 173 2786963

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

Beschwerde beim Deutschen Werberat: foodwatch und Deutsche Diabetes Gesellschaft fordern Stopp von Coca-Cola EM-Kampagne

geschrieben von Andreas | 6. Juli 2016
Pressemitteilung

Berlin, 28. Juni 2016. Die Verbraucherorganisation foodwatch und die Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG) fordern den sofortigen Stopp der Werbekampagne von Coca-Cola zur Fußball-

Europameisterschaft 2016. Wegen des Verstoßes gegen drei grundlegende Verhaltensregeln für Lebensmittelwerbung reichten die Organisationen am Montag Beschwerde beim Deutschen Werberat ein – dem Selbstkontrollorgan der Werbewirtschaft. Mit den Gesichtern der deutschen Nationalelf verlocke Coca-Cola Kinder zum Kaufen ungesunder Zuckergetränke und trage damit zum Anstieg von Übergewicht, Typ-2-Diabetes und anderen chronischen Krankheiten bei.

„Coca-Cola betreibt knallhartes Marketing auf Kosten der Kindergesundheit. Der Konzern wirbt mit den Idolen Müller, Schweinsteiger und Co. für seine zuckrigen Cola-Getränke und torpediert damit die Bemühungen zahlreicher Eltern und Lehrer, Kinder für eine gesunde Ernährung zu gewinnen. Wenn es der Deutsche Werberat mit seinen selbst gesetzten Verhaltensregeln ernst meint, muss er dem Treiben von Coca-Cola ein Ende setzen“, sagte Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelmarketing bei foodwatch.

Zur Fußball-EM prangen die Gesichter der deutschen Nationalspieler auf Cola-Dosen nach dem Motto: „Hol Dir das Team auf 24 Sammeldosen“. Die Aktion verstößt laut foodwatch und der Deutschen Diabetes Gesellschaft gegen drei Verhaltensregeln des Deutschen Werberats über die „kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel“: Erstens sei die Kampagne eine „direkte Aufforderung zum Kauf oder Konsum an Kinder“. Zweitens nutze Coca-Cola das besondere Vertrauen aus, das Kinder Vertrauenspersonen wie den deutschen Fußball-Nationalspielern entgegenbringen. Drittens erschwere die Kampagne das „Erlernen einer ausgewogenen, gesunden Ernährung“. Zuckergetränke wie Coca-Cola gelten nach Angaben der Weltgesundheitsorganisation (WHO) als unausgewogene Lebensmittel, für deren Absatz Hersteller kein Kindermarketing betreiben sollten.

„Flüssiger Zucker in Form von Cola und Limonaden ist besonders gefährlich. Schon eine Dose am Tag erhöht das Risiko für Übergewicht und Typ-2-Diabetes“, sagte DDG-Präsident Professor

Baptist Gallwitz. Und die Getränke sind geradezu Zuckerbomben. Die WHO empfiehlt, im Idealfall nur fünf Prozent des täglichen Energiebedarfs durch Zucker aufzunehmen. Das entspricht bei einer erwachsenen Frau 25 Gramm Zucker am Tag. Eine 0,5 Liter Flasche Cola enthält mit 52 Gramm Zucker mehr als das Doppelte.

Der Deutsche Werberat besteht aus Akteuren der Werbewirtschaft. Er entscheidet über Verstöße gegen seinen eigens formulierten Verhaltenskodex, dazu gehören Regeln zu Kinder- und Alkoholwerbung oder sexistischer Werbung. 2015 kritisierte der Deutsche Werberat 114 Werbemaßnahmen. 97 Unternehmen beendeten ihre Werbung, sechs Firmen änderten sie, elf Hersteller wurden für ihre Werbung öffentlich gerügt.

Coca-Cola ist Hauptsponsor der EM 2016 und Premium-Partner des Deutschen Fußball-Bundes (DFB). Sowohl foodwatch und die Deutsche Diabetes Gesellschaft als auch der Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte (BVKJ) hatten den DFB kürzlich aufgefordert, die Werbeverträge mit den Junkfood-Konzernen Coca-Cola, Ferrero und McDonald's zu kündigen. „Der DFB sollte sein Sponsoring-Konzept überdenken, um seiner Vorbildfunktion und gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden“, forderte DDG-Präsident Professor Gallwitz. Damit würde der DFB auch nicht weiter gegen seine eigene Satzung verstoßen. Darin verpflichtet sich der DFB zur „Förderung gesunder Ernährung (...) als gesundheitliche Prävention“.

Links:

- Beschwerden der DDG und foodwatch beim Deutschen Werberat: tinyurl.com/zskv3gf
- E-Mail-Aktion von foodwatch an den DFB: www.dfb-aktion.foodwatch.de

Redaktionelle Hinweise:

- Download Fotostrecke „Rote Karte für den DFB“: Download
- Verhaltensregeln für Lebensmittelwerbung des Deutschen

Werberats: werberat.de/verhaltensregeln

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Pressestelle DDG:

Kerstin Ullrich und Anna Julia Voormann

Postfach 30 11 20, 70451 Stuttgart

Tel.: +49 (0)711 / 89 31 – 641/552

Fax: +49 (0)711 / 89 31 – 167

ullrich@medizinkommunikation.org

voormann@medizinkommunikation.org