

Notfallpädagogik auf den Philippinen Abschlusseinsatz nach Taifun Haiyan und Unterstützung des Friedensprozesses

geschrieben von Andreas | 2. Dezember 2016

Die Philippinen sind immer wieder von Naturkatastrophen betroffen. Taifun „Haiyan“ jedoch, der den Inselstaat im November 2013 traf, richtete schlimmere Schäden als je zuvor an, tausende Menschen kamen ums Leben. In bisher 5 Einsätzen unterstützten die internationalen Einsatzteams der Freunde der Erziehungskunst die Menschen in der Verarbeitung ihrer traumatischen Erlebnisse. Zudem wurden Mitarbeiter vor Ort in den Methoden der Notfallpädagogik geschult und in regelmäßigen Monitoring-Besuchen weitergebildet.

Der nun stattfindende, sechste Einsatz und Projektbesuch in der Region Leyte bildet gleichzeitig den Abschlusseinsatz und die Übergabe des Projekts in die Hände der 9 lokalen Fachkräfte. Marlon Moscare, der seit dem ersten Einsatz unser Ansprechpartner vor Ort ist, hat gemeinsam mit seiner Frau für den Aufbau des ersten Child Friendly Space gesorgt und das Projekt maßgeblich mitgestaltet. Mittlerweile konnten 3 Child Friendly Spaces in Tacloban aufgebaut werden, wo täglich pädagogische Maßnahmen für ca. 200 Kinder stattfinden. Auch ein Musik-Austausch-Programm mit der Acacia-School Manila konnte im Februar 2016 stattfinden.

Neben dem abschließenden Projektbesuch werden die Notfallpädagogen erstmals auch in die Region Cotabato/Mindanao reisen, um dort Seminare zu geben. Die Einladung hierfür wurde bereits 2014 ausgesprochen. Die Menschen in Cotabato leiden

neben Naturkatastrophen – die Provinz wird immer wieder von Erdbeben erschüttert – vor allem unter den schwierigen sozialen Bedingungen und ethnischen Auseinandersetzungen. Seit Jahrzehnten kommt es zu Konflikten zwischen Regierungsanhängern und der Unabhängigkeitsbewegung. Der Bürgerkrieg kostete bisher über 100.000 Menschen das Leben und hat mehr als zwei Millionen Menschen zu Flüchtlingen im eigenen Land gemacht. Viele fühlen sich ihrer Chancen beraubt und besonders Kinder sind durch die Situation belastet. Ihnen mit notfallpädagogischen Angeboten zu helfen und die lokalen Mitarbeiter über Traumapädagogik und hilfreiche Methoden zu informieren, ist ein Anliegen unserer Ehrenamtlichen. Zudem soll der Einsatz den Friedensprozess in der Region unterstützen. Unsere lokale Partnerin von der Kids for Peace Foundation, die das Seminar vor Ort organisiert, berichtet, dass sich bereits Mitarbeiter die den Präsidenten im Friedensprozess beraten sowie Mitarbeiter von Catholic Relief, Save The Children, BRAC (Bangladesh Rural Advancement Committee), Non-Violent Peace Force, The Asia Foundation, ChildFund, zweier Schulen und lokaler NGOs angemeldet haben. Auch die Teilnahme von Repräsentanten der Nationalen und der Islamischen Befreiungsfront der Moros (Moro National Liberation Front und Moro Islamic Liberation Front), die für einen eigenständigen muslimischen Staat namens Bangsamoro kämpfen, wird erwartet.

So besteht in diesem Treffen aller gegenüberstehenden Parteien und des gemeinsamen Einsatzes für die Kinder, unabhängig davon welcher Religion oder Gruppierung sie angehören, die Chance auch den Friedensprozess zu gestalten und weiter voran zu bringen.

Spendenkonto:

GLS Bank Bochum BLZ 430 609 67 Konto 800 800 700

IBAN DE06 4306 0967 0800 8007 00 BIC GENODEM1GLS

Stichwort „Notfallpädagogik“

Kontakt Presse:

Reta Lüscher-Rieger

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Notfallpädagogik

Tel.: 0721-354806 140

Fax: 0721-354806 180

E-Mail: r.luescher-rieger@freunde-waldorf.de

Webseite: www.freunde-waldorf.de

Die Freunde der Erziehungskunst Rudolf Steiners e.V. fördern weltweit Initiativen eines freien Bildungswesens. Seit 1971 setzen sie sich für die Waldorfpädagogik und für Freiheit im Bildungswesen ein. Seit 1993 organisiert und betreut das Büro in Karlsruhe internationale Freiwilligendienste in aller Welt und ermöglichte bislang über 20.000 Menschen einen sozialen Dienst in über 350 Projekten in mehr als 60 Ländern. Zurzeit nehmen jährlich fast 2.000 junge Menschen an den Programmen teil. Seit Sommer 2011 können Interessierte über den Verein auch einen 12-monatigen Freiwilligendienst in anthroposophischen Einrichtungen in Deutschland leisten. Seit 2006 sind die Freunde der Erziehungskunst im Bereich „Notfallpädagogik“ tätig. In Folge von kriegerischen Auseinandersetzungen und Naturkatastrophen arbeiteten sie bislang mit psychotraumatisierten Kindern und Jugendlichen im Libanon (2006), China (2008 und 2013), Indonesien (2009), Haiti (2010), Kirgisistan (2010), Japan (2011) und Kenia (2012 – 2013), Bosnien und Herzegowina (2014), Griechenland (2015), Slowenien (2015), Nepal (2015-2016), Ecuador (2016), Gaza (2009 – 2016), Philippinen (2013-2016), Kurdistan-Irak (2013-2016).

