

Waschmittel für Dunkles und Schwarzes von AlmaWin

geschrieben von Andreas | 5. Februar 2015

PRESSEMITTEILUNG

Winterbach, 30.01.2015

Als erster Hersteller hat AlmaWin ein Öko-Waschmittel für Dunkle und Schwarze Wäsche entwickelt.

Die besonderen farberhaltenden Eigenschaften verdankt das Produkt einer Weiterentwicklung des saponinhaltigen Waschnuss-Extrakts. Bereits seit 2006 wird im Hause AlmaWin der Einsatz von Saponin aus Waschnuss-Schalen betrieben und wurde seitdem immer weiter entwickelt. Dieser 100 % natürliche, pflanzliche Rohstoff ist so vielseitig, dass sicher noch viele Innovationen folgen werden.

Das neue Waschmittel für Dunkles und Schwarzes zeichnet sich aus durch:

- Waschtemperaturen ab 20° C bis 60°C, das spart Energie.
- hochkonzentriertes Waschmittel: 25 Waschgänge mit nur 750ml
- in den neuen Flaschen aus über 95% Plastikmüll, cradle to cradle
- schwarze und dunkle Textilien behalten ihre Farben
- ökozertifiziert durch ECOGARANTIE, Certisys sprl.
- dermatologisch erfolgreich getestet
- vegan

Über das Unternehmen:

AlmaWin Reinigungskonzentrate GmbH produziert seit den 1990er Jahren die hochwertigen, leistungsfähigen, hautverträglichen und ökologischen Wasch- und Reinigungsprodukte der beiden Marken AlmaWin und Klar EcoSensitive ohne Duft. Produkte und Unternehmen sind zertifiziert durch Ecogarantie/Certisys sprl., Ecocert Greenlife und durch Vegan Society. Auch Ökotest hat bereits mehrmals Produkte mit „gut“ und „sehr gut“

bewertet. Das Unternehmen wird dieses Jahr auf der Biofach zum 3. Mal mit dem GREEN BRANDS Siegel für Nachhaltigkeit ausgezeichnet.

Die besondere Produktphilosophie von AlmaWin zeichnet sich aus durch: Konzentratherstellung – das spart Verpackung, Transport- und Lagerkapazitäten, reduziert Müll. Höchstmögliche biologische Abbaubarkeit (siehe Zertifizierenden durch Ecogarantie und Ecocert), nachhaltiges Wirtschaften (siehe GREEN BRANDS, FSC-Verpackungen, Klimaneutraler Druck von Werbemitteln), Hautverträglichkeit und Allergiker freundliche Produkte (Alle Produkte sind dermatologisch erfolgreich durch ein deutsches Universitätsinstitut getestet.), Innovationen: 2006 erster Einsatz des neu entwickelten saponinhaltigen Waschnuss-Extrakts in einem Waschmittel, weitere Produkte folgten. 2015 Weltneuheit: Flaschen aus über 95% Plastikmüll.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

AlmaWin Reinigungskonzentrate GmbH

Frau Claudia Schöneweiß

Talstr. 2, 73650 Winterbach, Deutschland

Telefon: 0049 (0) 7181 97704 342, Fax: 0049 (0) 7181 97704 40

email: claudia-schoeneweiss@almawin.de

Palmölfrei Waschen mit “Cleanut” von AlmaWin

geschrieben von Andreas | 5. Februar 2015

PRESSEMITTEILUNG

Winterbach, 30.01.2015

Bunt und Feinwaschmittel “Cleanut Palmölfrei”

Als erster Hersteller hat AlmaWin ein Waschmittel für Feines und Buntess völlig palmölfrei weiterentwickelt. Die Cleanut, bisher schon ein echter Renner im Sortiment kommt jetzt völlig ohne Palmkernöl (Fettalkoholsulfate) aus und ist damit PALMÖLFREI!

Wer Palmöl ersetzen oder einsparen will, muss nach Alternativen suchen. Bereits 2006 hat AlmaWin als erstes Unternehmen den Einsatz der indischen Waschnuss weiterentwickelt. Als Extrakt eingebettet in eine Waschmittelrezeptur gelang es AlmaWin die 100% pflanzlichen Saponine aus der Waschnuss als Extrakt herzustellen und in Flüssig- und Pulverwaschmitteln einzusetzen.

Die gesamte langjährige Diskussion um den Einsatz von Palmöl in vielen Produkten hat auch uns berührt darüber nachzudenken, Alternativen zu finden. Nur mit Saponin haben wir eine gleichwertige Alternative gegenüber Palmkernöl gefunden, um die gleiche Wirkung und das gleich gute Waschergebnis zu erhalten.

