

Nager IT für Faire Computermäuse

geschrieben von Andreas | 22. Juni 2016

Stellungnahme von Nager IT zum Vorschlag, die OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas für den Downstream-Bereich verpflichtend einzuführen, Bichl, 21.05.2015:

Als Produzent von Fairen Computermäusen begrüßt Nager IT die oben angesprochene Initiative aus folgenden Gründen:

Erklärtes Ziel von Nager IT ist es, die Lieferkette der eigenen Computermäuse (inkl. Rohstoffe) völlig transparent und nachvollziehbar frei von Menschenrechtsverletzungen zu gestalten.

Zum aktuellen Zeitpunkt erweist es sich für Unternehmen als sehr aufwendig und v.a. auch als finanzieller Nachteil, wenn sie bemüht sind, ihre Lieferkette entsprechend der nationalen Gesetze und der internationalen Abkommen bzgl. Menschenrechte und Sozialstandards zu gestalten. Dies liegt unter anderem daran, dass nur sehr wenige Unternehmen diesen Fokus haben und daher die Informationen von den Lieferanten in der Regel neu generiert werden müssen. Die Folge ist, dass Lieferanten häufig unwillig reagieren und mühsam überzeugt werden müssen, was zu einem hohen Arbeitsaufwand auf beiden Seiten führt, besonders, wenn die Sorgfaltspflicht bis zu den Rohstoffen führt.

Eine Verpflichtung, transparent über Sorgfalt bezüglich Menschenrechten im Lieferketten – Management zu berichten, würde diesen Aufwand für die derzeit in diesem Bereich führenden Produzenten, wie Nager IT, reduzieren, da alle Lieferanten die gewünschten Informationen für alle Kunden standardmäßig bereit halten müssten und nicht erst jedes Mal neu überzeugt werden müssen. In Anbetracht der Tatsache, dass eine menschengerechte Gestaltung der Lieferkette nichts weiter

bedeutet, als internationale Abkommen zu befolgen, sehen wir eine solche Politik als wesentlich zielführender an als die derzeitige, in der verantwortungsvolles Handeln klar benachteiligt wird und somit ein negativer Anreiz für Unternehmen geschaffen wird, sich an internationale Abkommen und nationale Gesetze zu halten.

Für Nager IT als verantwortungsvollen Produzenten ist es von zentraler Bedeutung, dass nicht nur die direkten Metall-Importeure zur Sorgfalt im Lieferkettenmanagement verpflichtet sind, da produzierende Unternehmen in der Regel nicht direkt von diesen beziehen. Vielmehr muss die Verpflichtung für alle Händler und Kleinteil- und Bauteil-Produzenten gelten, ebenso wie für die Hersteller der Endgeräte wie wir es sind. Nur auf diese Weise, wenn alle Unternehmen der Lieferkette ihren Anteil an der Verantwortung tragen, kann die Kontrolle einer gewissenhaften Umsetzung durch die verantwortungsbewusste Öffentlichkeit geleistet werden.

Desweiteren würde Nager IT es sehr begrüßen, wenn sich die verbindliche Sorgfaltspflicht nicht auf die bisher definierten Krisengebiete beschränken würde, sondern auf alle Menschenrechtsverletzungen, die im direkten Zusammenhang mit der Gewinnung der Rohstoff-Förderung stehen. Indonseien Beispielsweise ist kein Krisengebiet. Dennoch werden hier im weltweit größten Zinn-Fördergebiet sowohl bei der Erschließung der Minen als auch im täglichen Minenbetrieb international anerkannte Menschenrechtsstandards verletzt. Dieser Tatsache sollte ebenfalls Rechnung getragen werden.

Nager IT hat keine Bedenken, dass die vorgeschlagene Sorgfaltspflicht den betroffenen Gebieten Schaden zufügen wird. Zwar gibt es eine vom BDI in Auftrag gegebene Studie, die eine negative Auswirkung des Dodd Franck Act auf die Menschen im Kongo nachweisen will. Doch ist diese Studie sehr kurzfristig angelegt, während die angestrebten Gesetze langfristig stabilisierend wirken sollen.

Wenn wir die Initiative auch uneingeschränkt begrüßen, möchten wir dennoch darauf hinweisen, dass bei einer Umsetzung die Verhältnismäßigkeit sichergestellt sein muss. Während große Unternehmen die Möglichkeit haben, ein umfassendes Programm aufzustellen und alle Aussagen auch ihrer außereuropäischen Lieferanten komplett zu überprüfen, übersteigt eine vollständige Vorortüberprüfung die Möglichkeiten von KMUs. Letztere haben aufgrund mangelnder Marktmacht z.T. nicht mal die Möglichkeit, ihre Lieferanten zur Bereitstellung der Informationen zu verpflichten.

Wir halten daher eine Differenzierung für unerlässlich, die auf der einen Seite sicherstellt, dass jedes Unternehmen soviel Energie wie möglich in eine saubere Lieferkette investiert, dass aber auf der anderen Seite KMUs nicht vom Markt ausgeschlossen werden, weil sie die aufwendigen Anforderungen unmöglich erfüllen können.

Kontakt

Susanne Jordan

NagerIT e.V.