Sauberer

Start

fürs

Bürgerbegehren! Zehn Prozent der Stimmen in zehn Tagen

geschrieben von Andreas | 2. Dezember 2016
Pressemitteilung

München, 2. Dezember 2016

Nur zehn Tage nach dem Start des Bürgerbegehrens „Sauba sog i. Reinheitsgebot für Münchner Luft“ können wir einen Erfolg verkünden: Zehn Prozent der von uns gewünschten Unterschriften haben wir bereits erreicht! Genau bedeutet das: In nur zehn Tagen haben wir 4.000 Unterschriften gesammelt. Das zeigt deutlich, wie wichtig den MünchnerInnen die Themen Luftreinhaltung und Verkehrswende sind.

„Die Begeisterung der BürgerInnen ist enorm. Viele bedanken sich, dass wir uns der Luftreinhaltung annehmen!“, sagt Sylvia Hladky, Bündnissprecherin und Vorstandmitglied des Netzwerk Klimaherbst e.V. Beppo Brem, Bündnissprecher und Vorsitzender BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Kreisverband München-Stadt, ergänzt: „Den MünchnerInnen ist der Zusammenhang zwischen den Überschreitungen der gesetzlichen Grenzwerte für Luftschadstoffe und dem motorisierten Individualverkehr sehr bewusst. Deshalb unterschreiben sie für die von uns geforderte Verkehrswende.“ Mit dem Bürgerbegehren „Sauba sog i. Reinheitsgebot für Münchner Luft“ wollen wir erreichen, dass 80 Prozent des Individualverkehrs auf dem Stadtgebiet bis zum Jahr 2025 über abgasfreie Kraftfahrzeuge, den öffentlichen Personennahverkehr sowie Fuß- und Radverkehr abgewickelt werden.

Der kurze Zeitraum, in dem wir 4.000 Unterschriften gesammelt haben, und die starke Aktivität in den sozialen Netzwerken zeigen, dass das Bürgerbegehren den Nerv der Zeit trifft. Andreas Schuster, Bündnissprecher und Leiter des Bereichs nachhaltige Mobilität bei Green City e.V., weiß aus den

Gesprächen am Stand: „Die Menschen kennen das Problem und verstehen nicht, warum die Entscheidungsträger nicht schnellstmöglich Maßnahmen ergreifen.“ Die Maßnahmen hat auch das Verwaltungsgericht München mit seinem Urteil am 29. Juni 2016 gefordert. Die drei Bündnissprecher sind sich einig: „Die Bundesregierung, der Freistaat Bayern und die Autoindustrie schieben den Schwarzen Peter jeweils den anderen zu. Die MünchnerInnen zeigen sich erleichtert, dass sie mit unserem Bürgerbegehren die Landeshauptstadt endlich direkt adressieren und in die Verantwortung nehmen können.“

Noch bis zum 23. Dezember ist das Bündnis täglich mit einem Infostand auf dem Tollwood Winterfestival aktiv. BürgerInnen können sich auch online (www.luft-reinheitsgebot.de) informieren, wo sie außerdem unterschreiben können. Auf der Webseite stehen die Unterschriftenlisten zum Download bereit – für all diejenigen, die selbst aktiv werden möchten.

Dank dem Engagement der Partner und der Unterstützung der Münchner BürgerInnen ist das Bündnis zuversichtlich, die Unterschriften für ein erfolgreiches Bürgerbegehren schneller als anfangs erhofft zu erreichen. Gesetzlich notwendig sind in München drei Prozent der Stimmen aller Wahlberechtigten – das sind etwa 32 000 Unterschriften. Ziel des Bündnisses ist es, für das Bürgerbegehren „Saubere Luft“ 40 000 Stimmen zu sammeln.

Dem Bündnis für saubere Luft haben sich mittlerweile 25 Organisationen angeschlossen:

Green City e.V., Netzwerk Klimaherbst e.V., Bündnis 90/Die Grünen KV München, Deutscher Kinderschutzbund München e.V., Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club Kreisverband München (ADFC München) e.V., VCD – Verkehrsclub Deutschland, Kreisgruppe München e.V., Münchner Forum e.V., Umweltgewerkschaft München, rehab republic e.V., Lastenradler, Ludwig-Bölkow-Stiftung, Arbeitskreis Attraktiver Nahverkehr, Fuss e.V., Netzwerk

Slowmotion, BUND Naturschutz in Bayern e.V. Kreisgruppe München, Ökologisch-Demokratische Partei (ÖDP) Stadtverband München, Deutsche Lungenstiftung e. V., Grüne Jugend München (GJM), Forum Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft e.V. (FÖS) Regionalgruppe München, Fahrgastverband PRO BAHN e.V. Stadt- und Kreisgruppe München, Gesundheitsladen München e.V., projekt21plus, Kartoffelkombinat – Der Verein e.V., NaturFreunde Deutschlands Bezirk München e.V., Wohnen ohne Auto

Ihre AnsprechpartnerInnen:

Andreas Schuster, Bereichsleiter nachhaltige Mobilität Green City e.V.

E-Mail: andreas.schuster@greencity.de, Tel.: 0173 / 86 14 505

Sylvia Hladky, Vorstandsmitglied Netzwerk Klimaherbst e.V.

E-Mail: sylvia.hladky@mnet-online.de, Tel: 0160 / 90 71 23 28

Beppo Brem, Vorsitzender BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Kreisverband München-Stadt

E-Mail: h.brem@gmx.de, Tel: 0160 / 38 72 607

Pressematerialien können Sie hier herunterladen:

[Presse](#)

Kontakt

Green City e.V.