Somit können wir alle Vorzüge eines Bunt und Feinwaschmittels palmölfrei anbieten und es lassen sich alle Vorteile erhalten wie:

- Waschttemperaturen ab 20° C bis 60°C
- hochkonzentriertes Waschmittel: 25 Waschgänge mit nur 750ml Flaschen
- **in den neuen Flaschen aus über 95% Plastikmüll, cradle to cradle**
- ökozertifiziert durch ECOGARANTIE, Certisys sprl.
- dermatologisch erfolgreich getestet
- vegan
- Fasertiefe Reinheit, Schonung von Fasern und Farben
- Reduzierung der Bügelzeit
- und last but not least – man braucht keinen Weichspüler mehr für kuschelweiche Wäsche.

Über das Unternehmen:

AlmaWin Reinigungskonzentrate GmbH produziert seit den 1990er Jahren die hochwertigen, leistungsfähigen, hautverträglichen und ökologischen Wasch- und Reinigungsprodukte der beiden Marken AlmaWin und Klar EcoSensitive ohne Duft.

Produkte und Unternehmen sind zertifiziert durch Ecogarantie/Certisys sprl., Ecocert Greenlife und durch Vegan Society. Auch Ökotest hat bereits mehrmals Produkte mit „gut“ und „sehr gut“ bewertet. Das Unternehmen wird dieses Jahr auf der Biofach zum 3. Mal mit dem GREEN BRANDS Siegel für Nachhaltigkeit ausgezeichnet.

Die besondere Produktphilosophie von AlmaWin zeichnet sich aus durch: Konzentratherstellung – das spart Verpackung, Transport- und Lagerkapazitäten, reduziert Müll. Höchstmögliche biologische Abbaubarkeit (siehe Zertifizierenden durch Ecogarantie und Ecocert), nachhaltiges Wirtschaften (siehe GREEN BRANDS, FSC-Verpackungen, Klimaneutraler Druck von Werbemitteln), Hautverträglichkeit und Allergiker freundliche Produkte (Alle Produkte sind dermatologisch erfolgreich durch ein deutsches Universitätsinstitut getestet.), Innovationen: 2006 erster Einsatz des neu entwickelten saponinhaltigen Waschnuss-Extrakts in einem Waschmittel, weitere Produkte folgten. 2015 Weltneuheit: Flaschen aus über 95% Plastikmüll.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

AlmaWin Reinigungskonzentrate GmbH

Frau Claudia Schöneweiß

Talstr. 2, 73650 Winterbach, Deutschland

Telefon: 0049 (0) 7181 97704 342, Fax: 0049 (0) 7181 97704 40

email: claudia-schoeneweiss@almawin.de

Bring den Kreislauf in Schwung... mit unseren NEUEN UMWELT HELDEN!

geschrieben von Andreas | 5. Februar 2015

Die Erkenntnis erschreckt, dass gigantische Mengen Kunststoff über viele Tausend Quadratkilometer auf unseren Weltmeeren schwimmen. Zu Mikroplastik verrieben gelangen dadurch Schadstoffe über die Nahrungskette in die gesamte Umwelt bis zum Menschen. Das gibt vielen uns einen starken Impuls, den Umgang mit Kunststoffen neu zu überdenken.

Winterbach, 30.01.2015.

Universell und unverzichtbar auch im Bio-Markt

Plastik gleich welcher Herkunft hat einen festen Platz in der Welt, und es findet sich in nahezu allen Lebensbereichen wieder, auch im Biosupermarkt und Naturkostladen! Ein so universeller Werkstoff lässt sich auch schwer ersetzen, und ein Leben ohne Kunststoff ist auch kaum möglich.

Gerade deshalb haben wir uns als Hersteller von ökologischen Wasch- und Reinigungsprodukten dieser Thematik angenommen. Unser Ziel ist die Umwelt so wenig wie möglich zu belasten.

Kunststoff aus pflanzlichen Rohstoffen wie z.B. Zuckerrohr oder Mais herzustellen ist zwar möglich, aber war für uns keine wirkliche Alternative. Auch diese Kunststoffe landen nur im Müll, das Problem ist nicht gelöst. Im übrigen verbraucht das „Grüne PE“ zu viele Agrarflächen, die nicht mehr für die weltweit wichtige Nahrungsmittelversorgung zu Verfügung stehen. Monokulturen mit hohem Pestizideinsatz, Bodenerosion und Gentechnik sind die Folgen.

Der vielversprechende, ökologische Weg heißt „Wiederverwerten“

Wertvoller gebrauchter Kunststoff wird durch die Sammelsysteme, wie z.B. den „Gelben Sack“ oder die „Gelbe Tonne“ ja bereits

zur Verfügung gestellt. Es liegt auf der Hand, diesen zu nutzen und die vorhandenen Kunsstoffe wiederzuvergelten. Das schont die Ressourcen und verhindert gleichzeitig die derzeit negativen Auswirkungen. Das Prinzip der Wiederverwertungskreisläufe wird schon lange erfolgreich für Glas und Papier praktiziert. Für Kunsstoffe gibt es das auch, nur wird kaum neuer Kunststoff daraus hergestellt.