Am Bühel 4/ 83673 Bichl;

Tel. 08857/ 659 000 6

Mobil: 0176/ 641 65 978 www.nager-it.de; info@nager-it.de

Neues Zukunftsrezept: GLS Beitrag stärkt Gemeinschaft

geschrieben von Andreas | 22. Juni 2016



Presseinformation

Bochum, 17.06.2016. Die GLS Bank schlägt ihren Mitgliedern ein neues Beitragsmodell vor, um ihr sozial-ökologisches Bankgeschäft zu stärken. Auf ihrer Jahresversammlung stellt sie die Pläne über 1.000 Mitgliedern vor – und bittet alle zum Kochen.

Die GLS Bank verleiht Geld sozial-ökologisch und stellt konsequent Sinn vor Gewinn. Deswegen wächst der Zuspruch seit Jahren. Die fortschreitende Regulierung, die Digitalisierung und die historisch niedrigen Zinsen erfordern nun eine Neuausrichtung, deren Kern der GLS Beitrag ist.

„Da auch bei der GLS Bank die Kreditzinsen stärker gesunken sind als die Einlagenzinsen bleibt deutlich weniger übrig. Zur Finanzierung ihrer sozial-ökologischen Kernleistungen – die weit über die klassischen Bankdienstleistungen hinausgehen – braucht sie zukünftig einen neuen Finanzierungsbeitrag. Dazu schlagen wir unseren Mitgliedern und Kunden den GLS Beitrag vor“, erklärt Vorstandssprecher Thomas Jorberg. Über die Einführung des Beitrags von jährlich 60 Euro sollen die Mitglieder der GLS Bank noch in diesem Jahr entscheiden.

Zudem ändert die GLS Bank ihre Konditionen, um eine leistungsgerechte Vergütung sicherzustellen. Zum ersten Mal seit der Einführung von Girokonten 2003 wird die Kontoführungsgebühr angepasst, von 2 Euro auf monatlich 3,80 Euro. Gleichzeitig wird der Dispozins auf 0,0 Prozent gesenkt und orientiert sich am Zinssatz fürs Tagesgeld.

Mehr Nachhaltigkeit bei Unternehmen

Die GLS Bank agiert aus einer Position der Stärke heraus. Das zeigt sich in dem jahrelangen Wachstum, das sich auch 2016 fortsetzt. Im ersten Halbjahr stieg die Zahl der Kunden auf 201.000 (+4,4%), die Einlagen stiegen auf 3,8 Mrd. Euro (+4,7%). Die Kredite belaufen sich auf 2,2 Mrd. Euro (plus 3,4%). „Insbesondere bei Firmenkunden merken wir, dass immer mehr Unternehmer ihre Aktivitäten auf Nachhaltigkeit ausrichten.

Das ist für uns das Signal, unsere langjährige Erfahrung genau dort anzubieten, sagt Vorstandsmitglied Andreas Neukirch. Zudem werden zukunftsweisende Instrumente entwickelt. Kürzlich beteiligte sich die GLS Bank an Better Payment, einem Spezialisten für Online-Zahlungen, und legte einen eigenen Mikrofinanzfonds auf.

Die GLS Bank setzt auch ihren Effizienzkurs weiter fort, der eine Steigerung von 25 Prozent bis Ende 2017 vorsieht. Alle Prozesse und Arbeitsweisen sollen vereinfacht werden, trotz zunehmender regulatorischer Anforderungen und kontinuierlichem Wachstum. Das Verhältnis von Kosten und Erträgen, die Cost-Income-Ratio, liegt mit 67 Prozent im Durchschnitt von Volksbanken und Sparkassen. „Sie soll auch nicht weiter steigen, damit wir das weitere Wachstum aus eigener Stärke darstellen können“, sagt Thomas Jorberg.

Nachhaltigkeit zählt für junge Menschen

Ein sozial-ökologisch ausgerichtetes Leben ist auch jungen Menschen immer wichtiger. Mehr als ein Fünftel aller Kundinnen und Kunden der GLS Bank sind unter 30 Jahre alt. Bei ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist jeder Dritte unter 30, während es in der Branche nur jeder Zehnte ist. Eine sinnvolle Tätigkeit wird immer wichtiger für die Karriere.

Jung und innovativ zeigt sich die GLS Bank auch bei ihrer Jahresversammlung am 17. und 18. Juni auf dem Campus der Ruhr-Universität Bochum. Bei einem Barcamp werden nachhaltige Lebensstile diskutiert. Die Gemeinschaft kommt bei einem

Kochevent zum Ausdruck: Über 1.000 Menschen – Kunden, Mitglieder und Mitarbeiter – werden gemeinsam ein Abendessen zubereiten.

Bildunterschrift: Die Unternehmensleitung der GLS Bank (v.l.n.r.: Dirk Kannacher, Thomas Jorberg, Aysel Osmanoglu und Andreas Neukirch) freut sich auf die Jahresversammlung – am 17. Juni soll in einer größeren Aktion mit allen 1.200 Mitgliedern und Kunden gemeinsam gekocht werden. Foto: Martin Steffen.

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/

FAIR FRIENDS als „Competence partner of RCE-Ruhr“ zertifiziert / Seltene Auszeichnung und Messeerweiterung um die „Delinale“

geschrieben von Andreas | 22. Juni 2016

Medien-Information 75 / 2016

Dortmund (AWe) – Die FAIR FRIENDS (1. bis 3. September 2016) in der Messe Westfalenhallen Dortmund thematisiert die Bereiche neue Lebensmodelle, Fairer Handel und gesellschaftliche Verantwortung. Dazu gehört auch der verantwortungsvolle Umgang mit dem Thema Essen und Trinken. Die „Delinale“, eine Veranstaltung, die sich genau diesem Thema widmet, wird in diesem Jahr am Freitag auf der Messe ausgerichtet. Aber auch sonst profiliert sich die FAIR FRIENDS immer mehr. Als erste Messe weltweit hat sie eine besondere Zertifizierung wegen ihrer Verdienste um Bildung rund um das Thema Nachhaltigkeit erhalten.

