

Interesse an Ökostrom lässt nach

Heidelberg. Verbraucher interessieren sich weniger für Ökostrom. Darauf lässt zumindest eine Auswertung von Daten des Vergleichsportals Verivox schließen. Demnach entschieden sich 2017 bei einem Stromanbieterwechsel über das Portal insgesamt 36 Prozent der Verbraucher für einen Ökostromtarif. 2012 lag dieser Anteil noch bei 76 Prozent.

Dennoch kann sich laut Verivox im Vergleich zu den Strompreisen in der örtlichen Grundversorgung der Wechsel zu einem Ökostromtarif lohnen. Bei einem Verbrauch von etwa 4000 Kilowattstunden können im bundesdeutschen Durchschnitt aktuell bei Ökostromanbietern rund 300 Euro eingespart werden.

Wer wechseln möchte, kann dazu Tarifrechner im Internet nutzen, erklärt die Verbraucherzentrale Brandenburg. Damit erhält man nach Eingabe des persönlichen Jahresverbrauchs und der Postleitzahl eine Preisübersicht verschiedener Versorger. Verbraucher sollten idealerweise verschiedene Rechner nutzen, da sich die Portale auch über Provisionen finanzieren. Zudem ist es ratsam, die Angebote immer noch einmal auf der Homepage des Anbieters zu recherchieren.

Auch die möglichen Voreinstellungen und Filter sollten überprüft werden. Es ist zum Beispiel sinnvoll, sich die Tarife ohne mögliche Bonuszahlungen anzeigen zu lassen, weil die häufig an Bedingungen geknüpft sind und nur einmalig gelten.

IN KÜRZE

Bei Handyverträgen Drosselung beachten

Berlin. Ist das monatliche Datenvolumen im Mobilfunktarif verbraucht, wird in den meisten Verträgen die Geschwindigkeit herabgesetzt. Hierbei gibt es aber Unterschiede, wie Telarif.de erklärt. Nutzer sollten deswegen beim Vertragsabschluss ins Kleingedruckte schauen.

Während 56 Kilobit pro Sekunde (Kbit/s) noch für Messenger-Apps ausreichen, kommen Raten von 32 oder gar 16 Kbit/s einem abgeklemmten Anschluss gleich.