Christian Grundmann

Kommunikation

Lindwurmstraße 88

2. Aufgang, 5. Stock

80337 München

Tel (089) 890 668 – 323

„Die Maus“ wirbt künftig für gesunde Lebensmittel – foodwatch fordert Rechteinhaber anderer Comic-Helden wie „Biene Maja“, „Spongebob“ und Co auf, dem Beispiel zu folgen

geschrieben von Andreas | 2. Dezember 2016
Pressemitteilung – Kinderlebensmittel:

Berlin, 30. November 2016. „Die Maus“ kehrt ungesundem Essen den Rücken. Die Verbraucherorganisation foodwatch forderte nun andere Medienunternehmen auf, dem Beispiel der WDR mediagroup zu folgen. Wie der Rechteinhaber aus Köln heute bekannt gab, soll die Hauptfigur der beliebten Kinderserie „Die Sendung mit der Maus“ ab 2017 fast ausschließlich für Lebensmittel stehen, die von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) als gesund eingestuft werden. „Es ist gut, dass ein Kinderidol wie ‚die Maus‘ künftig für solche Produkte wirbt, die Eltern guten Gewissens kaufen können: Obst, Gemüse und Nüsse“, sagte Oliver Huizinga von foodwatch. „Endlich nimmt ein Medienunternehmen die Empfehlungen der WHO ernst. Andere Rechteinhaber müssen nun nachziehen! Comic-Helden wie ‚Spongebob‘, ‚Wickie‘ und

„die Biene Maja“ werben bislang hauptsächlich für Zuckerbomben.“

Nach wie vor wird die Bekanntheit vieler Kinderidole dazu benutzt, für zu süße, zu salzige und zu fettige Lebensmittel zu werben. foodwatch hat die entsprechenden Unternehmen schon mehrfach aufgefordert, diese Praxis zu beenden. Der Rechteinhaber Studio 100 (u.a. „Wickie“) gab zwar an, dass „die Biene Maja“ künftig auch für Obst und Gemüse werbe, gestattet den Gebrauch seiner Comicfiguren aber uneingeschränkt weiter für zuckrige Snacks und Getränke. Disney überarbeitet nach eigenen Angaben derzeit seine Lizenzkooperationen. Ähnlich äußerte sich der Konzern (u.a. „Micky Maus“) allerdings auch schon im Vorjahr. Nickelodeon („Spongebob“) vergibt Lizenzen unter anderem an Süßigkeiten- und Limonadenhersteller. Der Comic-Schwamm wirbt zur Weihnachtszeit außerdem für einen Adventskalender.

Auch „die Maus“ des WDR wirbt in Einzelfällen weiter für Süßigkeiten – Produkte, die für besondere Anlässe wie Weihnachten produziert werden, sollen von der neuen Regelung ausgenommen werden. Dennoch begrüßt foodwatch grundsätzlich das Vorgehen der WDR mediagroup. Bei mehreren Produkten (z.B. Brot) ließ der Rechteinhaber die Rezepturen ändern, andere Verträge wurden gekündigt oder sollen nicht verlängert werden (z.B. Kaubonbons). „Nicht nur die Lebensmittelhersteller haben eine Verantwortung für Übergewicht bei Kindern, sondern auch die Medienunternehmen, die ihre beliebten Comicfiguren für das Marketing ungesunder Produkte zur Verfügung stellen“, so Oliver Huizinga.

Studien haben gezeigt, dass die Werbung mit beliebten Comicfiguren vor allem bei kleinen Kindern verfängt: Sie greifen besonders gerne zu den so beworbenen Produkten. Die gezielte Werbung für ungesunde Kinderprodukte erschwere Eltern die ausgewogene Ernährung ihrer Kinder, so die Kritik von foodwatch. Zum einen setzt das aggressive Marketing gezielt auf den „Quengelfaktor“ der Kleinen im Supermarkt, zum anderen

geben Kinder ihr Taschengeld gerne und besonders häufig für Snacks und Süßigkeiten aus.

15 Prozent der Kinder und Jugendlichen von drei bis 17 Jahren gelten laut einer Erhebung des Robert Koch-Instituts als übergewichtig oder adipös, 6,3 Prozent aller untersuchten Kinder als fettleibig. Im Vergleich zu den 1980er- und 90er-Jahren hat der Anteil übergewichtiger Kinder damit um 50 Prozent zugenommen, der Anteil adipöser Kinder hat sich sogar verdoppelt.

Link:

E-Mail-Aktion von foodwatch gegen Junkfood-Werbung mit Comicfiguren: www.aktion-bienemaja.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

- Pressemitteilung der WDR mediagroup: www.wdr-mediagroup.com/unternehmen/presse/aktuelles/
- Schriftwechsel mit Studio 100: www.tinyurl.com/h2htzz2
- Schriftwechsel mit Disney: www.tinyurl.com/hcypqrr
- Schriftwechsel mit Nickelodeon: www.tinyurl.com/jqq5jfp
- Infos zu den WHO-Nährwertprofilen: www.tinyurl.com/hcore63
- Studie zu Werbung mit Comicfiguren: Influence of Licensed Characters on children's Taste and Snack Preferences (engl.): www.tinyurl.com/gqsm yaw
- Robert-Koch-Institut, KiGGS-Basiserhebung zu Übergewicht von Kindern: www.tinyurl.com/j3abz82

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Sylvie Ahrens

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Rollt bei uns: Menschen mit Behinderung übernehmen die taz

geschrieben von Andreas | 2. Dezember 2016
Pressemeldung

Berlin, 28. November 2016

Anlässlich des Internationalen Tages der Menschen mit Behinderung wird die Freitagsausgabe der taz am 2. Dezember 2016 das Ergebnis einer Freundlichen Übernahme sein: taz.mit behinderung. In der taz am Kiosk, in Ihren Briefkästen und auf taz.de erzählen Autor_innen von sich. Davon, dass sie nicht „an den Rollstuhl gefesselt sind“ oder „an ihrem schweren Schicksal leiden“. Davon, wie es ihnen im Alltag und im Beruf ergeht.

