

AOK Blade Night fährt am 18. Mai auf der Strecke Nymphenburg (West)

geschrieben von Andreas | 16. Mai 2015



Am Montag, 18. Mai lädt die Umweltorganisation Green City e.V. wieder zur kostenfreien AOK Blade Night – vorausgesetzt, das Wetter spielt mit. Ab 19:00 Uhr beginnt die Veranstaltung mit Programm auf dem Platz vor dem Verkehrszentrum des Deutschen Museums. Von dort setzt sich um 21:00 Uhr der Skaterzug in Bewegung. Als eine von drei ausgesuchten Strecken steht zum zweiten Mal die Strecke Nymphenburg (West) an. Auf autofreien Straßen skaten die TeilnehmerInnen von der Theresienhöhe über die Hackerbrücke zum Schlosskanal und über die Dachauer Straße zurück zum Ausgangspunkt. Zur Auswahl stehen eine lange und eine kurze Variante. Welche davon gefahren wird, richtet sich wie immer nach der Anzahl der Bladeguards, die ehrenamtlich am Montag zur Verfügung stehen. Wer also regelmäßig mitskatet, ist herzlich eingeladen, sich als Straßenordner zu engagieren und damit beizutragen, dass die AOK Blade Night eine sichere Veranstaltung bleibt. Ob das Wetter am Montag einen Start zulässt, erfahren Interessierte am selben Tag ab 14:00 Uhr auf www.aok-bladenight.de. Bei gutem Wetter findet die AOK Blade Night bis 7. September 2015 jeden Montagabend statt.

Termin: Jeden Montag bis 7. September 2015, 19:00 – 23:00 Uhr (Programm ab 19:00 Uhr, Start des Laufs um 21:00 Uhr, Ende

gegen 23:00 Uhr)

Veranstalter: Green City e.V.

Ort: Platz vor dem Verkehrszentrum des Deutschen Museums,
Theresienhöhe, München

Kosten: Die Teilnahme ist kostenfrei, ein freiwilliger Beitrag
von 2 Euro ist erbeten

Ansprechpartnerin: Anna Hartmann, hartmann@greencity-
projekt.de, (089) 890 668 -613

**Den genauen Streckenverlauf können Sie auf dieser Karte
einsehen:**

<http://www.aok-bladenight.de/images/strecken/Nymphenburg15.pdf>

**Kostenlose Fotos der AOK Blade Night können Sie hier
herunterladen:**

[https://www.greencity.de/wp-content/uploads/2015/05/GreenCity_
AOKBladeNight_2015.zip](https://www.greencity.de/wp-content/uploads/2015/05/GreenCity_AOKBladeNight_2015.zip)

Pressekontakt

Green City e.V.

Judith Fahrentholz

Kommunikation

Lindwurmstraße 88

2. Aufgang, 5. Stock

80337 München

Tel (089) 890 668 – 313

Fax (089) 890 668 – 66

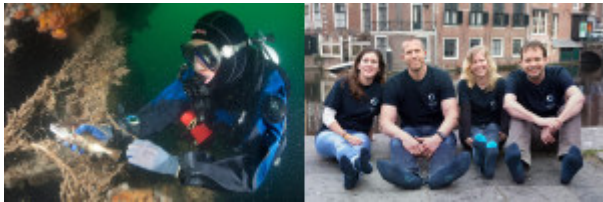
presse@greencity.de

www.greencity.de

Mit Socken und Badekleidung

zu einer gesunden Nordsee

geschrieben von Andreas | 16. Mai 2015



07. Mai 2015

PRESSEMITTEILUNG

Tilburg/Leiden – Etwa 10% des Meeresmülls besteht aus ausgedienten Fischernetzen. Diese werden auch als „Geisternetze“ bezeichnet, da sie oft über mehrere Jahrhunderte lang intakt bleiben. Viele Tiere, wie Fische, Delphine, Schildkröten, Krabben und Robben verfangen sich darin und sterben einen langsamen Tod. Healthy Seas hat es sich zur Aufgabe gemacht diese Netze aufzufischen und aus ihnen neue Produkte herzustellen. Dafür gibt es nun eine Crowdfunding-Kampagne auf Oneplanetcrowd.

Tiere vor dem Ertrinken retten

Das Auffischen von ausgedienten Fischernetzen kostet Geld und genau darum hat Healthy Seas nun eine Crowdfunding-Kampagne gestartet. Ziel ist es, mindestens 15.000 € einzusammeln, um 10 Tonnen an verlorenen Fischernetzen aus dem Meer zu holen und somit tausende Tiere vor dem Ertrinken zu retten.

Eine saubere und gesunde Nordsee

Rob Wolters, einer der Gründer der Healthy Seas Initiative sagt: „Die meisten Geisternetze stammen noch aus dem letzten Jahrhundert. Heutzutage wird in der Berufsfischerei zum Glück viel sorgfältiger mit Fischernetzen umgegangen. Eine fischernetzfreie Nordsee ist nicht nur für die Umwelt wichtig, sondern trägt auch zu unserer eigenen Sicherheit und Gesundheit bei. Jedes Jahr bleiben Boote, Taucher und selbst Schwimmer in alten Fischernetzen hängen. Die Kunststoffe und Schwermetalle in den Netzen vergiften das Wasser. Gemeinsam

können wir auf eine natürlichere und fischernetzfreie Nordsee hinarbeiten und gleichzeitig eine grüne Wirtschaft mit fairen Produkten etablieren.”

