

Münchens Papiermüll- Pyramiden: 114 Millionen Papierhandtücher jährlich allein in Schulen, Kitas und Ämtern

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018



Presseinformation

Köln, 10. Januar 2018: Nach dem Händewaschen in öffentlichen Waschräumen greift man meist zum Papierhandtuch. Deutschlandweit landen dadurch jährlich 66.800 Tonnen Papier im Müll.

Allein in den städtischen Einrichtungen von München werden täglich 300.000 Papierhandtücher verbraucht. Die Papiere werden nicht recycelt und gehen damit dem Papierkreislauf für immer verloren. Dabei gibt es Alternativen.

Rund 114 Millionen Papierhandtücher werden jährlich in den Dienststellen und öffentlichen Schulen und Kinderbetreuungsstellen der Stadt München verbraucht. Das geht aus dem Rahmenvertrag der Stadt für die öffentliche Beschaffung hervor.¹ Rechnet man die Waschräume in den privat geführten Restaurants, Museen und Unternehmen hinzu, werden münchenweit etwa 700 Millionen der Tücher aus den Spendern gezogen.² „Das sind 1.250 Tonnen Müll, so viel wiegen etwa 900

VW Golf“, erklärt Henning von Gagern, Direktor Professional bei Dyson.

„Die Stadt München setzt sich in vielen Bereichen vorbildlich für einen bewussten und sparsamen Umgang mit der Ressource Papier ein“, betont von Gagern. Zum Beispiel mit der aktuellen Kampagne zum Verzicht auf Einwegkaffeebecher.³ „Das Problem der Papierhandtücher wird in München wie in den meisten Städten bisher allerdings völlig unterschätzt. Dabei entsteht hier noch mehr Abfall als durch Einwegkaffeebecher“, so von Gagern.

Wegwerfhandtücher lassen sich vermeiden

Alternativen zum Papierhandtuch sind Baumwolltücher und Händetrockner. Die beste Umweltbilanz weisen sogenannte Jetstream-Händetrockner auf, wie etwa der Dyson Airblade. Diese trocknen die Hände mit einem kalten, starken Luftstrahl. Das spart nicht nur Müll. Das Umweltbundesamt hat in einer Studie herausgefunden, dass dabei auch am wenigsten klimaschädliche Gase wie CO₂ entstehen.⁴

Ein positiver Nebeneffekt: Auch finanziell weisen Jetstream-Händetrockner eine gute Bilanz auf. In weniger als einem Jahr übersteigt der Wert der im Schnitt verbrauchten Papierhandtücher die Anschaffungskosten eines Dyson Airblade Händetrockners. Einmal installiert, verursacht der Jetstream-Trockner im Betrieb kaum Kosten.⁵

Weitere Informationen und Bildmaterial im Dyson Newsroom unter <http://www.dyson.de/presse>

1 Quelle: RIS – RatsInformationssystem der Stadt München: www.rismuenchen.de

[de/RII/RII/DOK/SITZUNGSVORLAGE/3782732.pdf](http://www.rismuenchen.de/RII/RII/DOK/SITZUNGSVORLAGE/3782732.pdf)

2 Errechnet aus dem bundesweiten Verbrauch in Relation zur Einwohnerzahl Münchens. Quelle: Euromonitor, Tissue and Hygiene Research 2017, www.euromonitor.com

www.muenchen.de/aktuell/2017-10/kampagne-abfallvermeidung-einweg-kaffeebecher.html

4 Umweltbundesamt (UBA), Texte 33/2014, Vereinfachte Umweltbewertungen des Umweltbundesamtes (VERUM 1.0)

5 Siehe www.dyson.de/calcs

Über Dyson:

Das Technologie- und Erfinderunternehmen Dyson hat es sich zur Aufgabe gemacht, Produkte des täglichen Lebens durch neue Ideen zu verbessern. Ziel ist, das Wohlbefinden mit intelligenten Produkten zu steigern. Seit seinen Anfängen mit Zyklonstaubsaugern hat sich das Portfolio von Dyson erheblich erweitert. Für die Produktkategorien Händetrockner, Leuchten und Raumklima für Unternehmen ist der Businessbereich von Dyson zuständig.

