

Werden Sie ein Geldverbesserer.  
In Ihrem Euro steckt die Kraft der Veränderung.



Aktion Gemeinsinn e.V.  
eine Vereinigung unabhängiger Bürger in Deutschland



## Wie man das Gesicht der Welt verändern kann.

Die Aktion Gemeinsinn fördert seit ihrer Gründung vor gut 50 Jahren das ehrenamtliche und zivilcouragierte Handeln sowie die staatsbürgerliche Verantwortung in Deutschland.

Mit ihrer Kampagne zur Macht der Konsumenten will sie alle Bürgerinnen und Bürger dazu ermutigen, den großen Einfluss, den sie auf das wirtschaftliche, ökologische und soziale Geschehen ausüben können, ganz gezielt zu nutzen.

In der heutigen Globalisierung fügt jeder Käufer ein Steinchen in ein weltweites Mosaik ein, das entweder zu einem Gesamtbild nachhaltiger Entwicklung zusammenwächst oder eine überaus gefährdete Zukunft verheißt. Die Bürgerinnen und Bürger sollten sich der Macht, die sie mit ihren Kaufentscheidungen ausüben, bewusst sein. Wer sich mutig dazu entschließt, die politische und ökonomische Entwicklung in positiver Richtung mitzugestalten, stärkt die Gemeinschaft und das eigene Selbstwertgefühl.

Mit der vorliegenden Broschüre möchte die Aktion Gemeinsinn Sie motivieren, sich an dieser Kampagne zu beteiligen. Damit wir gemeinsam zur Verbesserung der Welt beitragen.

*Dr. Cornelia Sonntag-Wolgast  
Parl. Staatssekretärin a.D.  
Vorstandsvorsitzende*

## Bewusst handeln. Gemeinsam verändern.

Die Aktion Gemeinsinn will mit dem Appell an ein vernünftiges Kaufverhalten, die soziale und ökologische Verantwortung der Verbraucher sowie die Macht der Haushalte als Verwender von Produkten aktivieren. Denn bereits vor Jahren haben qualifizierte Schätzungen des Umweltbundesamtes zu der Erkenntnis geführt, dass etwa die Hälfte der Umweltbelastung nach dem Kauf von Konsumgütern anfällt, also durch deren Gebrauch und die anschließende Entsorgung.

Wir denken sofort an das Betanken und die Nutzung unseres Kraftfahrzeugs, den Einkauf von Heizöl und die Wärmeversorgung unserer Wohnung, die Beschaffung von Lebensmitteln und deren Zubereitung u.v.m. Seltener denken wir jedoch daran, dass nicht nur die so genannten Verbrauchsgüter, sondern auch die langlebigen Gebrauchsgüter - wie Pkw, Heizungsanlage, Herd und Spülmaschine - lediglich Vorleistungen sind, die wir von der Industrie über den Einzelhandel und die Transportunternehmen ordern. Folglich sind wir als Käufer auch zumindest für einen Teil der durch die Nachfrage ausgelösten Produktion und der damit verbundenen Umweltnutzung und Umweltbelastung verantwortlich.

In der globalisierten Welt herrscht eine grenzenlose Arbeitsteilung der Produktion, weil die Käufer oft möglichst billig kaufen wollen, ohne Rücksicht auf die Produktionsbedingungen. Auch über die Standorte der Produktion wird lediglich unter dem Gesichtspunkt möglichst niedriger Kosten für die Herstellung und den Transport entschieden, und die Produkte werden über Kontinent- und Ländergrenzen hinweg geliefert. Die globalen und nationalen Transportströme sind jedoch sehr material- und energieintensiv. Nicht nur durch unser Kaufverhalten vor Ort, sondern auch durch unsere Urlaubsreisen und Einkaufstrips in ferne Länder treiben wir als Konsumenten die Globalisierung und die damit verbundene Arbeitsteilung und Umweltbelastung voran.

Es sind also viele unserer Bedürfnisse sowie die Art der Bedarfsdeckung, die schädlich auf unsere soziale und natürliche Umwelt durchschlagen. Vernünftiges Kaufverhalten bedeutet, die Notwendigkeit und die Nebenwirkungen der Nachfrage, des Kaufs und der Nutzung von Marktgütern zu bedenken.

Lassen Sie uns so handeln, dass eine global nachhaltige, umwelt- und sozialverträgliche Produktion und Konsumtion gefördert wird. Stimmen Sie zu – und mit Ihrem Euro über die Anbieter ab: Geben Sie Ihrem Euro eine Chance, die Welt zu verbessern!