Keine Verschwendung

Die Fischernetze werden anschließend recycelt, um daraus neues Nylongarn herzustellen. Damit zeigt Healthy Seas, dass man Müll auch als Rohstoff für neue Produkte sehen kann. Aus den recycelten Fischernetzen werden Badekleidung und die einzigartigen Healthy Seas Socken gefertigt. Umgerechnet können aus 10 Tonnen Fischernetzen etwa 200.000 Paar Socken produziert werden. Die Socken werden noch dieses Jahr in den niederländischen Verkaufsregalen zu sehen sein.

Spenden und einzigartige Produkte erhalten

Jetzt kann jeder zur Reinigung der Nordsee beitragen und tausenden von Tieren das Leben retten. Mit einer Spende kann man Healthy Seas unterstützen, die Fundingschwelle der Crowdfunding Kampagne zu erreichen. Als Dankeschön erhält der Spender einzigartige, aus Fischernetzen hergestellte Produkte.

Kontakt

Für mehr Informationen oder ein Interview, nehmen Sie bitte Kontakt auf mit Hanneke Wijnja, wijnja@ecnc.org, +31 13 59 44 944

Crowdfunding-Kampagne

<http://www.oneplanetcrowd.com/de/project/90130>

Bildmaterial

Hochaufgelöste Bilder können auf Anfrage versendet werden. Bitte nehmen Sie hierzu Kontakt mit uns auf.

Hanneke Wijnja

Communication Officer

Healthy Seas

wijnja@ecnc.org

+31-(0)13-5944944

15 Jahre Streetlife Festival – Die Highlights am 16./17. Mai 2015

geschrieben von Andreas | 16. Mai 2015

Pressemitteilung

München, den 7. Mai 2015

Wo sonst Blechlawinen das Stadtbild prägen, realisiert die Umweltorganisation Green City e.V. gemeinsam mit dem Referat für Gesundheit und Umwelt der Landeshauptstadt München am 16./17. Mai 2015 die Vision eines nachhaltigen und lebenswerten Münchens. Die Rede ist vom Streetlife Festival, das heuer 15-jähriges Jubiläum feiert. Es findet auf der Ludwig- und Leopoldstraße, von Odeonsplatz bis Georgenstraße, statt und möchte begeistern für einen bewussten Lebensstil, für ein buntes München und für den Mut zu Veränderung. Es versteht sich dabei zum Einen als Straßenfest, zum Anderen als öffentliches Wohnzimmer und Kreativraum. Es zeigt: Jede und Jeder kann seine Stadt selbst gestalten! Nicht in fünf Jahren, nicht morgen, sondern jetzt! Denn dass der Wandel von einer grauen Betonwüste zum grünen Stadt(t)raum gemeinsam gelingen kann, ist die unübersehbare Botschaft des Streetlife Festivals. Verschiedene neue und bewährte Highlights erwarten die BesucherInnen dieses Jahr.

Umwelt: Wo Lärm und Grau Ruhe und Grün weichen

Erstmals begrünt Green City e.V. die gesamte Fläche rund um das Siegestor, wodurch eine rund 2.000 Quadratmeter große Ruheinsel entsteht. An diesem Ort, der sonst durch starken Verkehr kaum Aufenthaltsqualität bietet, öffnet sich so eine völlig neue Sichtweise auf den öffentlichen Straßenraum: Eine

Inszenierung von Ruhe als Indikator für urbane Lebensqualität oder einfach um einmal am Siegestor zu chillen. Vor allem am Samstagabend dürfte dies durch Lichtinstallationen und Projektionen zu einem entspannten Vergnügen werden. Rings um diese grüne Insel präsentieren sich auf einem 600 Meter langen Mensch&Umwelt-Bereich Organisationen und Unternehmen, die sich für die Umwelt, Tiere, alternative Mobilität und ähnliche Themen engagieren.

Link zum Mensch&Umwelt-Bereich:
www.streetlife-festival.de/programm/themenbereiche/mensch-und-umwelt

Sport: Wo die Straße zum Stadion wird

Erstmals baut M-Net direkt vor der Feldherrnhalle das „Ludwigstadion“ auf und veranstaltet dort für Hobbymannschaften den „M-Net Streetsoccer Cup“. Daneben können sich Besucherinnen und Besucher über die Münchner Sportvielfalt informieren und selbst aktiv werden: Sie erwartet Wurfkrafttraining mit den Munich Cowboys, Klettern mit dem DAV, Körbwerfen mit dem FC Bayern Basketball oder Frisbee spielen mit den Schwabinger Frisbee Buam. Ein 40 Meter langer Skateparcours des Skateboarding München e.V. schließt sich an und weiter nördlich befindet sich eine Fahrradmeile mit vielen Informationen rund um's Radfahren.

Link zum Ludwigstadion:
www.streetlife-festival.de/programm/themenbereiche/ludwigstadion

Kultur: Wo die „Space Invaders“ das Sagen haben

Eine „Open Air Art Gallery“, eine Siebdruckwerkstatt, Breakdance- und Theater-Workshops sowie ausgesuchte Straßenkunst-Juwel: Hier ist das Streetlife-Motto „Belebe die Straße!“ Programm.