Was macht das etwa mit einer Partnerschaft, wenn eine Person plötzlich mit einer Behinderung leben muss? Gibt es behinderte Menschen in Märchen? Und wollen Blinde wirklich ungefragt angefasst und über die Straße begleitet werden? Fragen, die in der taz.mit behinderung beantwortet werden. Katrin Gottschalk, stellvertretende Chefredakteurin der taz, freut sich auf die Produktion: „Diese taz.mit behinderung ist inmitten der Debatten um das Bundesteilhabegesetz ein wichtiges Signal. Und noch dazu ein ganz umwerfendes. Manches Bild hat mich die Zeit vergessen lassen und mancher Text den Horizont regelrecht gesprengt.“

Koordiniert wird die Übernahme von Leidmedien.de, einem Projekt der Berliner Sozialhelden. Das Onlineportal für Journalist_innen bietet seit vier Jahren Tipps für klischeefreie Sprache – und kritisiert wie viele

Aktivist_innengruppen das in diesem Jahr in Kraft getretene Behindertengleichstellungsgesetz. Das Gesetz soll Barrierefreiheit in allen Bereichen garantieren, gilt aber leider nur für Bundesbehörden und Ämter und nicht für die private Wirtschaft: also nicht im Kino, Café, in Geschäften. Da, wo sich das alltägliche Leben abspielt, gibt es keinerlei Verpflichtung, Barrieren abzubauen. Auch davon berichtet die taz.mit behinderung.

Die Chefredaktion dieser Ausgabe übernehmen Judyta Smykowski, taz-Kolumnistin und freie Autorin und Christian Specht. Specht ist der taz seit 1987 verbunden. In seiner Bildkolumne „Der Specht der Woche“ beschäftigt er sich immer wieder mit dem Leben mit Behinderung. Gerade kandidiert er für den Vorstand der Lebenshilfe Berlin. Smykowski ist Redakteurin bei Leidmedien.de. Sie studierte an der Universität der Künste in Berlin Kulturjournalismus und arbeitet mittlerweile bei den Sozialhelden Berlin. Für die taz schreibt sie alle drei Wochen die Kolumne „Rollt bei mir“.

Am 1. Dezember um 19.30 Uhr wird Judyta Smykowski im taz Café auf einem Podium sitzen zur Frage „Wann sind wir eine Nachricht wert?“ Die taz diskutiert mit Aktivist_innen mit Behinderungen und Medienmacher_innen (noch) ohne Behinderungen zu dem Thema. Mit dabei ist auch die Bloggerin und Aktivistin Ninia La Grande. Im Laufe des Abends erwarten wir die druckfrische Ausgabe der taz.mit behinderung.

Kontakt:

Anja Mierel

am@taz.de

030-259 02 137.

Notfallpädagogik gegen die Verzweiflung – Unvorstellbare Zerstörung nach dem stärksten Hurrikan seit 9 Jahren

geschrieben von Andreas | 2. Dezember 2016

Karlsruhe, 19.11.2016

Wenige Wochen nach dem verheerenden Hurrikan Matthew reiste am 29. Oktober ein Team der Notfallpädagogik der Freunde der Erziehungskunst Rudolf Steiners nach Haiti. Maximale Windgeschwindigkeiten und sintflutartige Starkregen hatten ganze Landstriche des bitterarmen Landes verwüstet, Bäume wurden entwurzelt und Häuser zerstört. Mit Unterstützung von Aktion Deutschland Hilft, weiteren Spendern und in Kooperation mit lokalen Partnerorganisationen konnte ein zehnköpfiges Team zwei Wochen vor Ort mit Lehrern und Kindern arbeiten.

Bereits am 12. Januar 2010 wurde der verarmte Inselstaat durch ein Erdbeben der Stufe 7 getroffen. Viele haben die Erinnerungen an diese Katastrophe auch nach 6 Jahren nur unzureichend verarbeitet und leiden immer noch unter den Folgen. Nun wurden die seelischen Wunden durch den Sturm erneut aufgerissen, die Menschen wurden retraumatisiert. Hinzu kommen weitere Probleme durch die Zerstörung der Landwirtschaft und der Natur für die Menschen. Viele Bauern haben ihre Ernte und somit die einzige Einkommensquelle verloren und wissen nun nicht, wie es weitergehen soll. Zur Bewältigung dieser Erlebnisse und zur Stabilisierung der Betroffenen ist die psycho-soziale Unterstützung unerlässlich.

Auf zum Teil abenteuerlichen Routen erreichten unsere Ehrenamtlichen Mitarbeiter auch jene entlegenen Gebiete, die besonders hart vom Wirbelsturm getroffen wurden. Notfallpädagogische Seminare in Schulen, die momentan als

Notunterkünfte fungieren, vermittelten den Lehrern traumpädagogisches Grundwissen und notfallpädagogische Methoden. Die Angebote für Kinder und Jugendliche geben diesen Sicherheit, Struktur und Kontinuität und ermöglichen ihnen den Aufbau neuen Vertrauens in sich und die Umwelt. Auch den Lehrern hilft die Arbeit; sie berichten von wiedererlangter Energie und frischen Ideen für den Schulalltag als auch im Umgang mit traumatisierten Kindern.

Neben pädagogischer Erster Hilfe brachte das Team auch medizinische Versorgung nach Haiti: Kontrolluntersuchungen, Wundversorgung und chronische Schmerzen mussten behandelt werden. Auch Einzelbetreuungen für auffallend stark Betroffene wurden durch den Einsatz möglich. Eines dieser besonders traumatisierten Kinder ist der 13-jährige Ed: Sein Sehvermögen beträgt lediglich 5%, er hat eine Kieferfehlstellung und eine operierte Lippen-Kiefer-Gaumenspalte. Beim Erdbeben 2010 verlor er seine Mutter. Er lebt nun notgedrungen bei Verwandten, die mit der Betreuung des behinderten Jungen überfordert sind und ihn mehr schlecht als recht versorgen. Ed spricht kaum, mit Erwachsenen hat er seit dem Hurrikan kein Wort mehr gewechselt. Zudem konnte er durch den traumatischen Stress kaum mehr schlafen. Nach einer Massage durch unsere Notfallpädagogin konnte er endlich Entspannung finden und anschließend einige Stunden schlafen. Durch die Zuwendung und notfallpädagogische Übungen sprach er nach 5 Tagen erstmals seit dem Sturm wieder.