Das Messekonzept legt ein besonderes Augenmerk auf die Bildung für nachhaltige Entwicklung. Aus diesem Grund wurde die FAIR FRIENDS nun offiziell als „Competence partner of RCE-Ruhr“ ausgezeichnet und ist damit weltweit die erste Messe, die

diese vom United Nations University Institute for the Advanced Study of Sustainability in Tokyo unterstützte Zertifizierung erhält. RCE steht für Regional Centre of Expertise on Education for Sustainable Development. Ziel des RCE-Ruhr ist es, das Thema Information und Bildung für nachhaltige Entwicklung über ein Netzwerk der Metropole Ruhr in die Gesellschaft zu tragen.

Das Treffen der deutschsprachigen RCEs, einschließlich jener aus den Niederlanden, der Schweiz, Österreich und Tirol sowie weiterer noch nicht benannter RCEs, wird auf der FAIR FRIENDS 2016 stattfinden. Ausdrücklicher Wunsch von RCE Deutschland ist es, darüber hinaus im kommenden Jahr den Internationalen Kongress der UN University auf der FAIR FRIENDS 2017 durchzuführen.

„Der soziale Wandel dessen, was wir trinken und essen“

Darüber hinaus kann die FAIR FRIENDS bereits jetzt einen attraktiven, neuen Programmpunkt vermelden: die „Delinale“ mit der Edition „Sozialer Wandel“. Das Food-Festival findet nun zum dritten Mal in Dortmund statt und fügt sich mit der aktuellen Ausgabe nahtlos in den inhaltlichen Kontext der FAIR FRIENDS ein.

Fairtrade-Produkte verzeichnen eine wachsende Nachfrage, ebenso wie Bio-Produkte. Gleichzeitig berichten die Medien, egal ob in Asien, Europa, Lateinamerika oder hierzulande, über Kinderarbeit und Hungerlöhne, über prekäre Arbeitsbedingungen in der Systemgastronomie oder der Lebensmittelindustrie. Die „Delinale“ ist eine Kooperations-Veranstaltung des Schauspiels Dortmund sowie des Online- Portals Pop100 und widmet sich im Rahmen der aktuellen Ausgabe des Festivals auf der FAIR FRIENDS dem Thema des „sozialen Wandels dessen, was wir trinken und essen“. Die „Delinale“ ist eine Mischung aus Vorträgen, Diskussion, Unterhaltung und Verkostung. Auf der FAIR FRIENDS sind folgende Themen und Referenten vorgesehen:

Bananenbrot – Eine Erfolgsgeschichte

Der Erstkontakt erfolgte in Sydney in Australien. Die Macher von be bananas probierten und kamen auf den Geschmack von Banana Bread. Vor Ort überall erhältlich und präsent, überkam die Gründer des Unternehmens der Wunsch, Bananenbrot auch hierzulande in den Verkauf zu bringen.

Der Clou dieses Brotes: Für den Handel nicht mehr konforme Bananen wandern nicht mehr in die Mülltonne, sondern werden dank be bananas zu Bananenbrot veredelt. Mittlerweile gibt es das Brot in zehn verschiedenen Geschmacksrichtungen, wahlweise Vegan oder angereichert mit Blaubeeren, Kirschen, weißer Schokolade oder Zimt.

Referent: Lars Peters, Sprecher be bananas
(<http://bebananas.de>)

Von Pfandbechern zum Wasserbrunnen

Fast alle großen deutschen Musikfestivals sind mit von der Partie, allen voran die Großveranstaltungen wie Hurricane & Southside oder das Reeperbahn Festival. Jährlich suchen rund 2.500 „Becherjäger/innen“ mehr als 300 Festivals heim und konvertieren Pfandbecher zu Spendengeldern, mit denen Viva Con Aqua weltweit, aber vor allem in Uganda, einen „menschenwürdigen Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitärer Grundversorgung“ finanziert.

Referentin: Doris Volk, Geschäftsführerin Viva Con Aqua
(www.vivaconagua.org)

Umami mit sozialer Geschmacksnote

Umami wird gemeinhin als die fünfte Geschmacksrichtung angeführt und bezeichnet neben süß, sauer, salzig und bitter vor allem den vollmundigen Geschmack. Aber jenseits des guten Geschmacks gibt es zunehmend auch Manufakturen und Hersteller von Lebensmitteln oder Delikatess-Produkten, die vom Anbau bis hin zur Verarbeitung auch Wert darauf legen, dass ihre Produkte sozial und umweltverträglich zugleich hergestellt werden.

Referenten:

Bastian Jordan, Geschäftsführer Jordan Olivenöl
(www.jordanolivenoel.de)

Philipp Kauffmann, Geschäftsführer Original Beans
(www.originalbeans.com/de)

Seit Jahren gewinnen die Öle von Jordan Olivenöl, von der griechischen Insel Lesbos stammend, jede Menge Auszeichnungen und rangieren mit an der Spitze in der Weltrangliste der besten Olivenöle. Das Credo des Unternehmens: „Faire Partnerschaft mit unseren griechischen Freunden und Geschäftspartnern. Qualität zu fairen Preisen für unsere Kunden.“

Original Beans konnte gleich Auszeichnungen für drei ihrer Schokoladen bei den Fine Food Awards 2015, den Oscars für Feinkost-Produkte, erringen. Die Produktphilosophie: Mit „Jede Tafel: ein Baum“ praktiziert Original Beans Naturschutz und Bio-Diversität sowie zugleich soziales Engagement bei Kakao-Bauern in Afrika, Asien und Lateinamerika.