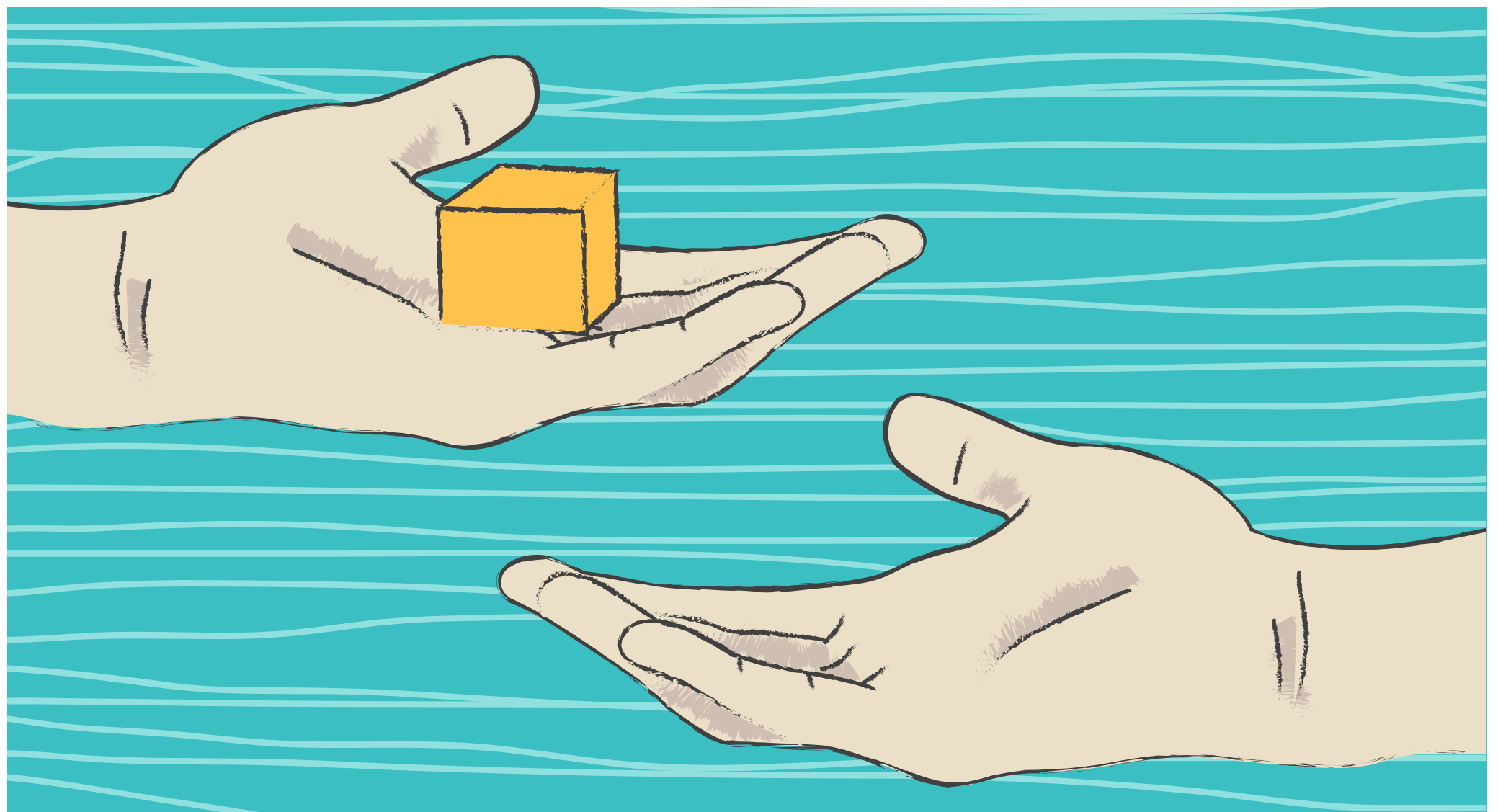
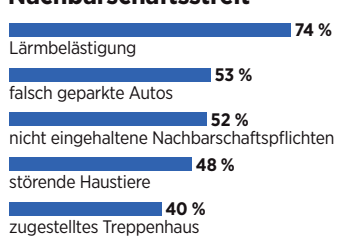
Wer etwas Geld in die Hand nimmt, erhält Verträge mit eingeschränkter Drosselung. Die Telekom bietet seit Kurzem für rund 80 Euro im Monat einen unbeschränkten Smartphonetarif an, die Free-Tarife von O2 werden nach Erreichen des gebuchten Volumens auf 1000 Kbit/s (1 Mbit/s) heruntergefahren. Damit sind die meisten mobilen Anwendungen noch gut nutzbar.

Gebrauchtes Rad ohne Risiken kaufen

Göttingen. Wer online ein gebrauchtes Fahrrad kaufen will, sollte auf Angebote aus der Nähe seines Wohnortes setzen. „Fotos und Beschreibungen allein sind oft nicht aussagekräftig genug und können eine Probefahrt schon gar nicht ersetzen“, sagt Thomas Geisler vom Pressedienst Fahrrad (PD-F). Bei einer Besichtigung sollte man Rahmen und Gabel genau prüfen. In der Regel gelten bei Gebrauchtwagen zwei Jahre gesetzliche Gewährleistung. Privatleute können sie ausschließen. Das sollten diese auch tun, rät Geisler, sonst könnten sie zwei Jahre lang für Reklamationen aufkommen. Gut sei eine Formulierung wie „Die Ware wird unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung verkauft“.

ZAHLEN, BITTE!

Häufigste Gründe für Nachbarschaftsstreit



Helpende Hände – auch beim Einkauf: Konsumenten in Deutschland können Bedürftige in anderen Teilen der Welt unterstützen.

RND-ILLUSTRATION: PATAN

„Soziale Produkte“ erobern die Läden

Beim Einkauf auch an andere denken – diese Möglichkeit bieten die deutschen Handelsketten immer öfter. Der neue Trend: Produkte, die beim Kauf Hilfe für Menschen in Not garantieren

Von Erich Reimann

Einkaufen und gleichzeitig Gutes tun: Immer häufiger bieten die großen deutschen Handelsketten ihren Kunden die Möglichkeit dazu. Jetzt gibt es bei Rewe und dm unter dem Markennamen Share (teilen) sogar Mineralwasser, Flüssigseife und Nussriegel, bei denen die Hilfen für Menschen in Not sozusagen fester Bestandteil des Produkts sind.