Link zu den „Space Invaders“:
www.streetlife-festival.de/programm/themenbereiche/space-invaders

Musik: Wo es was auf die Ohren gibt

Die Hauptbühne, auf der der Radiosender 95,5 Charivari Rock- und Pop-Konzerte präsentiert, befindet sich dieses Jahr erstmals gemeinsam mit einem großen Biergarten am Professor-Huber-Platz. Dort steigt am Samstagabend um 22:30 Uhr eine „Silent Disco“, die dank Kopfhörern das Feiern auf der Straße ermöglicht, ohne AnwohnerInnen zu stören. Feiern können die BesucherInnen auch auf einem „Electronic-Floor“ mit DJ-Gigs und „Live-Visuals“ in der Fußgängerunterführung am Oskar-von-Miller-Ring oder oberhalb davon, auf der Kreuzung mit der Ludwigstraße, wo aufstrebende Indie- und Alternative-Bands Konzerte geben. Beides wird vom Musiksender M94,5 organisiert. Gediegener geht es hingegen auf der Odeonsplatz- und der Lastenradbühne zu: Hier stehen Weltmusik, Großformat-Swing und akustische Kleinkunst auf dem Programm.

Link zum Bühnenprogramm:
www.streetlife-festival.de/programm/buehnenprogramm

Familien: Wo Kinder auf ihre Kosten kommen

Wer mit Kindern zum Streetlife Festival kommt, sollte auf jeden Fall einen Abstecher in das Lilalu-Kinderland am Geschwister-Scholl-Platz machen. Dort gibt es viel Platz zum Toben und die Kleinen können sich in Zirkusakrobatik üben. Mit größeren Kindern lohnt die Ausstellung der Bundesregierung zu 25 Jahren Mauerfall oder der Fairwert-Markt südlich vom Siegestor, auf dem nachhaltige Händler ihre öko-fairen Produkte und Upcycling-Ideen anpreisen.

Mehr Informationen gibt es auf www.greencity.de und www.streetlife-festival.de.

Über Green City e.V.

Green City e.V. ist seit 1990 als Umweltorganisation für ein grüneres München aktiv. 20 MitarbeiterInnen setzen sich zusammen mit rund 1.000 Ehrenamtlichen und Mitgliedern für stadtverträgliche Mobilität, verantwortungsvollen Umgang mit Energie, nachhaltige Stadtgestaltung, und Umweltbildung für alle Altersgruppen ein. 150 Projekte und Veranstaltungen pro Jahr bieten Umweltschutz zum Anfassen und Mitmachen. Weitere

Informationen unter www.greencity.de

Ihre Ansprechpartner bei Green City:

Judith Fahrentholz, Kommunikation

Mail: presse@greencity.de, Tel: (089) 890 668 -313

Manuel Schaumann, Projektleitung

Mail: schaumann@greencity-projekt.de, Tel: (089) 890 668 -617

Hochauflösende Pressefotos können Sie hier herunterladen:

https://www.greencity.de/wp-content/uploads/2015/03/GreenCity_StreetlifeFestival_2015.zip

Weitere Bilder zu Green City e.V. finden Sie auf www.greencity.de/downloads.

Bundestagspräsident Norbert Lammert zieht Falschaussagen zu TTIP zurück – Wirtschaftliche Effekte zu groß dargestellt

geschrieben von Andreas | 16. Mai 2015

Pressemitteilung – Thema: Transatlantisches Freihandelsabkommen TTIP

Berlin, 8. Mai 2015. Bundestagspräsident Norbert Lammert hat falsche Angaben zum geplanten transatlantischen Freihandelsabkommen korrigiert. Er reagierte damit auf einen Brief der Verbraucherorganisation foodwatch. Der CDU-Politiker hatte auf seiner Internetseite und in einem Rundbrief an Bürger die wirtschaftlichen Potenziale von TTIP um ein

Vielfaches zu groß angegeben. Jetzt entfernte er die Aussagen.

In den vergangenen Wochen mussten bereits der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), der Verband der deutschen Automobilindustrie (VDA), die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) und die Europäische Kommission Falschinformationen zu TTIP korrigieren. foodwatch-Geschäftsführer Thilo Bode: „TTIP-Befürworter stellen die möglichen Chancen des Abkommens systematisch viel zu groß dar und verschweigen die Risiken. Diese beispiellose Desinformationskampagne hat die ganze Diskussion über TTIP bereits so weit manipuliert, dass sogar Medien und der Bundestagspräsident den Falschinformationen Glauben schenken oder sie ungeprüft übernehmen. Ohne eine aufrichtige, transparente Debatte schadet TTIP der Demokratie schon vor dem Vertragsabschluss.“

Über die möglichen wirtschaftlichen Effekte hatte Herr Lammert auf seiner Internetseite norbert-lammert.de und in seiner „NL Post“ im Mai 2014 geschrieben: „Schätzungen gehen von einem jährlichen Wachstumsimpuls von 119 Milliarden Euro auf europäischer und 95 Milliarden Euro auf amerikanischer Seite aus.“ Diese Zahlen entstammen einer von der Europäischen Kommission in Auftrag gegebenen Studie des Instituts CEPR. Die Studienautoren halten es unter besonders günstigen Voraussetzungen für möglich, dass das europäische Bruttoinlandsprodukt durch TTIP nach zehn Jahren um insgesamt 119 Milliarden Euro höher liegen könnte als ohne das Abkommen. Sie gehen also von einer einmaligen Niveauanhebung aus, aber gerade nicht von einem „jährlichen Wachstumsimpuls“ in dieser Höhe. In der Darstellung des Bundestagspräsidenten würden sich die Effekte in zehn Jahren auf das Zehnfache des in der Studie genannten Betrages summieren, auf 1,19 Billionen Euro.