Manchmal reichen aber auch einfach Aufmerksamkeit oder kleine Beschäftigungen, die die Kinder Selbstwirksamkeit erleben lassen. So kann bereits die Initialzündung zur Aktivierung ihrer Selbstheilungskräfte gegeben werden.

Kontakt

Freunde der Erziehungskunst Rudolf Steiners e.V.

Neisser Str. 10

D-76139 Karlsruhe

www.freunde-waldorf.de

Tel: +49 (0)721 354806-144

Fax: +49 (0)721 354806-180

notfallpaedagogik@freunde-waldorf.de

Um Einsätze wie diesen finanzieren zu können, sind wir auf Spenden angewiesen. Jeder Beitrag hilft uns, Kinder in Not zu unterstützen.

Spendenkonto:

GLS Bank Bochum BLZ 430 609 67

Konto 800 800 700

IBAN DE06 4306 0967 0800 8007 00

BIC GENODEM1GLS

Stichwort „Notfallpädagogik“

Kontakt Presse:

Reta Lüscher-Rieger

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Notfallpädagogik

Tel.: 0721-354806 140

Fax: 0721-354806 180

E-Mail: r.luescher-rieger@freunde-waldorf.de

Webseite: www.freunde-waldorf.de

Die Freunde der Erziehungskunst Rudolf Steiners e.V. fördern weltweit Initiativen eines freien Bildungswesens. Seit 1971 setzen sie sich für die Waldorfpädagogik und für Freiheit im Bildungswesen ein. Seit 1993 organisiert und betreut das Büro in Karlsruhe internationale Freiwilligendienste in aller Welt und ermöglichte bislang über 20.000 Menschen einen sozialen Dienst in über 350 Projekten in mehr als 60 Ländern. Zurzeit nehmen jährlich fast 2.000 junge Menschen an den Programmen teil. Seit Sommer 2011 können Interessierte über den Verein auch einen 12-monatigen Freiwilligendienst in anthroposophischen Einrichtungen in Deutschland leisten. Seit 2006 sind die Freunde der Erziehungskunst im Bereich „Notfallpädagogik“ tätig. In Folge von kriegerischen Auseinandersetzungen und Naturkatastrophen arbeiteten sie bislang mit psychotraumatisierten Kindern und Jugendlichen im Libanon (2006), China (2008 und 2013), Indonesien (2009),

Haiti (2010), Kirgisistan (2010), Japan (2011) und Kenia (2012 – 2013), Bosnien und Herzegowina (2014), Griechenland (2015), Slowenien (2015), Nepal (2015-2016), Ecuador (2016), Gaza (2009 – 2016), Philippinen (2013-2016), Kurdistan-Irak (2013-2016).

Netto Markendiscount stoppt Verkauf von mineralölbelastetem Adventskalender

geschrieben von Andreas | 2. Dezember 2016
Pressemitteilung

- foodwatch fordert öffentlichen Rückruf – stiller Rückruf nicht ausreichend
- Mineralölverunreinigung war Netto-Kooperationspartner WWF schon länger bekannt
- Gesetzgeber darf Lebensmittelsicherheit nicht den Unternehmen überlassen

Berlin, 25. November 2016. Netto Markendiscount hat den Verkauf seines mineralölbelasteten Schokoladen-Adventskalenders gestoppt. Das bestätigten Mitarbeiter des Lebensmittelhändlers am Freitag gegenüber der Verbraucherorganisation foodwatch. Am Mittwoch waren auf Antrag von foodwatch Untersuchungsergebnisse des bayerischen Landesamts für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL) bekannt geworden, denen zufolge der Kalender „Santa Claus in town“, von Netto Markendiscount in Kooperation mit der Umweltorganisation WWF angeboten, mit aromatischen Mineralölen

(MOAH) verunreinigt ist. MOAH gelten als potenziell krebserregend und erbgutschädigend.

foodwatch forderte den Lebensmitteldiscounter auf, nicht nur einen „stillen“ Rückruf – also einen Verkaufsstopp – zu veranlassen, sondern einen öffentlichen Rückruf. Das Handelsunternehmen Norma hat zwei ebenfalls belastete Adventskalender der Firma Rübezahl bereits am Mittwoch öffentlich zurückgerufen. „Es ist die Verantwortung von Netto Markendiscount, jetzt auch all diejenigen zu informieren, die das belastete Produkt bereits gekauft haben. Kein Kind sollte diese Schokolade verzehren“, sagte Johannes Heeg von foodwatch.

Die Belastung war zudem schon länger bekannt als bisher angenommen. Nach eigenen Angaben hatte WWF Anfang November einen Adventskalender von Netto Markendiscount im Labor analysieren lassen – auch hierbei wurden aromatische Mineralöle nachgewiesen. Der Prüfbericht des Labors trägt das Datum 14.11. – weder der WWF noch Netto Markendiscount machten die Ergebnisse zunächst jedoch publik, das Handelsunternehmen beließ den Adventskalender im Sortiment. Auch der WWF forderte offenbar keinen Rückruf sondern ließ es zu, dass der belastete Adventskalender mit aufgedrucktem WWF-Logo weiterhin an Kinder bzw. Eltern verkauft wurde. Erst nachdem die Belastung neun Tage später, am 23.11., durch die von foodwatch beantragte Veröffentlichung des bayerischen Landesamts ohnehin publik wurde, informierte der WWF über die eigene Messung. Er erklärte am 23.11. zudem, kein Geld aus dem Erlös der Kalender von Netto Markendiscount annehmen zu wollen. Ursprünglich war geplant, dass der WWF je verkauften Kalender einen Euro für Artenschutzprojekte erhalten sollte.