Neue Gäste engagieren sich für fair gehandeltes Obst

Neu auf der „Delinale“ vertreten sind Lemon Aid und Oxfam mit der Kampagne „Make Fruit Fair“. Weltweit wächst der Handel mit tropischen Früchten wie Ananas, Mangos, Bananen und Avocados. Obwohl sie einen weiten Weg hinter sich haben, sind sie oft billiger als regionale Äpfel. Tausende Kleinbäuerinnen und Arbeiter arbeiten auf den Obstplantagen unter schwierigen sozialen Bedingungen. Auch die Umwelt nimmt – etwa durch den Einsatz von Pestiziden – großen Schaden. „Make Fruit Fair“ sammelt Unterschriften gegen diesen Missstand.

Zu den Special Guests der „Delinale“ gehören außerdem die Gemüsemanufaktur Wegener aus Lünen bei Dortmund sowie Vertreter des Mülheimer Anbieters „Ruhrfeuer“. Letzterer tauscht schlechte Grillsaucen mit Verdickungsmitteln, Stabilisatoren und Konservierungsmitteln kostenlos gegen handgemachte Grillsaucen mit natürlichen

Zutaten um.

Für musikalische Unterhaltung auf der „Delinale“ sorgt der Dortmunder DJ Flo Mrzdk.

Am Tag der „Delinale“ verlängert die FAIR FRIENDS ihre Öffnungszeiten.

Die Messe ist dann von 10 bis 20 Uhr geöffnet.

Öffnungszeiten an den anderen Tagen: 10 bis 18 Uhr.

Ausführliche Infos zur Messe und Tickets gibt es auf:

www.fairfriends.de

Fotos zu Themen der „Delinale“:

- Jordan Olivenöl, von der griechischen Insel Lesbos stammend, hat jede Menge Auszeichnungen errungen und rangiert mit an der Spitze in der Weltrangliste der besten Olivenöle.
- Philipp Kauffmann, Geschäftsführer von Original Beans.
- Viva Con Aqua finanziert weltweit, aber vor allem in Uganda, einen menschenwürdigen Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitärer Grundversorgung.

Medienkontakt:

Westfalenhallen Dortmund GmbH

Marketing- und Unternehmenskommunikation

Tel.: 0231 / 12 04 – 556; Fax: – 724

E-Mail: karolin.heinrigs@westfalenhallen.de

Qualitätsgemeinschaft Bio-

Mineralwasser e.V.: Die Johann Spielmann GmbH erhält für ihre Mineralwasser-Linie „Landpark“ das Bio-Mineralwassersiegel

geschrieben von Andreas | 22. Juni 2016

PRESSEINFORMATION

Neumarkt, 16. Juni 2016. Die erfolgreiche Bio-Mineralwasser-Familie wächst weiter. Wie die Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser jetzt mitteilte, erhält die Heil- und Mineralquelle Johann Spielmann GmbH aus Dorsten in Nordrhein-Westfalen für ihre neu ins Leben gerufene Mineralwasser-Linie „Landpark“ das begehrte Bio-Mineralwassersiegel. Nach den Mineralwässern von Neumarkter Lammsbräu („BioKristall“), Ensinger („Ensinger Gourmet“) und Christinen (Bio, Gourmet, Bio-Carat, Bio-Sportscap), PreussenQuelle (PreussenQuelle und PreussenQuelle „Theodor“) sowie den Bio-Limonaden von Voelkel („BioZisch“) und Lammsbräu („now“) ist „Landpark“ damit die elfte Getränkelinie, die den strengen Ansprüchen der Qualitätsgemeinschaft und des Konzepts Bio-Mineralwasser entspricht.

Der Erhalt des Bio-Mineralwassersiegels verpflichtet die von der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser zertifizierten Mineralbrunnen zur aktiven Förderung des Wasserschutzes, einer absolut nachhaltigen Bewirtschaftung ihrer Quellen, der Einhaltung sozialer Standards und größtmöglicher Transparenz gegenüber dem Verbraucher. Gleichzeitig garantiert das Bio-Mineralwassersiegel mit seinen strengen Vorgaben, dass jedes damit ausgezeichnete Getränk immer den höchsten Reinheitsansprüchen genügt.

Dr. Franz Ehrnsperger, Vorsitzender der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser: „Wir freuen uns, mit „Landpark Bio-Quelle“ das mittlerweile elfte Mitglied in unserer wachsenden Bio-Mineralwasser-Familie willkommen zu heißen. Jedes weitere Mitglied ist ein wichtiger Schritt hin zu mehr aktivem Wasserschutz und zudem ein Beleg dafür, dass wir mit unserem Bio-Mineralwasser-Konzept nicht nur die Verbraucher, sondern auch die Branche nachhaltig erreichen.“

Michael Brodman, Inhaber der Johann Spielmann GmbH, erläutert: „Das Bio-Mineralwasser-Siegel belegt die ausgezeichnete Qualität unseres Mineralwassers und unsere nachhaltige Unternehmensführung. Das Thema Wasserschutz ist uns so wichtig, dass wir als mittelständisches Unternehmen mit Landpark neben unserem Traditionsprodukt Stiftsquelle extra eine neue Bio-Marke einführen.“

Über die Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V.