Am 24. April 2015 wies foodwatch Herrn Lammert auf diesen Fehler hin. Inzwischen entfernte der CDU-Politiker die Aussage vollständig von seiner Internetseite und aus der herunterladbaren pdf-Version seines Rundbriefs.

Link:

E-Mail-Aktion von foodwatch an die Abgeordneten des Deutschen Bundestages: www.ttip-bundestag.foodwatch.de

Redaktionelle Hinweise:

- Brief von foodwatch an Norbert Lammert: bit.ly/1JsTIxZ
- Screenshot: Newsletter von Norbert Lammert („NL Post Nr. 232“), alte Version: bit.ly/1JsT08I
- Screenshot: Newsletter von Norbert Lammert, korrigierte Version: bit.ly/1JsTW8k
- Website von Norbert Lammert mit korrigierten Angaben: bit.ly/1z01fYw
- Desinformationskampagne der TTIP-Befürworter – foodwatch-Hintergrundpapier: bit.ly/1JsTEya

Buchtip:

Thilo Bode: „Die Freihandelslüge. Warum TTIP nur den Konzernen nützt – und uns allen schadet.“ DVA 2015, 272 Seiten, 14,99 Euro. Mehr Informationen zum Buch unter bit.ly/1ze03op

Pressekontakt:

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Behördeninformation über Lebensmittel: Gesetzentwurf

von Minister Schmidt unzureichend – foodwatch legt eigenen Gesetzentwurf vor

geschrieben von Andreas | 16. Mai 2015

Pressemitteilung

–

Thema:

Informationsrechte/Lebensmittelkontrollen/LFGB-Novelle/
Verbraucherschutzministerkonferenz

Berlin, 5. Mai 2015. Die Verbraucherorganisation foodwatch hat den heute von Bundesernährungsminister Christian Schmidt vorgelegten Gesetzentwurf zur Information der Öffentlichkeit über Lebensmittel als unzureichend kritisiert. „Der Ministerentwurf ist gespickt mit Ausnahmetatbeständen und Ermessensspielräumen. Ein solches Gesetz kann die gravierenden Probleme nicht lösen: Damit würden die Verbraucher auch in Zukunft nicht verlässlich und schnell über Hygienemängel, Betrugsfälle oder Ergebnisse von Lebensmittelkontrollen informiert“, erklärte der stellvertretende foodwatch-Geschäftsführer Matthias Wolfschmidt. Minister Schmidt hat seine Vorschläge für eine Novellierung des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches (LFGB) am heutigen Dienstag öffentlich gemacht.

Um zu erreichen, dass Behörden Verbraucher künftig schneller, umfassender und aktiv über Lebensmittel und Zustände in den Lebensmittelbetrieben informieren, hat foodwatch unmittelbar vor der Verbraucherschutzministerkonferenz in Osnabrück (6. – 8. Mai) einen eigenen Gesetzentwurf vorgelegt. Dieser lag Herrn Schmidt wie auch Bundesjustizminister Heiko Maas bereits seit Januar vor. Nach dem foodwatch-Entwurf müssten die Behörden ihr Wissen verbindlich „aktiv und systematisch“ mit der Öffentlichkeit teilen. Vor allem bei gesundheitsgefährdenden oder aus anderen Gründen zum Verzehr ungeeigneten Produkten wären Behörden verpflichtet, „gesondert

und unverzüglich“ bereits dann zu informieren, „wenn ein durch Tatsachen begründeter Verdacht“ für einen Verstoß gegen das Lebensmittelrecht besteht. Amtlich erhobene Messdaten und Ergebnisse der Lebens- und Futtermittelkontrollen würden zudem grundsätzlich öffentlich gemacht. Der foodwatch-Entwurf verzichtet auf Ermessensspielräume für die Behörden, um für Verbraucher, Behörden und Unternehmen Rechtssicherheit zu schaffen.

„Die Geheimniskrämerei der Behörden ist unnötig und schadet sowohl den Verbrauchern als auch den ehrlichen, sauber arbeitenden Betrieben“, erklärte Matthias Wolfschmidt von foodwatch. „Nur konsequente Transparenz sorgt dafür, dass Verbraucher die schlechten Betriebe meiden und die guten belohnen können – und schafft einen Anreiz für alle Unternehmen, sich an lebensmittelrechtliche Vorgaben zu halten. Betrug und ein laxer Umgang mit der Hygiene sind heute viel zu attraktiv.“

Union und SPD hatten sich bereits in ihrem Koalitionsvertrag auf eine Novelle des einschlägigen Paragraphen 40 („Information der Öffentlichkeit“) im deutschen Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB) verständigt.

Den Behörden – auch den auskunftswilligen – fehlt bislang die Rechtssicherheit für eine umfassende, aktive Informationspolitik. Die Folgen sind mal absurd, mal fatal:

- Beim Pferdefleischskandal hatten Behörden durch eigene Laboranalysen Produkte ausfindig gemacht, die ungekennzeichnetes Pferdefleisch enthielten – sie durften die Namen der Produkte jedoch nicht nennen. Damit konnten die Verbraucher nicht wirksam vor Betrug und möglichen Gesundheitsgefahren geschützt werden, obwohl die Betrugsnachweise eindeutig vorlagen.