Der Fall Netto Markendiscount zeigt aus Sicht von foodwatch beispielhaft, dass der Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Mineralölen in Lebensmitteln nicht den Unternehmen überlassen werden darf:

- Das Mineralölproblem war lange bekannt: Bereits 2015 hatte Netto Markendiscount den Messungen des bayerischen LGL zufolge einen MOAH-belasteten Adventskalender im Verkauf. Damals klagte das Unternehmen sogar gegen die Veröffentlichung der Behördendaten vor Weihnachten, verlor jedoch in zwei Instanzen.
- 2016 bringt Netto Markendiscount dennoch erneut einen MOAH-belasteten Kalender in den Handel. Nach Darstellung des WWF gab es zwar Anstrengungen zur Vermeidung von Mineralöl, etwa durch eine sorgfältige Auswahl der Verpackungsmaterialien – diese betrafen aber offenkundig nicht alle möglichen Mineralölquellen und konnten die MOAH-Verunreinigung der Schokolade nicht verhindern.
- Am 14.11. stellt das renommierte Berliner Institut Kirchhoff den Prüfbericht für eine vom WWF beauftragte Analyse aus. Sie zeigt, dass der Kalender von Netto-Markendiscount erneut mit MOAH belastet ist.
- Am 23.11. veröffentlicht das LGL auf Antrag von foodwatch entsprechende Untersuchungsergebnisse. Nun macht auch der WWF seinen Prüfbericht publik. Der Spitzenverband der Lebensmittelwirtschaft BLL erklärt am selben Tag, dass ein Rückruf nicht erforderlich sei. Netto-Konkurrent Norma bewertet dies offenbar anders und ruft die von ihm vertriebenen, MOAH-belasteten Schokoladenkalender öffentlich zurück – Netto Markendiscount zunächst nicht.

„Messdaten werden gar nicht erst publik oder erst spät, belastete Produkte kommen dennoch in den Handel, der Branchenverband wehrt sich mit Händen und Füßen gegen Maßnahmen zum Schutz der Gesundheit: Es gibt kaum einen Fall, in dem die Notwendigkeit regulativer Maßnahmen so offensichtlich ist wie bei der Mineralölproblematik in der Lebensmittelwirtschaft“, erklärte Johannes Heeg. „Bundesernährungsminister Christian Schmidt hat es in der Hand, per Verordnung sichere Grenzwerte festzulegen. Es gibt keinen guten Grund, dies weiterhin zu unterlassen.“

Erneut kritisierte foodwatch die Verharmlosungen der Gesundheitsgefährdung durch aromatische Mineralöle. Eine Verunreinigung mit MOAH sei selbst in geringer Konzentration gerade nicht „unbedenklich“. Eine solche Aussage widerspricht nach Auffassung von foodwatch dem Stand der Wissenschaft, der zufolge selbst Spuren aromatischer Mineralöle potenziell krebserregend und erbgutschädigend sind. So verweist die Europäische Lebensmittelbehörde EFSA darauf, dass solange aromatische Mineralöle – gleich in welcher Konzentration – in einem Lebensmittel vorhanden sind, immer von einem erbgutverändernden Potenzial ausgegangen werden muss („All MOH mixtures are mutagenic unless they are treated specifically to remove MOAH“).

Link:

– E-Mail-Aktion für einen besseren Schutz vor Mineralöl in Lebensmitteln: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

- LGL zur Adventskalender-Untersuchung: www.tinyurl.com/zglqwtD
- WWF zur Belastung des Netto-Markendiscount-Adventskalenders: www.wwf.de/netto-adventskalender/
- Prüfbericht der vom WWF beauftragten Laboranalyse: www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Netto-Adventskalender-Laboranalyse-Institut-Kirchhoff.pdf
- foodwatch-Hintergrundpapier Mineralöl: www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de
- Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl: www.tinyurl.com/ovgvtkz
- EFSA Scientific Opinion: www.tinyurl.com/p9kausf

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Antrag bewilligt: Bayerische Behörde veröffentlicht Mineralöl-Tests für Adventskalender – foodwatch fordert bundesweit Transparenz über amtliche Analysen von Weihnachtsprodukten

geschrieben von Andreas | 2. Dezember 2016
Pressemitteilung

Berlin, 22. November 2016. Die Ergebnisse amtlicher Schokoladen-Adventskalender-Tests sollen veröffentlicht werden. Das bayerische Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL) hat einem Antrag der Verbraucherorganisation foodwatch stattgegeben und angekündigt, die Analysen an diesem Mittwoch (23. November) auf seiner Internetseite unter lgl.bayern.de publik zu machen. Die Behörde hat nach eigenen Angaben fünf Schokoladen-Adventskalender auf Verunreinigungen mit Mineralölen untersucht. In den vergangenen Jahren waren gesundheitsrelevante, amtliche Testergebnisse entweder unter Verschluss gehalten oder erst kurz vor Weihnachten veröffentlicht worden, als der Großteil der Schokolade bereits

verzehrt war. Formale Antragsverfahren sowie Gerichtsverfahren über mehrere Instanzen waren erforderlich, um die Nennung belasteter Produkte durchzusetzen.

foodwatch forderte die Lebensmittelbehörden in Bund und Ländern auf, alle ihnen bekannten Laborbefunde zu Weihnachtsprodukten unverzüglich publik zu machen. „Es muss endlich selbstverständlich werden, dass die Behörden gesundheitsrelevante Informationen über Lebensmittel von sich aus und ohne Zeitverzug öffentlich machen – das ist bis heute leider nicht der Fall“, sagte Johannes Heeg von foodwatch. „Alle bisherigen Bundesverbraucherminister haben es versäumt, gesetzlich eine aktive Veröffentlichung solcher Daten durch die Behörden zur Regel zu machen.“

Im vergangenen Jahr hatte foodwatch Bayern erst mit formlosen Anfragen an das LGL und das Verbraucherschutzministerium des Freistaats, dann mit einem förmlichen Antrag unter Berufung auf das Verbraucherinformationsgesetz zur Nennung der Analyseergebnisse bei Adventskalendern aufgefordert. Schließlich hatte Netto-Markendiscount, der 2015 einen belasteten Adventskalender vertrieben hatte, gegen die öffentliche Nennung geklagt – in zwei Instanzen jedoch verloren, abschließend vor dem Bayerischen Verwaltungsgerichtshof (Az.: 20 CS 15.2677). Durch die unnötigen Verzögerungen erfuhren die Verbraucherinnen und Verbraucher erst am 16. Dezember 2015 von den belasteten Adventskalendern. Ohne intensives Nachbohren wären die Produkte überhaupt nicht öffentlich benannt worden. Einen Verkaufsstopp der belasteten Produkte hatten die Behörden nicht angeordnet.