Pionierleistung

Als erster Waschmittelhersteller haben wir jetzt aus Plastikmüll neue Kunststoff-Flaschen entwickelt und auf den Weg gebracht. Die Flasche aus über 95% Plastikmüll ist eine Weltneuheit und mittlerweile patentiert.

Diese technologische, innovative Meisterleistung ist vor allem auch unseren innovativen Partnern geschuldet: Aus der Zusammenarbeit der Kunststoffsammlersysteme, der Kunststoffaufbereitung zum Granulat und des Flaschenproduzenten ist eine verbraucherfreundliche, stabile Flasche entstanden, die alle Ansprüche an Produkt und Ökologie vereint.

Natürlich kann die Flasche auch erneut wiederverwertet werden und fließt somit zu 100% zurück in den Recycling-Kreislauf. Plastikmüll wird also am Ende wieder zur Flasche! Der geschlossene Kreislauf hinterläßt keine Müllberge und braucht praktisch keine neuen Primärrohstoffe aus Erdöl.

Jeder ökologisch aktive Verbraucher kann über den gelben Sack diesem Wertstoffkreislauf neuen Schwung verleihen und zu Klima- und Umweltschutz sowie Ressourcenschonung selbst beitragen.

Der neue Kunsstoff ein Umwelt-Held

Es ist unglaublich, welche nachhaltigen Vorteile dies für Mensch und Umwelt bringt.

- 30% Reduzierung der CO₂-Emission
- nahezu 100% Verzicht auf Erdöl bei der Flaschenherstellung
- Generelle Reduzierung des Kunststoffmülls

- Reduzierung von Schadstoffen aus Kunststoff in Natur und Lebewesen
- Schonung des Regenwaldes
- kein Vorschub für Gentechnikpflanzen, Pestizide und Kunstdünger
- Energieeinsparung auf vielen Herstellungsstufen. Beim Einsatz von 1 Tonne des neuen recycelten Materials sparen wir z.B. den Energiebedarf von 18.400 Waschladungen ein.

Mitmachen lohnt sich!

Mit den neuen Flaschen aus über 95% Kunststoffmüll haben wir ein Zeichen gesetzt. Der Wiederverwertungskreislauf ist "ökologisch sinnvoll" geschlossen worden. Dieses Projekt macht Sinn für alle. Und Jeder kann mitmachen, und viel erreichen. Nachhaltig ist, wenn gute Ideen von vielen getragen werden!

Über das Unternehmen:

AlmaWin Reinigungskonzentrate GmbH produziert seit den 1990er Jahren die hochwertigen, leistungsfähigen, hautverträglichen und ökologischen Wasch- und Reinigungsprodukte der beiden Marken AlmaWin und Klar EcoSensitive ohne Duft. Produkte und Unternehmen sind zertifiziert durch Ecogarantie/Certisys sprl., Ecocert Greenlife und durch Vegan Society. Auch Ökotest hat bereits mehrmals Produkte mit „gut“ und „sehr gut“ bewertet. Das Unternehmen wird dieses Jahr auf der Biofach zum 3. Mal mit dem GREEN BRANDS Siegel für Nachhaltigkeit ausgezeichnet.

Die besondere Produktphilosophie von AlmaWin zeichnet sich aus durch: Konzentratherstellung – das spart Verpackung, Transport- und Lagerkapazitäten, reduziert Müll. Höchstmögliche biologische Abbaubarkeit (siehe Zertifizierenden durch Ecogarantie und Ecocert), nachhaltiges Wirtschaften (siehe GREEN BRANDS, FSC-Verpackungen, Klimaneutraler Druck von Werbemitteln), Hautverträglichkeit und Allergiker freundliche Produkte (Alle Produkte sind dermatologisch erfolgreich durch ein deutsches Universitätsinstitut getestet.), Innovationen: 2006 erster

Einsatz des neu entwickelten saponinhaltigen Waschnuss-Extrakts in einem Waschmittel, weitere Produkte folgten. 2015 Weltneuheit: Flaschen aus über 95% Plastikmüll.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

AlmaWin Reinigungskonzentrate GmbH

Frau Claudia Schöneweiß

Talstr. 2, 73650 Winterbach, Deutschland

Telefon: 0049 (0) 7181 97704 342, Fax: 0049 (0) 7181 97704 40

email: claudia-schoeneweiss@almawin.de

Dortmunder Auftaktveranstaltung Klamottenkur zur bundesweiten Modeprotest Aktion Klamottenkur

geschrieben von Andreas | 5. Februar 2015

PRESSEMITTEILUNG

Bundesweite Modeprotest Aktion

Klamottenkur – Infoveranstaltung in Dortmund

Wann: Donnerstag, 12. Februar ab 18.00 Uhr

Wo: Kobi e.V. – Kobi-Räume, Adlerstraße 81-83, 44137 Dortmund

Zeitgleich werden in verschiedenen Städten Modeprotest-Aktionen zur Fastenzeit stattfinden:

„Der erste Schritt in Richtung nachhaltigem Konsum ist weniger

Konsum. Das gilt auch für die Klamotten im Kleiderschrank. Schaffst du es, deine Garderobe für sieben Wochen zu reduzieren?“

Es geht darum gemeinsam in der Fastenzeit dem Kleidungs-Überkonsum etwas entgegenzusetzen und auch weiterhin kritisch mit Konsum und Modediktat umzugehen.

Dieses Jahr steht zum Start der Kur der lokale Fokus im Vordergrund, sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen, um während der Kur nicht alleine zu sein. Neben einer kleinen Einführung zum Thema Kleiderkonsum werden wir zu den Terminen Zeit haben uns über den Kleidungs-Überkonsum und Minimalismus und Alternativen auszutauschen.

Wer mag, kann seine Beteiligung durch ein gemeinsames Zeichen ausdrücken: Unter Anleitung und in Gesellschaft kannst du an diesem Abend das Schmuckobjekt selber herstellen und gleich mitnehmen. Bring dazu eine Schere und ein ausrangiertes T-Shirt mit. Mehr brauchst du nicht.

Referentinnen:

Gode Klingemann, godesign greendesign

Andrea von der Heydt, FairBleiben – Laden und Onlineshop für bio- faire Kleidung in Dortmund ist auch dabei und informiert über öko faire Label etc.

OpenGlobe Gruppe Dortmund (organisieren Kleidertauschpartys und den konsumkritischen Stadtrundgang) sind angefragt

weitere Infos:

www.gode-sign.de/workshops/oekologie-green-design

www.klamottenkur.de/tagged/Termine-2015

Deutsches CSR-Forum 2015: Ohne Reputation kein Absatz – Ohne Nachhaltigkeit und CSR kein Geschäft?

geschrieben von Andreas | 5. Februar 2015

Stuttgart, den 28.01.2015 – Konsumenten fragen nach: Woraus besteht das Produkt, das ich erwerbe? Woher stammen seine Zutaten? Wie wurde es hergestellt? Werden Arbeiter gerecht entlohnt? War gar Kinderarbeit im Spiel? Nachhaltigkeit des Wirtschaftens und gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility / CSR) beschäftigen die Menschen – kaum eine Institution, die sich diesem Anspruch entziehen kann. Absatz basiert auf Reputation. Der Kunde, auch der Geschäftspartner, will im Geschäftsalltag vertrauen können.

Und doch: Kritiker beklagen eine Scheinwelt, sprechen von „Greenwashing“. Und der Konsument lässt beim Kauf doch gerne den Preis entscheiden. Wie essentiell ist nachhaltige Unternehmensführung und CSR daher wirklich für den geschäftlichen Erfolg? Worauf müssen Unternehmensführer achten? Wohin geht die Entwicklung?

Diese und weitere Fragen diskutieren auf dem Deutschen CSR-Forum 2015 u.a.:

- Christian Beers, Geschäftsführer von DuPont de Nemours Deutschland
- Martina Koederitz, Vorsitzende der Geschäftsführung IBM Deutschland
- Dr. Axel Stepken, Vorstandsvorsitzender des TÜV SÜD

- Regine Sixt, Vorstandsvorsitzende der Regine Sixt Kinderhilfe
- Marc Sommer, Vorsitzender der Geschäftsführung von Hess Natur-Textilien
- Wolfgang Schmalz, geschäftsführender Gesellschafter von J. Schmalz
- Gottfried Härle, Geschäftsführer der Brauerei Clemens Härle
- Peter Driessen, Hauptgeschäftsführer der IHK für München und Oberbayern
- Robert Haßler, Vorstandsvorsitzender von oekom research
- Prof. Dr. Hubert Weiger, Vorstandsvorsitzender des BUND
- Aletta Gräfin von Hardenberg, Geschäftsführerin der Charta der Vielfalt

Es moderiert Markus Gürne, Ressortleiter der ARD-Börsenredaktion

Pressekontakt:

Wolfgang Scheunemann, Tel.: 0711 633 9698-0, E-Mail: wir@csrforum.eu

[Diese Pressinformation als PDF](#)