- Bei den amtlichen Lebensmittelkontrollen wird jeder vierte Betrieb beanstandet – eine Quote, die Jahr für Jahr in diesem

hohen Bereich liegt. Dänemark dagegen ist es durch die Veröffentlichung der Kontrollergebnisse für jeden Betrieb gelungen, seine Beanstandungsquote drastisch zu reduzieren. Weil die Verbraucher in Deutschland nicht erfahren, ob und ggf. aus welchem Grund ein Betrieb beanstandet wurde, haben sie keine Möglichkeit, zum Beispiel Restaurants mit schlechter Betriebshygiene zu meiden.

– Behörden, die über Kontrollergebnisse informieren wollen, müssen mit Klagen rechnen (wie bei Kommunen in Nordrhein-Westfalen oder in Berlin-Pankow) und scheuen daher in der Regel eine Veröffentlichung. Das Beispiel Dänemark zeigt jedoch, dass eine europarechtlich haltbare Lösung möglich ist, wenn die gesetzliche Grundlage dafür geschaffen wird.

– In vielen Fällen wissen die Kontrollbehörden über einen langen Zeitraum hinweg über Hygienemängel Bescheid – ohne die Verbraucher zu schützen. Für Schlagzeilen sorgte beispielsweise der Fall der bayerischen Großbäckerei Müller, die 2012 ihre mit Mäusekot und Speiseresten verdreckten Produktionsanlagen schließen musste. Die Behörden hatten über Jahre hinweg Kenntnis von den ekelerregenden Zuständen. Weil sie die Öffentlichkeit nicht informierten, kauften die Kunden weiterhin nichtsahnend Brot und Brötchen aus hygienisch inakzeptabler Herstellung.

Redaktioneller Hinweis:

Gesetzentwurf von foodwatch für § 40 LFGB Information der Öffentlichkeit: bit.ly/1DQ5LQT

Pressekontakt:

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Aufruf: Ein Zeichen für nachhaltiges Crowdfunding setzen.

geschrieben von Andreas | 16. Mai 2015

Berlin (29.04.2015): Gemeinsam mit mehr als 16.000 Nutzern werden auf EcoCrowd zahlreiche nachhaltige Projekte realisiert. Aktuell ist EcoCrowd, die nachhaltige Crowdfunding-Plattform der Deutschen Umweltstiftung, für den Werkstatt N-Publikumspreis des Nachhaltigkeitsrats nominiert. Bis zum 10. Mai kann mit nur einem Klick auf www.werkstatt-n.de/projekte/ecocrowd für EcoCrowd gestimmt werden – ganz ohne Anmeldung. Mit jeder Stimme für EcoCrowd werden langfristig alle nachhaltigen Crowdfunding-Projekte auf der Plattform unterstützt.

Gut fünf Tage vor Ende des Wettbewerbs führt EcoCrowd, doch noch ist nichts entschieden. Mit unserem Engagement für den Werkstatt N-Preis möchten wir zeigen: Mit Unterstützung der Crowd kann jeder Berge versetzen, so Jörg Sommer, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Umweltstiftung.

Konkurrenzdenken zu den Mitbewerbern verspürt das EcoCrowd-Team jedoch nicht: „Die anderen nominierten Projekte empfinden wir nicht als Konkurrenz. Vielmehr sind wir überzeugt, dass ein großer Teil der dort vertretenen nachhaltigen Projekte sehr gut auf unsere Crowdfunding-Plattform passt. Wir laden sie ausdrücklich zu Finanzierungsrunden auf EcoCrowd ein, so Saskia Letz vom EcoCrowd-Team.

Über die Deutsche Umweltstiftung

Die Deutsche Umweltstiftung wurde 1982 u.a. von Udo Simonis, Ernst Ulrich von Weizäcker, Günter Grass und Bernhard Grzimek

gegründet. Getreu ihrem Motto „Hoffnung durch Handeln“ setzt sie sich für den Erhalt der natürlichen Lebensräume der Menschen, Tiere und Pflanzen ein. Die Deutsche Umweltstiftung ist politisch und wirtschaftlich unabhängig und die größte deutsche Bürgerstiftung für den Umweltschutz.

Pressematerial

Logos, Fotos und vergangene Pressemeldungen finden Sie unter <https://www.ecocrowd.de/en/presse>

Projektkontakt

Deutsche Umweltstiftung

Saskia Letz „

Projektreferentin EcoCrowd

Greifswalderstraße 4 • 10405 Berlin

Telefon: 030 202 384 284

E-Mail: saskia.letz@deutscheumweltstiftung.de

www.ecocrowd.de

www.deutscheumweltstiftung.de

Pressekontakt

Deutsche Umweltstiftung

Kai Reininghaus

Pressereferent

Greifswalderstraße 4 • 10405 Berlin

Telefon: 030 202384 281

E-Mail: kai.reininghaus@deutscheumweltstiftung.de

www.deutscheumweltstiftung.de

Award Unternehmer-Ass 2015:

MehrWert GmbH zum dritten Mal unter den besten Drei!

geschrieben von Andreas | 16. Mai 2015

Pressemeldung

Die erst vor knapp fünf Jahren gegründete MehrWert GmbH aus Bamberg wurde abermals durch renommierte Versicherungs- und Vertriebsexperten zu einem der besten Maklerhäuser in Deutschland gekürt.