Die Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e.V. setzt sich seit 2008 ein für einen behutsamen Umgang mit unserem wichtigsten Lebens-Mittel, dem Wasser. Sie wacht über die Richtlinien für das Qualitätssiegel „Bio-Mineralwasser“ und sensibilisiert Branche und Verbraucher für die Problematik der zunehmenden Wasserverschmutzung. Um das Zertifikat zu erlangen, müssen Mineralbrunnen 45 streng gefasste Kriterien erfüllen, die den Verbrauchern ein Höchstmaß an Qualität und Transparenz sowie nachhaltige Produktionsbestimmungen garantieren. Die Richtlinien wurden von unabhängigen Experten erarbeitet und werden laufend an neue wissenschaftliche Erkenntnisse angepasst. Deren Einhaltung überwacht die Biokontrollstelle BCS Öko-Garantie GmbH. Als bundesweit erstes Bio-Mineralwasser wurde bereits 2009 das „BioKristall“ des Bio-Pioniers Neumarkter Lammsbräu zertifiziert, es folgten Ensinger in Baden-Württemberg (Enginger Gourmet), Voelkel in Niedersachsen (BioZisch-Limonade) und Lammsbräu (now-Limonade) sowie Gehring-Bunte aus Nordrhein-Westfalen (Christinen Mineralwasser), die PreussenQuelle Rheinsberg (PreussenQuelle,

PreussenQuelle Theodor) aus Brandenburg sowie die Johann Spielmann GmbH (Landpark Bio-Quelle) aus Nordrhein-Westfalen. Mehr Informationen über Bio-Mineralwasser finden Sie unter www.bio-mineralwasser.de

Über die Johann Spielmann GmbH

Die Johann Spielmann GmbH ist ein inhabergeführtes, mittelständisches Unternehmen. Michael und Sebastian Brodmann führen den Familienbetrieb in vierter und fünfter Generation. Sie beschäftigen rund 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, darunter fünf Auszubildende. 2013 eröffnete das Unternehmen im nordrhein-westfälischen Dorsten eine neue Abfüllanlage. Direkt auf dem Dorstener Firmengelände liegen hervorragende Wasserquellen. 2016 erhielt die Johann Spielmann GmbH den Landesehrenpreis Nordrhein-Westfalen für nachhaltige Unternehmensführung und Ausbildung.

Informationen zu Produkt und Unternehmen sind über www.landpark-bioquelle.de und über die neue Verbraucherhotline 02362/95342 verfügbar.

Pressekontakt

Dr. Daniel Haussmann
Thomas Pfaff Kommunikation
Höchlstraße 2
D-81675 München

Fon: +49-89-992496-54

Fax: +49-89-992496-53

haussmann@pfaff-kommunikation.de

Die Neuheit #beleaf – Jetzt

auf Kickstarter: einzigartige Einweg-Verpackungen aus reinen Laubblättern, ein Leben lang kostenlos geliefert

geschrieben von Andreas | 22. Juni 2016



Pressemeldung

München: 8. Juni 2016

Wer kennt das nicht: Picknick im Grünen, Grillen am See, Barbeque beim Fussball mit Freunden – und dann der ernüchternde Blick auf die Berge von Plastikmüll. leaf republic hat das Problem auf elegante Art gelöst: Mit Einwegtellern aus reinen Laubblättern. Ohne Plastik, ohne Pappe und ohne Styropor. Und es musste kein einziger Baum gefällt oder eine Ölquelle angezapft werden!

Ein Produkt ohne Chemie, Kleber, Holz, Farb- oder Geschmacksstoffe. Das Unternehmen hat neuartige Verpackungen, Teller und Dipschalen entwickelt, die aus grünen Laub-Blättern hergestellt werden. Die nachhaltigen, mehrschichtigen Verpackungen von leaf republic bestehen aus Laubblättern und wasserfestem Laubpapier.

Die Teller sind auch im Hauskompost komplett in wenigen Wochen biologisch abbaubar und natürlich lebensmittelgeeignet und

wasserdicht.

Damit leaf republic mit seinen innovativen Produkten, die zudem die Umwelt schonen, auch in Produktion gehen kann, sind sie auf unsere und Eure Unterstützung angewiesen. Dazu hat das Team um Pedram und Carolin bei Kickstarter eine Crowdfunding-Kampagne gestartet. Werdet Teil der Verpackungsrevolution!

Kickstart Kampagne

<https://www.kickstarter.com/projects/643319217/beleaf>

Kontakt

leaf republic gmbh
mehlbeerenstrasse 6
82024 Taufkirchen
munich, germany

fon +49(0)89 18912857
+49(0)89 61201162

www.leaf-republic.com

**Cola-Kommentar von André
Schürrle entlarvt
„Doppelmoral“ des DFB –
Nationalspieler müssen für
Produkte werben, die sie**

selber nicht empfehlen

geschrieben von Andreas | 22. Juni 2016

Pressemitteilung

Berlin, 14. Juni 2016. Die Verbraucherorganisation foodwatch wirft dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) eine Doppelmoral bei seinen Werbeverträgen mit Coca-Cola, Ferrero und McDonald's zur Fußball Europameisterschaft vor. Weder eigene Spieler noch der Koch der Nationalmannschaft empfehlen den Verzehr jener Produkte, für die das Team Kindermarketing betreiben muss.