Viele weitere Informationen siehe: www.csrforum.eu

- 1) Alle zugesagten Forumsredner siehe: www.csrforum.eu/kongress/2015/forum/
- 2) Alle Sektionen und Podien: www.csrforum.eu/kongress/2015/sektionen/
- 3) Ludwigsburger Erklärung: Erklärung und Unterzeichner: www.csrforum.eu/site_media/uploads/PRI-und-LuBu-Erklaerung.pdf
- 4) Abriss der Geschichte des Deutschen CSR-Forums: www.dokeo.de/d/10-jahre-dcsrf.pdf
- 5) Mitglieder des Kuratoriums siehe: www.csrforum.eu/kongress/2015/kuratorium/
- 6) Mitglieder der Jury siehe: www.csrforum.eu/deutschercsrpreis/2015/jury/
- 7) Wochen der Nachhaltigkeit siehe: www.nachhaltigkeitswoche.de/

Sinn statt Rendite – Hoher Kundenzuwachs stärkt GLS Bank

geschrieben von Andreas | 5. Februar 2015

+++ Presseinformation +++

Bochum, 28.01.2014 – Die GLS Bank ist auch in 2014 weiter gewachsen. Die Bilanzsumme der sozial-ökologisch ausgerichteten

Bank mit Hauptsitz in Bochum ist um 12,4 Prozent auf 3,64 Milliarden Euro gestiegen, teilte Finanzvorstand Andreas Neukirch bei der Jahrespressekonferenz am 28. Januar in Frankfurt mit. Am wichtigsten ist für ihn aber, dass jetzt rund 190.000 Kundinnen und Kunden ihr Geld von der GLS Bank verwalten lassen. Kunden wie Mitgliederzahlen sind um ca. 15 Prozent gestiegen.

Teil des gesellschaftlichen Wandels

„Die zunehmende Zahl der Menschen, für die Nachhaltigkeit wichtig ist, wollen auch ihr Geld unter sozialen und ökologischen Kriterien verwaltet wissen“, erläutert Vorstandssprecher Thomas Jorberg den Hintergrund der GLS Bank Entwicklung. Bei sinkenden Zinsen verstärkt sich dieser Trend. „Wenn schon keine Zinsen mehr, dann wenigstens eine sinnstiftende Geldanlage“ sei das Motto vieler Menschen heute, so Jorberg. Mit der Finanzierung und Unterstützung sozial-ökologischer Projekte ist die GLS Bank nicht nur seit 40 Jahren Vorreiter und Wegbereiter gesellschaftlichen Wandels, sondern liefert den Geldeinlagen ihrer Kunden auch eine hohe Sinn-Rendite.

Das Ende der Banken wie wir sie kannten

Aus Jorbergs Sicht wird es das klassische Bankgeschäft, wie

wir es heute kennen, in naher Zukunft so nicht mehr geben: „Die Frage der Zukunft wird nicht mehr vorrangig die nach der höchsten Rendite sein, sondern: Wo wird mein Geld überhaupt noch gebraucht? Wo stiftet es Sinn? Wie finanzieren wir die Energiewende, die Agrarwende, die Mobilitätswende? Wie wird unsere Gesellschaft insgesamt sozialer und ökologischer?“ Die Wirtschaftskonjunktur wird in Zukunft durch „besser“ nicht durch „mehr“ geprägt. Um zu diesem gesellschaftlichen Wandel beizutragen, hat die GLS Bank in 2014 mehr als 6.000 Kredite über insgesamt 1,9 Mrd. Euro vergeben. – Geld, das somit bei Menschen ankommt, die es sinnvoll einsetzen. „Den Niedrigzins macht ja nicht die EZB allein“, erklärt Jorberg. „Wir haben schon jetzt deutlich zu viel Geld auf dem Markt, was in die Anlage drängt. Mit „Vermögende suchen händeringend Gläubiger“ könne man die Situation beschreiben. „Bei der GLS Bank finden Sie sinnvolle Anlagen in die sozial-ökologische Realwirtschaft.“

Engagement fördern und stärken

„Der Mensch steht immer im Mittelpunkt unseres Handelns und Denkens“, ergänzt Vorstandskollege Andreas Neukirch. Aus diesen Gründen setzt sich die GLS Bank vermehrt für bürgerschaftliches Engagement ein und ist Gründungsmitglied des Bündnisses Bürgerenergie. „Uns ist es wichtig, auch über die Bankarbeit hinaus Teil des gesellschaftlichen Umbruchs zu sein“, betont Andreas Neukirch. „Seit fast 40 Jahren verbinden wir unser Bankgeschäft mit verantwortungsvollem Handeln“, so Thomas Jorberg. „Als einzige Bank bieten wir das komplette Angebot vom Zahlungsverkehr über Geldanlagen, Beteiligungen und Finanzierungen bis hin zu Schenkungen und Stiftungen durch unsere GLS Treuhand. Die GLS Treuhand hat 2014 460 Vorhaben mit einem Gesamtvolumen von 109 Mio. Euro finanziert.“