Bamberg, 5. Mai 2015. Im Rahmen des in der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsbranche angesehenen „Unternehmer-Ass-2015-Wettbewerbs“ konnte sich die MehrWert GmbH erneut in der Spitzengruppe der besten Maklerhäuser in Deutschland positionieren. Das junge fränkische Maklerunternehmen konnte seine bisherigen Platzierungen erneut bestätigen. So erreichte das Unternehmen schon 2013 den dritten Platz und 2014 den zweiten Platz. Im Ergebnis wurden die Nachhaltigkeitsexperten der MehrWert GmbH durch die Institut Ritter GmbH, den Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK), dem Institut für Versicherungsvertrieb (IVV) und der Fachzeitschrift Versicherungsmagazin am 29. April 2015 mit dem Award „Unternehmer-Ass 2015“ in Bronze ausgezeichnet.

„Wir freuen uns sehr, dass wieder die unabhängige Fachjury unsere sehr positive Unternehmens-entwicklung mit dem Unternehmer-Ass-Award bestätigt. Es beweist, dass sich in herausfordernden Zeiten des allgegenwärtigen Wandels nichts desto trotz immer wieder beständige Qualität sowie das nachhaltige Engagement, Servicestärke und Zielstrebigkeit im Makleralltag auszahlt“, so Gottfried Baer, Geschäftsführer MehrWert GmbH.

Insgesamt 104 Bewerber stellten sich beim zehnten „Unternehmer-Ass-Wettbewerb“ dem Votum der Fachjury. Besonders

im Untersuchungsfokus standen dabei unter anderem die generelle unternehmerische Aufstellung, die Entwicklung neuer Beratungstechnologien (Onlineberatung) sowie die Alleinstellungsmerkmale beziehungsweise die betriebswirtschaftlich und vertrieblich erzielten Ergebnisse der Unternehmen. Infolgedessen bietet die MehrWert GmbH besonders durch eine ganz klare Fokussierung und authentische Profilierung im Bereich der ökologischen und ethischen Finanzberatung und -lösungen nahezu ein Alleinstellungsmerkmal im Maklermarkt.

„Mit unserer ganzheitlichen Beratung erhalten unsere Mandanten ein kluges individuelles Finanzkonzept und wir unterstützen sie dabei, ihre persönlichen Werte mit Ihren Finanzprodukten in Einklang zu bringen. Engagiert und zuverlässig entwickeln wir präzise und – soweit möglich – ökologisch und ethisch sinnvolle Finanzstrategien“, erörtert Baer. Zusätzlich zu den MehrWert-Unternehmensgrundsätzen überzeugte die Fachjury vor allem auch die nach innen gelebte Unternehmenskultur und die konkrete fachliche, vertriebliche, arbeitsentlastende und persönliche Unterstützung der Beraterinnen und Berater in der MehrWert GmbH. Hinsichtlich der Zukunft fühlt sich das Haus sehr gut aufgestellt. „Im Sinne einer nachhaltigen qualitativen Entwicklung gilt für uns als oberste Maxime, wohlbedacht wie langfristig erfolgsversprechend, weiter organisch in Deutschland zu wachsen“, bekundet MehrWert-Geschäftsführer Baer abschließend.

Ihre Ansprechpartnerin:

Heike Ebli

Mitglied der Geschäftsleitung

Kommunikation & Nachhaltigkeitsstrategie

MehrWert GmbH für Finanzberatung

und Vermittlung

Telefon: 0951-30 12 5565

Telefax: 0951-30 12 55-67

Email: h.ebli@mehrwert-finanzen.de

Über die MehrWert GmbH für Finanzberatung und Vermittlung

Die im Jahr 2010 von Gottfried Baer gegründete MehrWert GmbH für Finanzberatung und Vermittlung ist ein von Banken und Versicherungen unabhängiges Beratungshaus mit Sitz in Bamberg. Aktuell beraten 15 MehrWert-Berater/innen mehr als 2000 Mandanten in Fragen der Altersversorgung, der Absicherung und der nachhaltigen Geldanlage. Zu den Mandanten des Dienstleisters zählen Privatpersonen wie auch mittelständische Unternehmen, kirchliche und private Stiftungen. Der unternehmerische Beratungsschwerpunkt des Maklerunternehmens mit Zulassung als Versicherungsmakler (§ 34d Abs.1 GewO) und Finanzanlagevermittler (§ 34f GewO) findet sich eindringlich in den Bereichen nachhaltige Geldanlagen, strategische Vermögensplanung, private Altersvorsorgelösungen und betriebliche Altersvorsorge (bAV). Die starke Ausrichtung auf den Bereich nachhaltiger und grüner Anlagestrategien wird nicht zuletzt durch den zertifizierten „Fachberater für nachhaltiges Investment“ ermöglicht.

Nähere Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.mehrwert-finanzen.de

Das WeGreen Shopping Add-on: Grüner Einkaufen von Amazon bis Zalando

geschrieben von Andreas | 16. Mai 2015



PRESSEMELDUNG

Berlin, 29.04.2015 Nachhaltiges Einkaufen ist immer noch zu kompliziert und zeitaufwändig. Im Dschungel von Produktsiegeln, Initiativen und NGOs verliert man schnell den Überblick. WeGreen ist ein Social Impact Business Unternehmen, dessen Geschäftsmodell dort ansetzt und Interessenten die Suche nach fair hergestellten Produkten erleichtert.

Wir haben die Nachhaltigkeitsampel entwickelt, die automatisch erkennt, wie fair und umweltfreundlich ein Produkt ist. Auf WeGreen.de haben bereits über 10 Millionen Besucher die Nachhaltigkeitsampel für 4 Millionen Produkte gesehen. Mehr als 400 Partner, wie Verbraucherschützer und NGOs, ergänzen unsere Datenbank und halten sie aktuell. Das macht WeGreen weltweit einmalig.