Besonders die sogenannten aromatischen Mineralöle (MOAH) sind in Lebensmitteln unerwünscht. Sie gelten als potenziell krebserregend und erbgutverändernd. Obwohl Schokolade und andere Lebensmittel immer wieder mit MOAH oder den potenziell organschädigenden gesättigten Mineralölen (MOSH) verunreinigt sind und sowohl Bundes- als auch Landesregierungen das damit

einhergehende Gesundheitsrisiko anerkennen, hat der Gesetzgeber bislang keine Vorgaben zum Schutz der Verbraucher erlassen.

Link:

– E-Mail-Aktion für einen besseren Schutz vor Mineralöl in Lebensmitteln: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

– foodwatch-Pressemitteilung vom 16.12.2015 zur damaligen Veröffentlichung der Adventskalender-Testergebnisse durch das LGL: www.tinyurl.com/jhzz43u

– foodwatch-Pressemitteilung vom 17.12.2015 zum letztinstanzlichen Urteil des Bayerischen Verwaltungsgerichtshof zur Klage von Netto-Markendiscount gegen die Veröffentlichung der Testergebnisse: www.tinyurl.com/zqm9xrl

– LGL Bayern zur Adventskalender-Untersuchung 2015 (Achtung, Daten vom Vorjahr – hier keine aktuellen Messergebnisse!): www.tinyurl.com/advent-bayern

– foodwatch-Hintergrundpapier Mineralöl: www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de

– Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl: www.tinyurl.com/ovgvtkz

– EFSA Scientific Opinion: www.tinyurl.com/p9kausf

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Der V Kalender 2017 – Tierrechtskunst & Termine

geschrieben von Andreas | 2. Dezember 2016



Tiere haben Rechte. Diese Idee ist heute so relevant und so lebendig wie noch nie. Die internationale Tierrechtskunst hat daran wesentlichen Anteil. Sie zeigt das überkommene Mensch-Tier-Verhältnis aus neuen Perspektiven, macht Zusammenhänge sichtbar und entwirft konkrete Utopien.

Ab dem 1.12.2016 ist der V Kalender 2017 im ARIWA-Shop erhältlich. Er versammelt Werke von Künstlerinnen und Künstlern, die sich aktiv für Tierrechte einsetzen:

Der Artgenosse

Ulrich Bender

Rachael Ellis Art

Dana Ellyn

Denise Hof

Hartmut Kiewert

Meune Lehmann

Amanda Moeckel Illustration

Chris Moser

Roger Olmos

Sara Sechi Art

Roland Straller

Darüber hinaus lädt eine Auswahl wichtiger Tierrechtstermine

dazu ein, auch selbst aktiv zu werden.

1.12. Verkaufsbeginn im Shop (ariwa.org/shop)

32 Seiten, Format DIN A3 (offen)

Preis: 8 Euro

Pressekontakt:

Sandra Franz,

Tel.: 01577-6633353,

E-Mail: presse@ariwa.org

Die EcoCrowd finanziert über 50 nachhaltige Projekte

geschrieben von Andreas | 2. Dezember 2016

Presseinformation

Berlin, 14.11.2016: EcoCrowd, Deutschlands Crowdfunding-Plattform für nachhaltige Projekte, hat in den ersten zwei Jahren ihres Bestehens über 50 Projekte mit einer viertel Million Euro finanzieren können. Nun lädt die von der Deutschen Umweltstiftung betriebene Plattform zu einer großen **EcoCrowd Convention**.

Jörg Sommer, EcoCrowd-Gründer und Vorstandsvorsitzender der Deutschen Umweltstiftung, wird auf der Convention Pläne für die weitere Entwicklung der Plattform vorstellen:

„Schon heute profitieren alle Projekte von der ganz eigenen EcoCrowd-Struktur. Bei uns werden nicht nur alle Projektstarter mit viel Know-How unterstützt, dank flexiblem Funding können sie auch garantiert jeden gesammelten Euro am Ende in Empfang nehmen. Ein Scheitern wie auf anderen Plattformen ist ausgeschlossen.“

Saskia Letz, die verantwortliche Projektmanagerin, betont den ganzheitlichen Blick auf dieses in Deutschland noch am Anfang stehende Konzept:

„Crowdfunding ist viel mehr als Finanzierung. Es ist Community-Building, Ideenentwicklung und eine großartige Chance, Projekte nicht nur zu finanzieren, sondern auch nachhaltig zu entwickeln.“

Barcamp, Expertenvortrag, Zukunftsdiskussion – auf der Convention teilen interessante Köpfe der ökosozialen Szene ihre Start up- und Crowdfunding-Erfahrungen. Speaker sind u.a. Jule Hanske, Projektleiterin von MEHRWERTVOLL, Jan Fockele, Mitgründer von IPO sowie Gesellschafter von ForestFinance, David Griedelbach, Geschäftsführer von Quartiermeister und Gründungsmitglieder von THE CHANGER.

Die EcoCrowd Convention 2016 findet am 26. November 2016 von 12 bis 17 Uhr im Haus der Demokratie und Menschenrechte (Greifswalder Straße 4, 10405 Berlin) statt.

Weitere Informationen und Tickets gibt es auf eventbrite und über <http://www.ecocrowd.de>.

Über EcoCrowd

Die EcoCrowd ist eine Bewegung, die sich für mehr Nachhaltigkeit einsetzt und mit spannenden Projekten zeigt, dass Nachhaltigkeit Spaß macht und erlebbar ist. Für all diese Menschen – für die EcoCrowd – hat die Deutsche Umweltstiftung diese Crowdfunding-Plattform ins Leben gerufen. Einen Ort im Netz, an dem nachhaltige Ideen unterstützt, diskutiert und realisiert werden können – step by step, ohne Fundingsschwelle und im nachhaltigen Umfeld der Deutschen Umweltstiftung. EcoCrowd wird gefördert durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit.