Bei Rückfragen und für weitere Informationen wenden Sie sich gerne an:

Dyson Unternehmenskommunikation

Daniele Müller • 0221/ 50 600 – 148 •

Dyson GmbH • Lichtstraße 43e • 50825 Köln • Fax: 0221/50 600 – 190

Partner

Ahnen&Enkel, Agentur für Kommunikation

Mariannenstraße 9-10

10999 Berlin

0176 24569084 / 030 39105133

weller@ahnenenkel.com

www.ahnenenkel.com

Kühe und Milchproduktion – Ab sofort neues Bildungsangebot an weiterführenden Schulen

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018

** Pressemitteilung

** Mensch Tier Bildung e.V.

Ab diesem Schuljahr bietet der gemeinnützige Verein Mensch Tier Bildung e.V. Workshops und Projektstage zum Thema „Kühe und Milchproduktion“ an. Das Angebot richtet sich hauptsächlich an alle weiterführenden Schulen in Berlin, Brandenburg und Hessen. Die teilnehmenden Jugendlichen erhalten fundierte Informationen zu den Bedürfnissen und den konkreten Lebensbedingungen von Kühen in der Milchwirtschaft. Dabei werden die politischen und ethischen Dimensionen der Nutzung von Tieren in der Landwirtschaft diskutiert.

Berlin, 05.09.2016: Milch, Käse, Butter und Co. sind für viele Menschen alltägliche Lebensmittel. Aber unter welchen Bedingungen werden sie eigentlich hergestellt? Wie werden Rinder in der Milchwirtschaft gehalten? Während Medien und Öffentlichkeit seit einigen Jahren verstärkt über den Umgang mit Tieren in der Landwirtschaft diskutieren, kommt das Thema in der Schule oft noch zu kurz. Diese Lücke möchte der Verein Mensch Tier Bildung e.V. schließen.

Dr. Sandra Franz, Geschäftsführerin des Vereins, meint dazu: „Mit unserem Bildungsangebot wollen wir Jugendlichen ermöglichen, sich kritisch mit dem Mensch-Tier-Verhältnis auseinanderzusetzen. Wir unterstützen sie dabei, auf der Basis von Fachwissen eigene begründete Urteile und Positionen zu entwickeln und sich an der gesellschaftlichen Debatte zu beteiligen.“

Die Bildungsangebote werden von geschulten

Wissenschaftlerinnen und Pädagogen durchgeführt. Interessierte Lehrerinnen und Lehrer können sich auf www.mensch-tier-bildung.de gerne weiter informieren oder den Verein direkt kontaktieren. Kontakt: kontakt@mensch-tier-bildung.de oder 0152-32753130.

Pressekontakt: Dr. Sandra Franz, Mobil: 0152-32753130, E-Mail: s.franz@mensch-tier-bildung.de

Der gemeinnützige Verein Mensch Tier Bildung e.V. wurde 2015 von Wissenschaftler_innen, Pädagog_innen und ehrenamtlich Engagierten in Berlin gegründet. Er leistet emanzipatorische Bildungsarbeit zum gesellschaftlichen Mensch-Tier-Verhältnis. Der Verein möchte zur Auseinandersetzung mit dem vorherrschenden Mensch-Tier-Verhältnis anregen und darin unterstützen, ein kritisches Bewusstsein bezüglich gesellschaftlicher Fragen zu entwickeln und sich zu diesen mündig zu positionieren.

Mensch Tier Bildung e.V. – Workshops und Impulse zum gesellschaftlichen Mensch-Tier-Verhältnis

Oppelner Straße 26
10997 Berlin

Email: s.franz@mensch-tier-bildung.de

Web: www.mensch-tier-bildung.de

Tel.: 0152-32753130

Didacta 2015: Schluss mit

Schleichwerbung in der Schule! foodwatch fordert kostenfreie Abgabe von staatlich finanziertem Unterrichtsmaterial für Ernährungsbildung an Lehrer und Schulen – Kultusminister müssen Werbematerialien in Schulen verbieten

geschrieben von Andreas | 10. Januar 2018

Pressemitteilung

–

Thema:

Kinderlebensmittel/Ernährungsunterricht

Berlin/Hannover, 23. Februar 2015 Vor dem Beginn der Bildungsmesse Didacta am Dienstag in Hannover hat die Verbraucherorganisation foodwatch eine kostenlose Abgabe von staatlich finanzierten Unterrichtsmaterialien an Lehrer und Schulen gefordert. Zwar gebe es für die Ernährungsbildung über alle Klassenstufen hinweg hervorragendes, unabhängig erstelltes Material, beispielsweise von dem von der Bundesregierung finanzierten aid Infodienst. Dies können Lehrer jedoch in der Regel nur gegen Gebühr bestellen – Lebensmittelhersteller und Wirtschaftsverbände geben ihre oft stark werblichen oder interessensgeleiteten Broschüren dagegen kostenfrei ab. Durch die kostenlosen Unterlagen werden schon kleine Kinder in den Schulen direkten oder subtilen Werbe- und Lobbyeinflüssen ausgesetzt.