*Prof. Dr. Michael-Burkhard Piorkowsky  
Professur für Haushalts- und Konsum-  
ökonomik Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn*



## Wie man ein Geldverbesserer wird.

Illegale Kinderarbeit, tierquälereiartige Massentierhaltung oder sklaven-ähnliche Arbeitsverhältnisse – die meisten Verbraucher haben dazu eine klare Meinung. Im Zusammenhang mit der eindeutigen Ablehnung taucht schnell die Frage auf: Kann ein Einzelner überhaupt etwas bewirken?

Der Verbraucher kann die Welt verbessern. Er kann mit seinem Einkauf Einfluss nehmen. Denn der Konsument entscheidet mit, welche Produkte angeboten oder aufgelistet werden. Er beeinflusst Produktionsmethoden oder Einkaufsorte. Diese Macht des Verbrauchers ist angesichts stagnierender oder rückläufiger Umsätze in vielen Branchen gestiegen. Heute reicht schon eine kleine Gruppe entschlossener Verbraucher für eine Veränderung.

Denn viele Verbraucher wissen: Der Preis ist nicht alles. Sparsamkeit ist sicherlich eine Tugend, Geiz dagegen nicht. Deshalb ist es clever, beim Einkauf nicht allein auf den Preis am Regal zu achten, sondern die gesamten Kosten zu berücksichtigen. Folgekosten bei Strom- und Wasserverbrauch übersteigen nämlich schnell den eingesparten Einkaufspreis. Eine längere Nutzungsdauer der Produkte spart Geld, schont Ressourcen und nutzt der Umwelt.

Die Bereitschaft des Verbrauchers zu einem verantwortlichen Konsumverhalten hat Auswirkungen. Der Absatz von Bioprodukten im Lebensmittelbereich wächst kontinuierlich. Selbst die Discounter kommen nicht umhin, diese Produkte verstärkt anzubieten. Mehr Umsatz, mehr Produkte und Produktgruppen und mehr Einkaufsmöglichkeiten zeichnen auch den Fairen Handel aus. Die steigende Bereitschaft, den Strom- und Gasanbieter zu wechseln, hat nicht allein mit der Preisentwicklung zu tun. Immer mehr Verbraucher berücksichtigen nämlich Ökostromangebote, setzen mit dem Wechsel ein Zeichen für eine transparente und nachhaltige Energiepolitik.

Unternehmen reagieren auf diese Nachfrageveränderung und haben ihr soziales und ökologisches Handeln verbessert. Energieeffizienz, Klima- und Ressourcenschutz bringen nicht nur ökonomische Vorteile. Diese Maßnahmen tragen auch zu einer höheren Kundenzufriedenheit bei.

Die Welt zu verändern ist nicht unmöglich. Denn Verbraucher können sich beim Kauf von Produkten und Dienstleistungen positiv entscheiden. Für umweltfreundliche und gesundheitlich unbedenkliche Produkte. Für Klimaschutz und faire Arbeitsbedingungen. Nutzen Sie Ihren Einfluss und gestalten Sie die Welt von morgen mit. Geben Sie Ihrem Euro eine Chance! Sie bekommen dafür Qualitätsprodukte - und das gute Gefühl, die Welt ein wenig verändert zu haben.

*Georg Abel arbeitet als Bundesgeschäftsführer bei der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., dem 1985 gegründeten Bundesverband kritischer Verbraucherinnen und Verbraucher. Informationen unter [www.verbraucher.org](http://www.verbraucher.org).*





## Der entscheidende Faktor ist Ihre Kaufentscheidung.

Seien Sie ein „politischer Konsument“. Benutzen Sie Ihre Kaufentscheidung dazu, Einfluss auf bestimmte gesellschaftliche und politische Zustände zu nehmen; machen Sie Ihren Einkaufszettel zum Stimmzettel. Das können Sie durch den Kauf bzw. den Nichtkauf von bestimmten Produkten und Marken erreichen. Achten Sie dabei auf Qualität vor Preis, auf Ökologie, Nachhaltigkeit und soziale Kriterien. Voraussetzung für ein kluges Konsumentenverhalten ist immer eine gute und glaubwürdige Information.