Nationalspieler André Schürrle erklärte kürzlich auf einer Pressekonferenz im französischen Évian, es gebe „keine Chips und keine Cola“ für die Mannschaft, sondern „eher gesunde Sachen“. Schürrle zielt ein EM-Werbeplakat von Coca-Cola, dem Weltmarktführer für Zuckergetränke. Der Team-Koch Holger Stromberg machte gegenüber foodwatch deutlich, dass er überwiegend stilles Wasser und Tee serviere – und nur gelegentlich eine „selbst gemachte Limonade“.

„Dem DFB ist der Profit wichtiger als das Gemeinwohl. Die deutschen Nationalspieler müssen für zuckrige Cola werben, obwohl sie selbst von dem Verzehr abraten“, erklärte Oliver Huizinga, foodwatch-Experte für Lebensmittelmarketing.

Der DFB unterhält während der EM 2016 Werbeverträge mit Coca-Cola, Ferrero und McDonald's. Seit mehreren Wochen druckt Coca-Cola die Gesichter der deutschen Nationalspieler auf ihre Cola-Dosen unter dem Motto: „Hol Dir das Team auf 24 Sammeldosen“. foodwatch kritisierte die Kampagne als verantwortungsloses Kindermarketing für ungesunde Lebensmittel. Der DFB mache sich zum „Diabetes Förder-Bund“. Der Sportverband torpediere die Bemühungen zahlreicher Eltern und Lehrer, Kinder für eine gesunde Ernährung zu begeistern.

Sowohl foodwatch als auch der Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte (BVKJ) und die Deutsche Diabetes Gesellschaft

(DDG) haben den DFB in der vergangenen Woche aufgefordert, die Werbeverträge mit den Junkfood-Konzernen zu kündigen. Man wisse, dass ein Übermaß an süßen und fettigen Lebensmitteln und Getränken für die Zunahme von Übergewicht bei Kindern verantwortlich sei, erklärte der Präsident des BVKJ, Thomas Fischbach. Das sei „keine Nachwuchsförderung, sondern Nachwuchsschädigung“. DDG-Präsident Professor Baptist Gallwitz forderte den DFB auf, sein Sponsoring-Konzept zu überdenken, um seiner Vorbildfunktion und gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden.

In einem Schreiben an foodwatch rechtfertigte der DFB die Partnerschaft mit Coca-Cola: Für die Zunahme des Übergewichts bei Kindern sei „nicht die Bevorzugung von süßen oder salzigen Lebensmitteln und Getränken“ verantwortlich, obwohl zahlreiche einschlägige Studien belegen, dass Zuckergetränke Übergewicht, Fettleibigkeit und Diabetes Typ II fördern. Experten sprechen von einer „Adipositas-Epidemie“ – gerade auch wegen des übermäßigen Zucker-Konsums von jungen Menschen. Kinder und Jugendliche zwischen drei und 17 Jahren trinken durchschnittlich mehr als zwei Gläser zuckerhaltige Getränke pro Tag. Unter den 14- bis 17-Jährigen sind es sogar drei bis vier Gläser. Diesen alarmierenden Fakten zum Trotz lässt der DFB seit rund einem Monat die Gesichter der 24 Nationalspieler auf Cola-Dosen drucken. In 24 Dosen stecken insgesamt 280 Zuckerwürfel (oder 840 Gramm Zucker).

Link:

– E-Mail-Aktion „Kein Kindermarketing für Ungesundes mit Neuer, Schweinsteiger & Co.“: www.dfb-aktion.foodwatch.de

Redaktionelle Hinweise:

- foodwatch: DFB ist „Diabetes Förderer-Bund“: tinyurl.com/hxatdr3
- Cola-Fakten: tinyurl.com/z8xhflk
- Fotostrecke „Rote Karte für den DFB“: Download

- Korrespondenz zwischen foodwatch und dem DFB: tinyurl.com/gualbzp
- Infos zur Coca-Cola EM-Kampagne 2016: tinyurl.com/zee58tb

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Wir kaufen unser Stromnetz! – Film, Vortrag & Diskussion

geschrieben von Andreas | 22. Juni 2016

Das Netzwerk Faires Berlin zeigt zusammen mit der BürgerEnergie Berlin e.G. den Film „Das Schönauer Gefühl“. Der Film erzählt die mitreißende Geschichte der „Stromrebell“ aus dem Schwarzwald, die ihr Stromnetz von einem Atomkonzern freikaufen und zu einem der größten Ökostromanbieter Deutschlands wurden. Selbstverständlich gibt es auch aktuelle Informationen zum Netzkauf in Berlin!

Eine Veranstaltung in Kooperation mit dem Förderverein für umweltfreundliche Stromverteilung und Energieerzeugung Schönau im Schwarzwald e.V.