„Es ist absurd, wenn Ernährungsbildung mithilfe von

Schleichwerbung der Lebensmittelindustrie gelehrt wird, weil Lehrer neutrales Unterrichtsmaterial aus eigener Tasche bezahlen sollen. Gerade in der Ernährungsbildung gibt es längst ausgewogenes und vom Steuerzahler bereits finanziertes Material – das ist für Lehrer in der Regel aber kostenpflichtig“, kritisierte Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelmarketing bei foodwatch.

foodwatch forderte die Kultusminister der Länder auf, werbliche bzw. von Lebensmittelunternehmen und -verbänden gesponserte Materialien an ihren Schulen zu verbieten. Bund und Länder müssten zudem eine Lösung dafür finden, dass die staatlich finanzierten Materialien kostenfrei abgegeben werden. Unter www.schule-aktion.foodwatch.de hat foodwatch eine E-Mail-Protestaktion gestartet, mit der jeder die Forderung an die Kultusminister der Bundesländer unterstützen kann. „Erste Stunde Bio mit Ritter Sport, zweite Stunde Kochunterricht mit Dr. Oetker – so darf Schule nicht funktionieren. Mit ihren kostenlosen Lehrmaterialien schleichen sich Unternehmen schamlos in die Klassenzimmer. Die Eltern sind gegen solche Einflüsse machtlos“, so Oliver Huizinga.

Unternehmen und Verbände haben Schulmaterialien als eigene Werbe- und Lobbykanäle erkannt: Ritter Sport bringt den Schülern mit seiner Unterrichtsmappe bei: „Die Wissenschaft hat festgestellt, dass Schokolade glücklich macht.“ Kellogg's präsentiert eine ganz neue Ernährungspyramide, in der die Frühstücksflocken des Unternehmens auf eine Stufe mit Brot und Reis gestellt werden – obwohl viele Produkte von Kellogg's aufgrund des hohen Zuckergehalts von Experten stark kritisiert werden. Kellogg's empfiehlt das Material sogar „zur Therapie bei übergewichtigen Kindern.“ Ausführliche Beispiele siehe unten.

Eine Analyse des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv) hatte 2014 ergeben, dass Unterrichts-Materialien von Wirtschaftsunternehmen nachweislich schlechter sind als die

der öffentlichen Hand. Es käme zu verkürzten oder einseitigen Darstellungen, wenn die Herausgeber bestimmte Interessen verfolgen, zudem seien Produkt- und Markenwerbung enthalten. Von 453 untersuchten Materialien erhielten 27 die Note „mangelhaft“. Davon stammten 20 aus der Wirtschaft (74 Prozent).

Mit ihren Werbemaßnahmen an Schulen binden Lebensmittelhersteller schon die kleinsten Kunden an sich und machen ihnen dabei vor allem Süßigkeiten oder Snacks schmackhaft; gleichzeitig wird diese Form der Absatzförderung als „Engagement“ für die Bildung dargestellt, kritisierte foodwatch. „Bildungsprojekte sind für Lebensmittelfirmen nicht mehr als ein Feigenblatt, um von der eigenen Verantwortung für Fehlernährung und Übergewicht bei Kindern abzulenken. Auf der einen Seite versucht die Lebensmittelindustrie mit perfiden Marketingmethoden sogar an Schulen, Kindern möglichst viel Junkfood anzudrehen. Auf der anderen Seite inszenieren sich die Hersteller als verantwortungsvolle Unternehmen, indem sie vermeintlich uneigennützig Ernährungsbildung in der Schule unterstützen“, sagte foodwatch-Experte Oliver Huizinga.

foodwatch hat suggestives Unterrichtsmaterial der Lebensmittelbranche zusammengetragen – einige Beispiele:

- **Ritter Sport** vertreibt eine Mappe, die etwa für den Biologie- oder Geschichtsunterricht in Grundschulen geeignet sein soll. Schokolade wird darin als „ein Stückchen Energie“ dargestellt, das „schmerzlindernd“ und „gut für Herz und Kreislauf“ sei. „Die Wissenschaft hat festgestellt, dass Schokolade glücklich macht. Vielleicht hast du ja auch schon davon gehört“, heißt es unter anderem. In den „Hinweisen zur Verwendung“ für Lehrer wird empfohlen: „Hierfür bitte in ausreichender Menge Schokoladenstückchen für die Schüler zur Verfügung stellen, am besten auf Servietten, um das Schmelzen bzw. ‚Schokoladenfinger‘ zu vermeiden.“
- Die Firma **Brandt** hat für ihre Unterrichtsmappe eigens die Figur „Zwiebra“ entwickelt, die Kindern „viele lustige Spiele

zeigen“ soll: „Weißt du, woher mein Name kommt? Richtig! Ich knabbere am liebsten den ganzen Tag Zwieback von Brandt – das gibt ein Zwiebra!“

– **Dr. Oetker** lädt beispielsweise mit seiner Unterrichtsmappe „Komm, Back mit!“ Kinder zum gemeinsamen Backen ein, damit „Sozialverhalten, Zahlen- und Mengenverständnis, methodisches Vorgehen und Küchenwissen“ vermittelt werden. Auf den Arbeitsblättern für Erst- und Zweitklässler ist das Marken-Logo aufgedruckt, die abgebildeten Kinder tragen Dr.Oetker-Schürzen, in den Rezeptvorschlägen werden Dr.Oetker-Produkte empfohlen.

– **Kellogg's** bietet unter anderem eine Malvorlage „für Kinder zwischen 4 und 6 Jahren“ an, bei der eine Ernährungspyramide ausgemalt werden soll. Mit dabei auf einer Stufe mit Brot, Nudeln oder Reis: Eine Schüssel Kellogg's Cerealien. Der Hersteller empfiehlt die Malvorlage „für die allgemeine Ernährungserziehung sowie begleitend zur Therapie bei übergewichtigen Kindern.“ Dabei enthalten Kinderprodukte des Herstellers im Mittel 32 Gramm Zucker pro 100 Gramm, wie ein Marktcheck von foodwatch in 2012 ergab.

– Auch der **Lobbyverband BLL** (Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde) ist in Schulen aktiv; unter anderem mit der Broschüre „Mit Sicherheit lecker“, die helfen soll, „mit sachlichen Informationen zum Abbau von Ängsten im Bereich der Lebensmittel-Verarbeitung beizutragen“. Unter der Überschrift „Immer up to date: unsere Lebensmittelsicherheit“ heißt es dort: „Durch (...) wissenschaftliche Entwicklungen sind unsere Lebensmittel immer sicher. Neue Erkenntnisse werden zudem zügig in die Praxis umgesetzt. Die Lebensmittelunternehmen entwickeln immer neue Produktionstechniken, damit unsere Lebensmittel immer die beste Qualität haben.“ Die Broschüre soll nun laut BLL überarbeitet werden.

Link:

E-Mail-Protestaktion von foodwatch gegen Schleichwerbung in der Schule: www.schule-aktion.foodwatch.de

Redaktionelle Hinweise:

- Fotostrecke von foodwatch mit Beispielen für suggestives Unterrichtsmaterial der Lebensmittelbranche zum Download unter: www.foodwatch.de/material-kinder
- Lehrmaterial von Ritter Sport: bit.ly/1MADUfQ, Mappe „Von der Kakaobohne zur Schokolade“ direkt als pdf: bit.ly/19CJzD1
- Unterrichtsmappe „Bewegte Pause“ von Brandt als pdf: bit.ly/1A9wH11
- Grundschulmaterial von Dr. Oetker: bit.ly/1MAGdPU, Mappe „Komm, back mit!“ direkt als pdf: bit.ly/1BqoQxZ
- Kellogg's-Malvorlage Ernährungspyramide: bit.ly/17vlXyk
- Broschüre „Mit Sicherheit lecker!“ des Lobbyverbandes BLL: bit.ly/1EsP14L, direkt als pdf: bit.ly/1Bqsg3M
- Analyse des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv) von Unterrichts-Materialien von Wirtschaftsunternehmen (2014): bit.ly/1DEQeaE
- Schulmaterial vom aid Infodienst: www.aid.de/lernen/start.php

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90