Branchen- und produktbezogene Label sind für Verbraucher eine leicht nutzbare Informationsmöglichkeit. Grundsätzlich ist zwischen zwei Gruppen zu unterscheiden: Den Umweltsiegeln und den Sozialsiegeln. Leider entwertet die Labelflut der über 1.000 Gütezeichen ihre Wirkung.

Achten Sie deshalb bei der Beurteilung von Zertifizierungen darauf, ob das Unternehmen selbst geprüft hat und nach welchen Kriterien (first-party-certification), ob eine Branche oder ein Unternehmenszusammenschluss die Standards für alle Mitglieder gesetzt hat (second-party-certification) oder ob eine Zertifizierung von einer externen Organisation vorgenommen wurde (third-party-certification).

## Hier finden Sie 13 der wichtigsten Siegel:



Das „**FairTrade-Siegel**“ kennzeichnet fair gehandelte Produkte (Lebensmittel, Kleidung, andere Artikel). Die Zahlung von Mindestpreisen, die über dem Weltmarktniveau liegen, Vorfinanzierung, langfristige Lieferbeziehungen und das Verbot illegaler Kinderarbeit sind Siegelkriterien.



Das „**Bio-Siegel**“ garantiert die Herkunft von Lebensmitteln aus kontrolliert ökologischer Landwirtschaft nach den Bestimmungen der EG-Bio-Verordnung.



demeter



Die Siegel der Anbauverbände „**Bioland, Demeter und Naturland**“ gehen über das Bio-Siegel hinaus. Die Verbände verlangen die Erfüllung weiterer Kriterien, z.B. die Gesamtumstellung des Betriebes, eine Begrenzung der Gesamtdüngemenge, Bindung an selbst produziertes Futter und niedrigeren Tierbesatz pro Hektar.



Das Logo des „**Marine Steward Ship Council**“ steht für nachhaltige Fischerei. Einen Einkaufsführer, der gefährdete Fischarten aufführt, finden Sie im Internet unter [www.wwf.de](http://www.wwf.de)



Das „**Fair Stone Siegel**“ für Natursteine ist das erste professionelle Sozialsiegel. Die Sozialstandards wurden gemeinsam mit der Steinbruch-Berufsgenossenschaft in China entwickelt und bieten einen wirksamen Gesundheitsschutz für einen der gefährlichsten Berufe.



Der „**Blaue Engel**“ steht für umweltfreundlich, energieeffizient und emissionsarm. Seit 1978 beschließt eine unabhängige Jury nach genau definierten Kriterien die Maßstäbe für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen.



Für Kleidung gibt es die Label „**Öko-Tex Standard 100 und Öko-Tex Standard 100plus**“.



Das Blumengütesiegel „**Flower Label Program**“ sichert die Einhaltung strenger Standards bei der Produktion von Schnittblumen zu (verantwortlicher Umgang mit Pestiziden, Chemikalien etc.)



Das FSC-Siegel des „**Forest Steward Ship Council**“ ist nach Aussage führender Umweltverbände das weltweit einzige glaubwürdige Holzzertifizierungssystem. Eine nachhaltige Forstwirtschaft (möglichst geringer Maschineneinsatz bei der Ernte, Wiederaufforstung an gleicher Stelle) ist dabei ebenso berücksichtigt wie der Verzicht auf Pestizide. In Deutschland schneidet auch das Siegel „**Naturland, anerkannt ökologische Waldnutzung**“ sehr gut ab.



Das „**Grüner Strom Label**“ verspricht nicht nur Strom zu 100% aus erneuerbaren Energien, sondern auch die Förderung neuer Anlagen. Das ist nicht bei allen Ökostromanbietern der Fall. RECS-Zertifikate (Renewable Energy Certificates System), ein europäisches Handelssystem für Ökostromzertifikate, besagen lediglich, dass eine bestimmte Menge Ökostrom in das Stromnetz eingespeist wurde.

Wenn Sie es ganz genau wissen wollen, können Sie die kostenlose Datenbank [www.label-online.de](http://www.label-online.de) nutzen, die über 350 Zeichen bewertet hat.