<http://www.faires-berlin.de/veranstaltungen/alle-events-in-berlin/eventdetail/732/-/forum-faires-berlin-buerger-energie-berlin>

Zeit: 28. Juni – 19:00 – 21:00 Uhr

Ort der Veranstaltung:

John F. Kennedy Saal (1. Stock)

Rathaus Schöneberg
John-F.-Kennedy Platz
10825 Berlin

Veranstalter:

Stefanie Holtz & Jürgen Krause
Netzwerk Faires Berlin UG (haftungsbeschränkt)
Gotenstr. 21
10827 Berlin

Tel: 030 – 893 744 80

Fax: 030 – 893 744 92

E-Mail: netzwerk@fares-berlin.de
www.faires-berlin.de

Fototermin: Bundesumweltministerin Barbara Hendricks präsentiert U-Bahn-Motiv gegen Wilderei

geschrieben von Andreas | 22. Juni 2016

„Ohne Horn kein Nashorn“ – das ist der Titel einer Aktion des Bundesumweltministeriums für den Artenschutz und gegen Wilderei. Denn in Afrika fallen pro Jahr mehr als 1000 Nashörner Wilderern zum Opfer, die es auf ihr Horn abgesehen haben. In den nächsten Wochen werden zahlreiche U-Bahnen in Berlin mit einem Motiv beklebt, das auf dieses Problem aufmerksam macht. Bundesumweltministerin Barbara Hendricks nimmt am Auftakt dieser Aktion teil.

Termin: Donnerstag, 16. Juni 2016, 10:30 Uhr bis 11:00 Uhr

Mit: Bundesumweltministerin Barbara Hendricks

Ort: Berlin, U-Bahnhof „Deutsche Oper“, Gleis 4

Bitte melden Sie sich für diesen Termin unter presse@bmub.bund.de an.

Brücke zur geregelten Einwanderung bauen / Punktesystem für ein dauerhaftes Bleiberecht

geschrieben von Andreas | 22. Juni 2016
Pressemeldung

Berlin, 9.6.2016: Verstärkte Anstrengungen zur Integration von Geflüchteten in den Arbeitsmarkt und die rasche Verabschiedung eines Einwanderungsgesetzes fordert UnternehmensGrün, der Bundesverband der Grünen Wirtschaft. Der Verband schlägt in seinem aktuellen Positionspapier ein Punktesystem vor, mit dem der Anspruch auf ein dauerhaftes Bleiberecht erworben werden kann.

„Wenn die geburtenstarken Jahrgänge in den nächsten Jahren das Rentenalter erreichen, fehlt jährlich eine sechsstellige Zahl an Arbeitskräften. In zahlreichen Berufen ist es bereits heute schwierig, Nachwuchskräfte zu finden“, so Gottfried Härle, Inhaber einer mittelständischen Brauerei und Vorstandsmitglied von UnternehmensGrün. Allein aufgrund der demographischen Entwicklung kann die deutsche Wirtschaft langfristig von der

gestiegenen Zuwanderung nur profitieren. Härle weiter: „Wenn die Aufnahme von Arbeit einer der wesentlichen Schlüssel zur Integration der Geflüchteten in unsere Gesellschaft darstellt, so sind in erster Linie die Unternehmen gefordert, diese Arbeitsplätze zu schaffen und Zuwanderern anzubieten. Sie werden Zeit und Geld in die Aus- und Weiterbildung von Migranten investieren müssen, jenseits allen kurzfristigen betriebswirtschaftlichen Kalküls.“

Neben der Wirtschaft sieht UnternehmensGrün aber vor allem die Politik in der Pflicht. Der Verband fordert die möglichst rasche Verabschiedung eines Einwanderungsgesetzes, um Migrantinnen und Migranten eine Brücke vom Asyl zur geregelten Einwanderung zu bauen. „Wer es innerhalb eines bestimmten Zeitraums schafft, sich ausreichende Sprachkenntnisse anzueignen, einen Ausbildungs- oder Arbeitsplatz zu finden und erfolgreich an einem Integrationskurs teilgenommen hat, sollte Anspruch auf ein dauerhaftes Bleiberecht in Deutschland haben. Die entsprechenden Qualifikationen und Voraussetzungen könnten über ein Punktesystem nachgewiesen werden, in das auch noch ehrenamtliches oder soziales Engagement einfließen könnte. Über ein derartiges Punktesystem wäre es auch möglich, den Familiennachzug zu regeln“, so UnternehmensGrün-Vorstand Gottfried Härle.

Daneben fordert der Verband die Einführung eines weiteren, vierjährigen dualen Ausbildungsganges speziell für Geflüchtete, bei der im ersten Berufsschuljahr der Schwerpunkt auf der Sprachausbildung der Migranten liegt. Geflüchtete, die einen Ausbildungsplatz oder eine Arbeitsstelle gefunden haben, sollten ihren Wohnsitz frei wählen können. Die Schaffung von Anreizen für die Arbeitsaufnahme, etwa in Form von Sprachkursen, speziellen Praktika und staatlichen Eingliederungshilfen sollte die Integration in den Arbeitsmarkt beschleunigen. Für Geflüchtete, die den Weg in die Selbständigkeit suchen, fordert UnternehmensGrün spezielle Beratungsangebote und staatlich geförderte Mikrokredite für

die Existenzgründung.

Das Positionspapier von UnternehmensGrün finden Sie im Internet unter:
www.unternehmensgruen.org/wp-content/uploads/2016/06/Positionspapier2016_Gefl%C3%BChtete_Arbeitsmarkt.pdf

Ansprechpartner UnternehmensGrün:

Gottfried Härle ist langjähriges Vorstandsmitglied von UnternehmensGrün, des Bundesverbandes der grünen Wirtschaft. Als Geschäftsführer der Brauerei Clemens Härle in Leutkirch im Allgäu beschäftigt er mehrere Geflüchtete. Er ist Autor des Positionspapiers von UnternehmensGrün.