Über die Deutsche Umweltstiftung

Die Deutsche Umweltstiftung wurde 1982 u.a. von Udo Simonis,

Ernst Ulrich von Weizsäcker, 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.

**Pressekontakt und Akkreditierung zur
EcoCrowd Convention 2106**

Julia Hübner

Deutsche Umweltstiftung

Greifswalder Straße 4

10405 Berlin

Tel.: 030 202384281

julia.huebner@deutscheumweltstiftung.de

Für einen ambitionierten Klimaschutzplan 2050

geschrieben von Andreas | 2. Dezember 2016

PRESSEMITTEILUNG

Berlin, 7. November 2016

**UnternehmensGrün e.V. zeichnet gemeinsam mit 40 Unternehmen
und
Branchenverbänden Erklärung**

UnternehmensGrün, der Bundesverband der grünen Wirtschaft, beteiligt sich an der heute veröffentlichten Unternehmenserklärung zum Entwurf des Klimaschutzplans 2050. Damit setzt UnternehmensGrün ein starkes Signal für einen ambitionierten und konkreten Klimaschutzplan, der ausreichend Planungssicherheit für die Unternehmen bietet und mit den

Zielen des Paris-Abkommens im Einklang steht. Die Erklärung wird von der Stiftung 2°, BAUM e.V. und Germanwatch koordiniert.

Der Klimaschutzplan 2050 als zentrale Rahmensetzung für Deutschlands Beitrag zur Umsetzung der globalen Klimaziele muss sich am Paris-Abkommen messen lassen. Das erklärt UnternehmensGrün gemeinsam mit weiteren führenden deutschen Unternehmen aus einer großen Bandbreite von Branchen in einer heute veröffentlichten Stellungnahme. Für die Unternehmen sei es von großer Bedeutung, dass vom Klimaschutzplan das eindeutige Signal ausgehe, Deutschland werde die in Paris gemachten Zusagen umsetzen. Die von 41 Unternehmen und Branchenverbänden unterstützte Erklärung erscheint zum Start des UN-Klimagipfels in Marrakesch und mit Blick auf den möglichen Kabinettsbeschluss zum Klimaschutzplan am 9. November.

Dazu sagt Dr. Katharina Reuter, Geschäftsführerin von UnternehmensGrün: „Wir müssen endlich anfangen, die Unternehmen zu belohnen, die schon heute die Grundlage für die nachhaltige Wirtschaftswende schaffen. Denn mit Mogelpackungen, wie sie uns die Autobauer gerade vorführen, werden wir die Arbeitsplätze der Zukunft nicht sichern.“

UnternehmensGrün erklärt daher gemeinsam mit den Unterstützern und Mitzeichnern der Erklärung, dass Unternehmen Planungssicherheit benötigten, um bei Klimaschutz und Energiewende vorangehen zu können. Darum sei es wichtig, dass sich der Klimaschutzplan mit einem eindeutigen Klimaziel am oberen Rand des derzeitigen Zielkorridors von 80 bis 95 Prozent Reduktion der Treibhausgasemissionen bis 2050 ausrichtet. Zudem sollten Sektorziele für 2030 vorgegeben werden, um die Entwicklung konkreter Pläne zur Dekarbonisierung sowie neuer Geschäftsmodelle zu ermöglichen. Darüber hinaus heißt es in der Erklärung, dass der Klimaschutzplan den Weg zu deutlich mehr Energieeffizienz und zum zügigen Umstieg auf 100 Prozent Erneuerbare Energien

aufzeigen solle. Nicht zuletzt sei dabei eine Debatte über Wege zur Beendigung der Kohleverstromung sowie dem damit verbundenen notwendigen Strukturwandel zu eröffnen.

Der Klimaschutzplan solle Unternehmen eine Handlungsgrundlage dafür geben, mit nachhaltigen Innovationen international führend zu sein und die wirtschaftlichen Chancen des Klimaschutzes dadurch optimal nutzen zu können. Unternehmerischer Klimaschutz schaffe nicht nur Arbeitsplätze, sondern stärke auch die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit der deutschen Wirtschaft.

41 Zeichner der Erklärung:

50Hertz | adidas Group | AIDA Cruises | Alfred Ritter GmbH & Co. KG | Alnatura | Baufritz | Bundesverband Erneuerbare Energie e.V. (BEE) | Bundesverband Wärmepumpe e.V. (BWP) | CEWE | Commerzbank | DAIKIN Airconditioning Germany | Deutsche Energie-Agentur (dena) | Deutsche ROCKWOOL | Deutsche Telekom | elobau | EnBW | ENTEGA | Gegenbauer Holding | hanseWasser Bremen | HOCHTIEF Aktiengesellschaft | IKEA Deutschland | IWAN BUDNIKOWSKY GmbH & Co. KG | LR Facility Services | METRO GROUP | MVV Energie | OTTO FUCHS | Otto Group | PUMA | REETEC | Schneider Schreibgeräte | Schüco International KG | Schwäbisch Hall-Stiftung | Sparda-Bank München | Stadtwerke München | Stadtwerke Tübingen | UnternehmensGrün e.V. – Bundesverband der grünen Wirtschaft | VAUDE | Verband Deutscher Verkehrsunternehmen e. V. (VDV) | Viebrockhaus | WALA | Wilkhahn

Koordiniert wurde die Erklärung von der Stiftung 2° – Deutsche Unternehmer für Klimaschutz, dem Unternehmensnetzwerk B.A.U.M. e.V. und der Umwelt- und Entwicklungsorganisation Germanwatch.

Unternehmenserklärung zum Download:
www.germanwatch.org/de/13001

Pressekontakt:

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