# Bewusstes Einkaufen ist nachhaltiges Einkaufen.

## Unsere Tipps für Ihre Einkaufsliste:

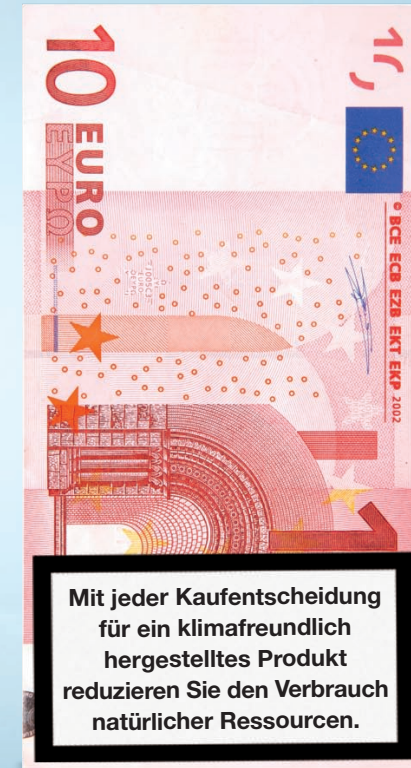
Mit jeder Kaufentscheidung für ein klimafreundliches und sozialverträglich hergestelltes Produkt können Sie zur Vermeidung von Treibhausgas-Emissionen beitragen und helfen, den Verbrauch natürlicher Ressourcen zu reduzieren.

Verbraucher können etwa zwei Drittel ihrer Treibhausgas-Emissionen über Kaufentscheidungen und Verhalten direkt beeinflussen, wenn sie nicht nur den Endenergieverbrauch, sondern auch die Energiebereitstellung, die Herstellung der Produkte sowie die Lagerung berücksichtigen. Hauptgründe für CO<sub>2</sub>-Emissionen sind neben der industriellen Verarbeitung Massentierhaltung, Futtermittelproduktion, Düngemittelleinsatz und Transporte.

Ökologischer Landbau ist klimaverträglicher als der konventionelle. Denn Öko-Betriebe stoßen nur rund drei Viertel der Treibhausgasmenge aus, die konventionelle Betriebe bei gleicher Produktmenge erzeugen.

Kürzere Transportwege vermindern den Energie- und Rohstoffverbrauch. Klimabewusste Verbraucher greifen deshalb zu regionalen Produkten und berücksichtigen die Saisonzeiten. Erdbeeren, Trauben oder Fisch, die per Flugzeug von weit her auf den Tisch kommen, sind klimapolitisch bedenklich.

Die Nutztierhaltung ist äußerst treibhausgasintensiv, besonders durch die Verwendung von Futterpflanzen und Stickstoffdünger. Die Verfütterung von Teilen der Ernte an Nutztiere ist allein aus energetischer Sicht nicht sinnvoll. Ernährungsexperten empfehlen daher zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung und aus gesundheitlichen Gründen den Verzehr von mehr pflanzlichen statt tierischen Lebensmitteln.





Einheimisches Gemüse aus Freilandanbau zu kaufen, ist aus Klimasicht sinnvoll. Auf Gemüse aus energieintensiv beheizten Treibhäusern sollten Verbraucher daher verzichten.

Die Lebensmittel sollten möglichst frisch und nicht tiefgekühlt sein, denn so wird weniger Energie für Herstellung, Transport und Kühltheke im Lebensmittelmarkt und Lagerung zu Hause aufgewandt.

Auch der Einkauf von Textilien kann Einfluss auf die Umwelt haben. Die Produktion von Textilien geht oft einher mit einer Verunreinigung des Wassers sowie einem enormen Einsatz von Energie, Pflanzenschutzmitteln, Farb- und Hilfsstoffen, die das Klima belasten. Ein Teil der Belastung lässt sich durch umweltverträgliche Herstellung vermeiden. Mittlerweile gibt es viele Unternehmen, die Ökotextilien in ihrem Sortiment haben.

Achten Sie darauf, ob die erworbenen Produkte oder die Verpackungen recyclingbar sind. Durch den Kauf von Recyclingpapier mit dem Blauen Engel werden Wälder als wichtige Ressource und Lebensraum geschützt.

Mehrwegverpackungen weisen in der Regel eine bessere Ökobilanz auf. Die Deutsche Umwelthilfe hat berechnet, dass der Einkauf von Mineralwasser in PET-Plastikflaschen beim Discounter unser Klima mit fast doppelt so hohen CO<sub>2</sub>-Emissionen belastet wie der Kauf eines regionalen Markenwassers in Glas-Mehrwegflaschen.

Beim Neukauf von Haus- und Elektrogeräten sollten Sie auf Nachhaltigkeit achten. Wählen Sie die Energieeffizienz-Klasse A, bei Kühl- und Gefriergeräten Klasse A++. Alte Elektrogeräte zu ersetzen lohnt sich oft schon allein aus wirtschaftlichen Gründen.