Kontakt:

Am Hopfengarten 5
88299 Leutkirch im Allgäu
T +49 (0)7561 9828 0
F +49 (0)7561 9828 50
haerle@unternehmensgruen.de

Pressekontakt:

Kai Weller
Ahnen&Enkel
Agentur für Kommunikation
0176 24569084
weller@ahnenenkel.com

Ausbau der Windkraft in

Brandenburg in den ersten drei Monaten 2016 stark rückläufig

geschrieben von Andreas | 22. Juni 2016

Potsdam / Berlin, den 9. Juni 2016: Die Zahl der in Brandenburg neu in Betrieb genommenen Windräder ging in den ersten drei Monaten des Jahres deutlich um 33,3 % zurück. Das steht im Gegensatz zum Bundestrend. Hier legte die Zahl der neu installierten Anlagen um 40 % zu.

In Brandenburg war der Ausbau der Windkraft schon 2015 stark zurückgegangen. „Die politische Debatte um zu viel Windenergie passt nicht zur Realität des Zubaus“, so Jan Hinrich Glahr, Landesvorsitzender des BWE Berlin-Brandenburg.

In Brandenburg wurden in den ersten drei Monaten des Jahres 2016 lediglich 28 Windenergieanlagen mit einer Leistung von 73,2 Megawatt neu in Betrieb genommen. Im selben Zeitraum des Vorjahres waren es noch 42 Windräder mit einer Leistung von 114,6 Megawatt. Der Rückgang betrug bei der Zahl der Anlagen damit 33,3 %, bei der installierten Leistung sogar 36 %.

Diese Zahlen gehen aus einer Analyse der amtlichen Angaben der Bundesnetzagentur durch die Fachagentur Windenergie an Land (FA Wind) hervor.

Die Zahlen der Bundesnetzagentur zeigen damit auch, dass die Windenergie in Brandenburg sich gegen den Bundestrend entwickelt. In ganz Deutschland wurden zwischen dem 1. Januar und dem 31. März 2016 genau 315 Windräder in Betrieb genommen, knapp 40 % mehr als im Vorjahreszeitraum (226 Anlagen). Die installierte Leistung legte bundesweit um 43,8 % zu.

In Brandenburg folgt die Entwicklung im ersten Quartal dem negativen Trend des vergangenen Jahres. Bereits 2015 wurden in

Brandenburg ein Viertel weniger Windräder aufgestellt als im Jahr 2014 (148 Anlagen gegenüber 196 Anlagen).

„Der Rückgang beim Ausbau der Windenergie setzt sich damit fort. Es ist noch zu früh um genau zu sagen, wie viele Anlagen in 2016 insgesamt gebaut werden. Aber wir müssen aufpassen, dass die Windkraft und damit die gesamte Energiewende nicht den Schwung verliert. Das hätte Auswirkungen auf Innovation, Investition und Arbeitsplätze in der Mark“, warnt Jan Hinrich Glahr, Landesvorsitzender des BWE Berlin-Brandenburg und Vizepräsident des Bundesverbandes.

Auch die Zahl der im ersten Quartal neu erteilten Genehmigungen verspricht hier keine Besserung. Sie liegt nach der Analyse der FA Wind bei 30 Anlagen. „Das ist eine geringe Anzahl und etwa auf dem Niveau der Vorjahre“, so Glahr. Außerdem befürchtet Glahr, dass die von der Bundesregierung vorgeschlagene Sonderkürzung bei der Vergütung von Windstrom (Einmaldegression) viele der jetzt genehmigten Projekte unwirtschaftlich macht. „Der Bund bremst damit die Energiewende in Brandenburg zusätzlich aus. Das wird die Wachstumschancen des Landes hemmen.“

Um die energiepolitischen Ziele der Landesregierung bis 2030 zu erreichen, ist ein Zubau von Windrädern mit einer Leistung von 350 Megawatt pro Jahr in Brandenburg notwendig. „Wenn der Ausbau weiter so eingebremst wird, wird Brandenburg seine selbst gesetzten Klima- und energiepolitischen Ziele verfehlen“, warnt Glahr.

Gerade in Brandenburg setzt die Windbranche beim Ausbau der erneuerbaren Energie auf Bürgernähe und Transparenz. Ende Mai hatte der Landesverband mit der Landesregierung eine viel beachtete Vereinbarung unterzeichnet. Die Windenergie-Betreiber haben sich damit verpflichtet, Anlagen zukünftig nur mit mindestens 1000 Metern Abstand von der Wohnbebauung zu planen, nicht in Buchen- und Eichenwäldern zu planen und die Bürgerinnen und Bürger in Anwohnergemeinden frühzeitig über

Vorhaben zu informieren.

Die Windbranche leistet in Brandenburg nicht nur viel für den Klimaschutz, sondern gehört hier inzwischen auch zu den wichtigsten Arbeitgebern. Die Branche beschäftigt laut aktueller Studie von DIW Econ in Brandenburg 6.863 Mitarbeiter und erwirtschaftet 1 Mrd. Euro Umsatz pro Jahr.

Kontakt:

Jan Hinrich Glahr

Bundesverband WindEnergie e.V. (BWE),
Landesverband Berlin-Brandenburg
Gregor-Mendel-Straße 36
14469 Potsdam

Tel: 0331 27342-884
Fax: 0331 27342-886
be-bb@bwe-regional.de
www.wind-energie.de

Ansprechpartner für die Presse:

Kai Weller
Agentur Ahnen&Enkel

Mobil: 0176 245 690 84
weller@ahnenenkel.com
www.ahnenenkel.com