Zuversichtliche Zukunftserwartung

Aus der Finanzmarktkrise ist die nachhaltig ausgerichtete GLS Bank gestärkt hervorgegangen und sieht sich auch in Zukunft als Dienstleister mit ihrem ganzheitlichen, wertebasierten

Geschäftsmodell zur Unterstützung nachhaltiger Initiativen und Unternehmen. „Natürlich betreffen die derzeitigen Herausforderungen wie Regulatorik, Niedrigzins oder Digitalisierung im Bankensektor auch uns“, so Jorberg, der zu den Langzeitfolgen der Finanzmarktkrise ein aktuelles Positionspapier (siehe www.gls.de/positionspapier) verfasst hat. Dennoch zeigt er sich in Zukunftsfragen zuversichtlich: „Wir werden mit unseren Mitgliedern und Kunden auf Basis des gewachsenen Vertrauens und mit Blick auf die weiter zunehmenden sozialen und ökologischen Vorhaben unser Geschäftsmodell weiterentwickeln.“

Über die GLS Bank

Die 1974 in Bochum gegründete GLS Bank setzt als sozial-ökologische Bank konsequent auf Transparenz und Nachhaltigkeit. Sie ist die einzige Bank, die wertorientierte Geldanlagen, alle Leistungen einer Hausbank, Finanzierungen, Beteiligungskapital, Stiftungen und Schenkungen aus einer Hand anbietet. Dazu arbeitet sie u.a. eng mit ihrer Tochtergesellschaft, der GLS Treuhand zusammen. Mit zielgerichtet sozial-ökologischen Investitionen bietet die GLS Bank ihren Mitgliedern und Kunden einen dreifachen Gewinn: menschlich, zukunftsweisend, ökonomisch.

Pressekontakt

GLS Bank

Christof Lützel

Pressesprecher, Prokurist, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der GLS Bank

Tel: +49 (0) 234 57 97 5340

christof.luetzel@glz.de

www.gls.de/presse/

11. Deutsches CSR-Forum am 20./21. April in Ludwigsburg bei Stuttgart

geschrieben von Andreas | 5. Februar 2015



Eine noch nie da gewesene Vielfalt an Themen und Variationsmöglichkeiten rund um CSR (Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen – Corporate Social Responsibility) und Nachhaltige Unternehmensführung bietet das 11. Deutsche CSR-Forum. Es findet am 20. und 21. April 2015 in Ludwigsburg bei Stuttgart statt. Die Vielfalt spiegelt die steigende Bedeutung der Thematik wider, für Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen und Politiker.

Auf der Hauptveranstaltungsschiene, dem „Forum“, wird das Motto des Jahres diskutiert: Ist es schon so, dass es „ohne CSR keinen Geschäftserfolg“ mehr gibt? Oder wie entscheidend für den Geschäftserfolg sind CSR und Nachhaltige Unternehmensführung heute? Diskutiert werden ebenfalls die Themen „Warum Bürger dagegen sind“ und „CSR in der weltweiten Textil-Lieferkette“.

Etwa 20 weitere Themen rund um CSR werden in verschiedenen Formaten in Kleingruppen vertieft. Außerdem bietet die Expo, auf der Unternehmen und Institutionen ihr Nachhaltigkeitsengagement präsentieren, vielfältige Netzwerkmöglichkeiten. Festlicher Höhepunkt ist die Verleihung des Deutschen CSR-Preises am Abend des 20. April.

Erstmalig integriert in das Deutsche CSR-Forum sind außerdem die beiden Teilkongresse „CSR and Human Resources Summit“ und

„First Academic CSR Summit“.

Weitere Informationen finden Sie unter www.csrforum.eu

Leef sponsort nachhaltige Kochshow der Foodfighter

geschrieben von Andreas | 5. Februar 2015

Presseinformation

21.01.2015

Berlin, 21.01.2015 // „Nachhaltigkeit fängt beim Kochen an und hört nicht beim Essen auf“ – Unter diesem Motto startet der gemeinnützige Verein „FoodFighters e.V.“ am 03.02.2015 in Emmelshausen eine europaweit einzigartige Kochshow mit Schülern. Gesponsort wird die „School for Life“-Aktion von der Leef Blattwerk GmbH, die ihre biologisch abbaubaren Palmblattteller zur Verfügung stellt.