## Erst fragen, dann kaufen.

Als kritischer Konsument sollten Sie sich von folgenden Überlegungen leiten lassen:

- Wurde das Produkt umweltschonend und sozialverträglich hergestellt?
- Wie groß ist die Transportbelastung?
- Gibt es eine näher gelegene Einkaufsmöglichkeit oder alternative Verkehrsmittel?
- Wie langlebig oder ergiebig ist das Produkt?
- Wie energieeffizient ist das Produkt (Herstellung und Nutzung)?
- Gibt es Alternativen (z. B. Secondhand-Waren)?
- Wie hoch ist die Belastung durch Verpackungsmüll (30% des privaten Hausmülls entfällt auf Verpackungen)? Ist die Verpackung recycelbar?
- Wie umwelt- und sozialverträglich sind die Einzelhandelskonzerne, bei denen Sie einkaufen?

### Bücher:

- Christa Pöppelmann, Melanie Goldmann:  
Umweltgerecht einkaufen. Worauf Verbraucher achten sollten.  
Hg. DIN Deutsches Institut für Normung e.V. Berlin 2008  
(Mit Gütesiegelübersicht und Entscheidungshilfen)
- Die Welt am Scheideweg: Wie retten wir das Klima?  
Hg. Germanwatch Hamburg 2008
- PendoCO<sub>2</sub>-Zähler. Die CO<sub>2</sub>-Tabelle für ein klimafreundliches Leben. Pendo München und Zürich



### Institutionen und Adressen:

- [www.nachhaltiger-warenkorb.de](http://www.nachhaltiger-warenkorb.de)  
(Rat für nachhaltige Entwicklung)
- [www.echtgerecht.de](http://www.echtgerecht.de)  
(Kampagne zum Cleveren einkaufen, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz)
- [www.dialogprozess-konsum.de](http://www.dialogprozess-konsum.de)  
(Nationaler Dialogprozess zum nachhaltigen Konsum der Bundesregierung)
- [www.ioew.de](http://www.ioew.de)  
(Institut für ökologische Wirtschaftsforschung/ IÖW)
- [www.oeko-fair.de](http://www.oeko-fair.de)
- [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de)
- [www.fairtrade.de](http://www.fairtrade.de)
- [www.atmosfair.de](http://www.atmosfair.de)
- [www.future-ev.de](http://www.future-ev.de)
- [www.bmu.de](http://www.bmu.de)  
(Bundesumweltministerium)
- [www.bwa-deutschland.de](http://www.bwa-deutschland.de)  
(Bundesverband für Wirtschaftsförderung und Außenwirtschaft)
- [www.ecotopten.de](http://www.ecotopten.de)  
(Öko-Institut e.V.)
- [www.nachhaltige-produkte.de](http://www.nachhaltige-produkte.de)  
(VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.)
- [www.rugmark.de](http://www.rugmark.de)  
(Initiative gegen illegale Kinderarbeit in der Teppichproduktion)
- [www.bayern-gegen-ausbeuterische-Kinderarbeit.de](http://www.bayern-gegen-ausbeuterische-Kinderarbeit.de)
- [www.label-online.de](http://www.label-online.de)
- [www.utopia.de](http://www.utopia.de)
- [www.saubere-kleidung.de](http://www.saubere-kleidung.de)



## Impressum.

**Herausgeber:**

Aktion Gemeinsinn e. V.  
Am Hofgarten 10  
53113 Bonn

**Text:**

Gabriele van de Sand

**Redaktion:**

trio-goup & kölnner/Götz Straube (Aktion Gemeinsinn)

**Verantwortlich**

i.S.d.P.: Christian Wilmsen

**Gestaltung:**

trio-goup & kölnner (Andrea Gotzes/Marco Fettes)

Die Aktion Gemeinsinn dankt trio-group & kölnner für die unentgeltliche Gestaltung der Anzeige und Broschüre.

Aktion Gemeinsinn e. V. • Am Hofgarten 10  
53113 Bonn • Telefon: 0228/2223 06  
info@gemeinsinn.de • www.gemeinsinn.de  
Schirmherr: Bundespräsident Horst Köhler



**Aktion Gemeinsinn e.V.**  
eine Vereinigung unabhängiger Bürger in Deutschland