Jetzt möchten wir einen Schritt weiter gehen und grünes Online-Shopping für jeden und überall ermöglichen. Dafür wollen wir das WeGreen Shopping Add-on für die Browser Firefox, Chrome & Co. entwickeln und kostenlos zur Verfügung stellen. Mit dem Add-on wird die WeGreen Nachhaltigkeitsampel in allen großen Onlineshops, von Amazon bis Zalando, direkt neben den Produkten eingeblendet. So kann man einfach erkennen, wie fair und umweltfreundlich diese sind oder nicht. Für die Entwicklung des Add-ons brauchen wir Ihre Hilfe, da wir das Projekt nicht alleine realisieren können. Wir würden uns freuen, Sie als Unterstützer gewinnen zu können.

Beispiele und Informationen finden Sie auf

<http://startnext.com/wegreen>

Pressekontakt

Maurice Stanszus

Gründer und Geschäftsführer

Christian Boettcher

Mitgründer

Tel.: 01573 / 2903132

presse@wegreen.de

<http://www.startnext.com/>

Schluss mit versteckten Tieren: Aldi Süd kündigt freiwillige Kennzeichnung von Tierbestandteilen in Knabbergebäck an – Vor Verbraucherschutzminister-Konferenz: foodwatch fordert klare gesetzliche Regelung

geschrieben von Andreas | 16. Mai 2015

Pressemitteilung – Thema: Versteckte Tierbestandteile

Berlin, 4. Mai 2015. Aldi Süd macht Schluss mit versteckten Tieren: Der Lebensmittel-Discounter will tierische

Bestandteile in Knabbergebäck zukünftig freiwillig kennzeichnen, wie er gegenüber der Verbraucherorganisation foodwatch angekündigt hat. Bisher setzt Aldi Süd bei der „Crackets Knabberbox“ und den „Kartoffel Rings Paprika“ Schweinebouillon ein – ohne dies auf der Packung anzugeben. Die Supermarktkette teilte nun jedoch foodwatch mit, „dass eine freiwillige Deklaration dieser tierischen Zusatzstoffe bereits mit dem Lieferanten vereinbart wurde“. foodwatch forderte vor der am Mittwoch beginnenden Verbraucherschutzminister-Konferenz, Lebensmittelhersteller endlich per Gesetz zu verpflichten, „versteckte Tiere“ zu kennzeichnen. Denn bei vielen Produkten wie Saft oder Chips könnten Verbraucher nach wie vor nicht erkennen, ob tierische Bestandteile zum Einsatz kommen, kritisierte foodwatch.

„Das Beispiel Aldi zeigt: Eine Kennzeichnung aller tierischen Bestandteile in Lebensmitteln ist problemlos möglich. Doch noch immer können ‚versteckte Tiere‘ im Einkaufskorb landen, weil eine klare gesetzliche Kennzeichnungspflicht fehlt“, sagte Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelkennzeichnung bei foodwatch. Die Verbraucherminister der Bundesländer forderte foodwatch auf, sich bei ihrer am Mittwoch beginnenden Konferenz für eine Pflichtkennzeichnung einzusetzen. Der niedersächsische Verbraucherminister Christian Meyer hatte sich vergangenes Jahr bereits dafür ausgesprochen. Im Dezember 2014 überreichte foodwatch mehr als 100.000 Unterschriften aus einer E-Mail-Protestaktion unter www.foodwatch.de/aktion-verstecktetiere an das Bundesernährungsministerium; bislang lehnt das Ministerium eine gesetzliche Kennzeichnungspflicht jedoch ab. „Das ist ein klarer Arbeitsauftrag an die Verbraucherminister der Länder, sich für eine Pflichtkennzeichnung einzusetzen! Wer auf tierische Bestandteile in Lebensmitteln aus ethischen, religiösen oder anderen Gründen verzichten will, muss endlich auch die Möglichkeit dazu bekommen. Wo Tier drin ist, muss auch Tier drauf stehen!“ so Oliver Huizinga von foodwatch.

Im deutschen oder europäischen Lebensmittelrecht gibt es bisher keine lückenlose Kennzeichnungspflicht für Zutaten oder Zusatzstoffe tierischen Ursprungs oder zum Einsatz tierischer Bestandteile in der Produktion. So wird zum Beispiel Läuse-Extrakt in „Orangina Rouge“-Limonade oder „Bum Bum“-Eis von Schöller eingesetzt, bei „Albi“-Säften kann Schweinegelatine zum Klären von Trübstoffen verwendet werden – auf der Verpackung ist das für Verbraucher jedoch kaum oder gar nicht erkennbar.

Um Transparenz und Wahlfreiheit zu erreichen, hat foodwatch im April 2013 einen Gesetzentwurf vorgelegt. Die zentrale Forderung: Wo Zutaten oder Verarbeitungshilfsstoffe tierischen Ursprungs eingesetzt werden, muss dies deutlich und inklusive Angabe der Tierart erkennbar sein. Das gilt auch für tierische Bestandteile in Aromen, Zusatzstoffen und technischen Hilfsstoffen, die während des Produktionsprozesses zum Einsatz kommen. Eine rein freiwillige Kennzeichnung bietet nach Auffassung von foodwatch keine verlässliche Transparenz. Auch die überfällige gesetzliche Definition der Begriffe „vegetarisch“ und „vegan“ könne keine abschließende Klarheit schaffen: Denn bei vielen – dem Anschein nach rein pflanzlichen – Lebensmitteln erwarten Verbraucher keine Tierprodukte oder -bestandteile, auch wenn diese nicht explizit als „vegan“ oder „vegetarisch“ beworben werden.