„Die grundsätzliche Idee hinter unserer Aktion ist die Vermittlung eines verantwortungsvollen Umgangs mit Lebensmitteln, deren Wertschätzung zu erhöhen und die Verschwendung von Lebensmitteln zu vermeiden. Denn es werden immer noch mehr als die Hälfte aller produzierten Lebensmittel weltweit vernichtet“, erklärt FoodFighter Michael Schieferstein, der das „ABC der Lebensmittel- Wertschätzung“ als Unterrichtsfach dauerhaft an einer Mainzer Schule umsetzt. Der Verein „Food Fighters e.V.“ wird im Vorfeld dieser Kochshow die Ausschuss- und Überschussware von Großhändlern und anderen unterstützenden Märkten einsammeln. Gemeinsam mit den Schülern der GS und IGS Emmelshausen wird dann spontan entschieden, welche Gerichte daraus gekocht werden.

Am Dienstag soll ein Teil der großen Sporthalle der Schule in eine Küche umgewandelt werden, in der dann die Speisen fertiggestellt werden. Pünktlich zum Mittagessen treffen die 850 Schüler und Lehrer sowie weitere geladene Gäste aus Presse und Politik ein, um die Gerichte auf 100% nachhaltigen Palmblatttellern zu genießen. „Bei Leef geht es um das Leihprinzip von der Natur: Aus einem natürlich gewachsenen Pflanzenblatt wird ein ästhetisches und praktisches Produkt entwickelt, das nach Benutzung umgehend in den Ökokreislauf zurückgeführt wird. Rohstoffe werden somit nicht verschwendet“, erklärt Leef-Mitgründer Claudio Vietta. Einladung und Veranstaltungsablauf „School for Life“ und die Pressemitteilung der Foodfighters e.V. können Sie [hier als PDF downloaden](#). Bitte wenden Sie sich bei Interview-Wünschen an Alexandra Barone, Presse & Kommunikation, alexandra@leef.is, 0162 / 60 68 669

Über uns

Leef ist ein Berliner Start-Up, das aus den Blättern der Areka Palme nachhaltige Einweg-Teller herstellt. Die Idee dazu entstand 2011, als Claudio Fritz-Vietta die lokale Benutzung von Arena Tellern in Indien entdeckte. Im Januar 2014 gründete Claudio gemeinsam mit Marcel Frank die Leef Blattwerk GmbH und die eigentliche Herstellung der Palmblattteller begann. Leef produziert seine Teller mit kleinen und mittelständischen, unabhängigen Produzenten in Südindien, mit denen in enger Zusammenarbeit westliche Standards in Produktion, Sicherheit und Nachhaltigkeit eingeführt wurden. Leef stellt zur Zeit 250.000 Teller im Monat her. Abnehmer sind Gastronomiebetriebe, Event- Veranstalter und Inhaber von Ladengeschäften sowie Handelsketten.

Bei Leef steht das Gemeinschaftsdenken im Vordergrund. Mit seinem sozialen & nachhaltigen Produktionskonzept und durch den intensiven und persönlichen Einblick in die Idee und die Produktion, will Leef den Menschen nahe bringen, dass sie mit ihrem Support etwas Gutes schaffen, unter anderem die

Wegwerfkultur zum Umdenken anzuregen und gleichzeitig strukturschwache Regionen in Indien unterstützen.

Energy Drinks : EU-Lebensmittelsicherheitsbehörde bestätigt Gesundheitsrisiko für Jugendliche – foodwatch fordert Verkaufsstopp von Red Bull & Co. an Minderjährige

geschrieben von Andreas | 5. Februar 2015

Berlin, 19.01.2015

Eine aktuelle Studie der Europäischen Lebensmittelsicherheitsbehörde EFSA bestätigt: Vor allem Jugendliche nehmen durch Energy Drinks gefährlich viel Koffein zu sich. Die Verbraucherorganisation foodwatch forderte Bundesernährungsminister Christian Schmidt auf, die Warnungen aus der Wissenschaft endlich ernst zu nehmen und den Verkauf der umstrittenen Wachmacher an Kinder und Jugendliche zu untersagen. Experten der Weltgesundheitsorganisation WHO empfehlen schon länger, den Verkauf an Kinder und Jugendliche einzuschränken.

„Die EU-Lebensmittelbehörde sowie die zuständige deutsche Behörde warnen vor Risiken der Energy Drinks, Experten der Weltgesundheitsorganisation empfehlen einen Verkaufsstopp an Minderjährige – aber Bundesernährungsminister Schmidt ignoriert beharrlich alle Warnungen“, kritisierte Oliver Huizinga von der Verbraucherorganisation foodwatch.