Link:

– E-Mail-Protestaktion von foodwatch zur Kennzeichnung „versteckter Tiere“: www.foodwatch.de/aktion-verstecktetiere

Redaktionelle Hinweise:

– Korrespondenz zwischen Aldi Süd und foodwatch: bit.ly/1HU1fXP

– Gesetzentwurf von foodwatch: bit.ly/14uUlnr

– Mehr Informationen zum Thema „versteckte Tiere“: www.foodwatch.de/verstecktetiere

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

AOK Blade Night startet am 11. Mai

geschrieben von Andreas | 16. Mai 2015

Pressemitteilung

München, den 30. April 2015

Manche nennen sie die schönste Stadtrundfahrt Münchens: die AOK Blade Night, Europas größte Nachtskateveranstaltung. Sie findet von 11. Mai bis 7. September bei gutem Wetter wieder jeden Montagabend statt und beginnt jeweils um 19:00 Uhr mit Programm auf dem Platz vor dem Verkehrszentrum. Dort fällt um 21:00 Uhr auch der Startschuss für die gemeinsame Fahrt auf je einer von drei autofreien Routen. Mit der Veranstaltung zeigt der Gastgeber, die Umweltorganisation Green City e.V., gemeinsam mit bis zu 10.000 InlineskaterInnen pro Abend, wie öffentlicher Raum alternativ genutzt werden kann.

Welche Botschaft dahinter steckt, das erklärt Martin Glöckner, Geschäftsführer von Green City e.V.: „Das leise Summen von bis zu 80.000 Gummirollen, die jeden Montag über den Asphalt gleiten, senden ein sichtbares Signal. Einmal die Woche, wenn auch nur für eineinhalb Stunden, gehört die Straße nicht dem motorisierten Verkehr, sondern öffnet sich für umweltfreundliche und gesunde Fortbewegung. Damit setzen wir ein Zeichen, das auch über München hinausstrahlt.“

Aufgrund des G7-Gipfels müssen dieses Jahr die Veranstaltungen am 1. und 8. Juni, sowie die traditionelle AOK Familien Blade

Night mit der kurzen, kinderfreundlichen Strecke am Pfingstmontag, 25. Mai, entfallen. Damit jüngere SkaterInnen dennoch auf ihre Kosten kommen, veranstaltet Green City e.V. stattdessen an dem Feiertag ein Skatefest für die ganze Familie. Es findet von 13:00 bis 20:00 Uhr im Eis- und Funsportzentrum Ost statt. An allen anderen Montagen startet die Veranstaltung wie gewohnt um 19:00 Uhr auf dem Platz vor dem Verkehrszentrum. Für Musik sorgt dieses Jahr erstmals der Radiosender M94,5 und es gibt die Möglichkeit, Skates und Schutzausrüstung auszuleihen.

Auch 2015 ist die Teilnahme an der AOK Blade Night kostenfrei. Für TeilnehmerInnen, die die AOK Blade Night schon länger kennen, ist es aber selbstverständlich sich jeden Montagabend eines der bunten, kultigen Starterbändchen zum Preis von zwei Euro zu kaufen. Auf diesen freiwilligen finanziellen Beitrag ist die Veranstaltung dringend angewiesen. Stattfinden kann die AOK Blade Night übrigens auch nur dank der ehrenamtlichen Hilfe Hunderter sogenannter Bladeguards, die als Ordner auf Rollen oder zu Fuß die Polizei unterstützen und den Korso sicher durch die jeweils rund 15 Kilometer langen Strecken führen. Wer sich mit oder ohne Inlineskates für eine sichere AOK Blade Night engagieren will, ist herzlich willkommen und kann sich unter bladeguard@greencity.de oder (089) 890 668 -613 melden. Als Dankeschön erhalten HelferInnen eine Aufwandsentschädigung und Skateausrüstung.

Ob die AOK Blade Night stattfindet, lesen InteressentInnen immer montags ab 14 Uhr auf www.aok-bladenight.de, www.facebook.com/aokbladenight oder www.twitter.com/aokbladenight.

Über Green City e.V.

Green City e.V. ist seit 1990 als Umweltorganisation für ein grüneres München aktiv. 20 MitarbeiterInnen setzen sich zusammen mit rund 1.000 Ehrenamtlichen und Mitgliedern für stadtverträgliche Mobilität, verantwortungsvollen Umgang mit Energie, nachhaltige Stadtgestaltung, und Umweltbildung für

alle Altersgruppen ein. 150 Projekte und Veranstaltungen pro Jahr bieten Umweltschutz zum Anfassen und Mitmachen. Weitere Informationen unter www.greencity.de

Ihre Ansprechpartner bei Green City e.V.:

Judith Fahrentholz, Kommunikation

Mail: presse@greencity.de, Tel: (089) 890 668 -313

Jörg Senninger, Projektleitung

Mail: bladenight@greencity.de, Tel: (089) 890 668 -613

Hochauflösende Pressefotos können Sie hier herunterladen:

https://www.greencity.de/wp-content/uploads/2014/04/A0K-Blade-Night_GreenCity_Fotos_Andreas-Schebesta-2.zip

Weitere Bilder zu Green City e.V. finden Sie auf www.greencity.de/downloads