Die aktuelle Studie der EFSA zeigt, dass Jugendliche, die besonders oft zu Energy Drinks greifen, zu viel Koffein zu sich nehmen. Im Rahmen einer aktuellen Risikobewertung hatte die Behörde vergangene Woche erstmals einen Höchstwert für Koffein ermittelt: Bei einer Dosis von drei Milligramm pro Kilogramm Körpergewicht hätten Erwachsene keine Nebenwirkungen durch Koffein zu erwarten, so die Studie. Auch für Kinder und Jugendliche könnten drei Milligramm Koffein pro Kilogramm Körpergewicht als Orientierungswert dienen. Ein 12-jähriger Junge mit 50 kg Körpergewicht überschreitet nach dieser Rechnung schon mit einer 0,5 L Dose eines Energy Drinks diese Grenze. Millionen Jugendliche in Europa konsumieren allerdings regelmäßig deutlich mehr der Getränke: In fünf von 13 EU-Mitgliedstaaten, die die EFSA-Forscher untersucht hatten, nehmen Jugendliche mehr Koffein auf als empfohlen. In Deutschland gelten bis zu 6,6 Prozent der Jugendlichen als „Hochverzehrer“ und überschreiten die EFSA-Höchstmengen für Koffein. Als wesentliche Quelle für die Koffeinaufnahme unter Jugendlichen nennt die EFSA Energy Drinks.

Durch den süßen Geschmack und das gezielte Marketing sind die Produkte – anders als etwa der ebenfalls stark koffeinhaltige Kaffee – gerade bei Kindern und Jugendlichen beliebt: Einer früheren EFSA-Studie zufolge greifen 68 Prozent der Teenager zu den Getränken. Davon sind laut EFSA 12 Prozent „high cronic consumers“ (Konsum mindestens viermal wöchentlich) sowie 12 Prozent „high acute consumers“ (mehr als ein Liter pro Konsum). Hochverzehrer sind besonders gefährdet, Nebenwirkungen wie Herz-Rhythmus-Störungen, Krampfanfälle oder Nierenversagen zu erleiden.

Das deutsche Lebensmittelrecht gebietet es, „den Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher durch Vorbeugung gegen eine oder Abwehr einer Gefahr für die menschliche Gesundheit sicherzustellen“ (LFGB, § 1 (1)). Vorsorgliche Maßnahmen gebietet auch das übergeordnete europäische Lebensmittelrecht.

Ende 2014 hatte Litauen als weltweit erstes Land ein

Abgabeverbot von Energy Drinks an Kinder und Jugendliche in Kraft gesetzt.

Pressekontakt

foodwatch e.V.
presse und öffentlichkeitsarbeit
brunnenstraße 181
d-10119 berlin

e-mail: presse@foodwatch.de
fon: +49 (0) 30 / 24 04 76 – 2 90

1000 Euro „Baumspende“ an bodo e.V. vom ÖkoNetzwerk Dortmund e.V.

geschrieben von Andreas | 5. Februar 2015



Im vergangenen Advent gab es den zweiten Bio-Weihnachtsbaumverkauf des ÖkoNetzwerk Dortmund e.V. Der Überschuss der Aktion aus den 130 verkauften Bäumen wurde am Montag, 19.01.2015 an bodo e.V. persönlich überreicht. Das gespendete Geld wird für den Vereinsschwerpunkt „Straßenmagazin“ eingesetzt.

ÖkoNetzwerk Dortmund e.V.

Das ÖkoNetzwerk Dortmund e.V. dient sowohl dem Austausch zwischen den Betrieben als auch der Förderung des ökologischen Gedankens in Dortmund und Umgebung. Das Netzwerk deckt dabei ein großes Spektrum ab: Von ökologischen Lebensmitteln über wohngesunde Möbel, ökologischer Architektur und nachhaltigem Design bis zur fair gehandelten Kleidung und regenerativer Energie. Das ÖkoNetzwerk ist auch Ansprechpartner für Medien und Politik im Bereich nachhaltigen Wirtschaftens.

bodo e.V.

bodo ist ein gemeinnütziger Verein in freier Trägerschaft, dessen Ziel die Unterstützung und soziale Reintegration von Menschen in schwierigen Lebenslagen ist. Im Mittelpunkt des Engagements steht das vom Verein herausgegebene Straßenmagazin als Beschäftigungsprojekt für Menschen, die von Wohnungslosigkeit betroffen oder bedroht sind. Der Verein schafft in weiteren Beschäftigungsprojekten Stellen in einem gemeinnützigen Umzugsunternehmen, beim Online- und Ladenverkauf von Büchern und beim Sortieren, Bewerten und Verkaufen von Sachspenden und Gebrauchtwaren.

Auf dem Foto stehen v.l.n.r.: bodo-Vertriebsleiter Oliver Philipp, Stephan Becker Natürlich Architektur, Andrea von der Heydt FairBleiben, Ralf Barthel Weinblatt, Tanja Hauptstock holzhaus4u, bodo-Verkäufer Adolf, bodo-Redaktion Antje Mosebach und Susanne Schröder

Pressekontakt:

Andrea von der Heydt
ÖkoNetzwerk – Mitglied

FairBleiben
Heiliger Weg 48
44135 Dortmund
0231-53461552
www.FairBleiben.com