„Das Prinzip ist einfach: Für jedes verkaufte Produkt der Marke Share wird einem Menschen in Not mit einem gleichwertigen Produkt oder Service geholfen“, beschreibt der Gründer des Start-ups, Sebastian Stricker, die Grundidee. Eine Flasche Wasser sichert einen Tag sauberes Trinkwasser durch den Bau oder die Reparatur von Brunnen. Ein Nussriegel ermöglicht die Verteilung einer Portion Essen in Deutschland oder in Ländern wie dem Senegal, und eine Flasche Handseife finanziert eine Seife – oft in Verbindung mit Hygienetrainings an Schulen. Mithilfe eines Barcodes an jedem Artikel können die Käufer nachverfolgen, wohin die Hilfe geht.

Bei Deutschlands zweitgrößtem Lebensmittelhändler, Rewe, und auch bei der Drogeriemarktkette

dm stieß Stricker mit seiner Idee einer „sozialen Konsumgütermarke“ auf offene Ohren. „Mit jedem Kauf kann gleichzeitig einem Menschen in Not geholfen werden. Das finde ich großartig“, sagt Rewe-Chef Lionel Souque. Rewe bietet die Produkte deshalb seit Kurzem in mehr 3000 Märkten an und platziert sie prominent in den Läden.

Auch Deutschlands größte Dro-

„Wir glauben, dass diese Produkte den Zeitgeist treffen.“

Sebastian Bayer,
dm-Geschäftsführer

geriemarktkette dm hat die Share-Produkte in ihr Sortiment aufgenommen. „Wir glauben, dass diese Produkte den Zeitgeist treffen. Vor allem junge Kunden konsumieren sehr bewusst und berücksichtigen bei ihrer Kaufentscheidung sehr genau, welche Werte ein Unternehmen vertritt“, sagt dm-Geschäftsführer Sebastian Bayer.

Vergleichbare Projekte gibt es bislang vor allem im angelsächsischen Raum. Das bekannteste Beispiel ist wohl Toms, ein im Jahr 2006 gegründetes kalifornisches Schuhunternehmen, das für jedes verkaufte Paar Schuhe ein Paar Schuhe an Kinder in der Dritten Welt verteilt – inzwischen über 60 Millionen Paare. Vielleicht gewöhnungsbedürftig für deutsche Konsumenten: Sowohl Toms als auch Share sind trotz des sozialen Engagements keine Non-Profit-Organisationen, sondern wollen auch Gewinn machen.

Der dm-Geschäftsführer Bayer ist zuversichtlich, dass die Zeit auch in Deutschland reif ist für solche Produkte. Allerdings sei die Markteinführung wohl eher ein Dauerlauf als ein 100-Meter-Sprint. Ganz billig sind die Share-Produkte nämlich nicht. Die Flüssigseife kostet etwa 3 Euro pro Flasche, der Nussriegel um die 1,50 Euro pro Stück und der halbe Liter Mineralwasser schlägt mit 50 oder 60 Cent zu Buche.

Eine hohe Produktqualität sei wichtig, verteidigt Stricker die Platzierung. Schließlich solle sich das Produkt auf Dauer am Markt bewähren. „Wir glauben, dass die meisten Leute gern anderen helfen. Aber wenn wir sie als dauerhafte Kunden gewinnen wollen, müssen die Leute auch sicher sein, dass sie sich selbst mit dem Produkt etwas



Der neue Trend, wenn auch für den Käufer nicht ganz billig: Produkte, etwa von der Marke Share sollen beim Kauf Hilfe für Menschen in Not garantieren.

FOTO: DPA

Das Prinzip Charity-Shopping

Auch wer online einkauft, kann für wohltätige Zwecke spenden. Das Prinzip: Wer etwa über die Online-Seite Schulengel.de kauft unterstützt bei jedem Kauf Kinderhilfeeinrichtungen, Sportvereine oder Natur- und Tierschutzorganisationen. Die Spende stammt von den beteiligten Unternehmen. Der Kaufpreis erhöht sich nicht. **Ähnlich funktionieren** Bildungsspendender.de, Gooding oder Bonsum.

Amazon hat sein eigenes Charity-Shopping-Projekt „Amazon Smile“. Wenn der Käufer möchte, gibt der Onlineversandriese 0,5 Prozent der Einkaufssumme als Spende weiter.

Gutes tun.“ Wenn Share nur 0,15 Prozent des Mineralwassermarktes und ein Prozent des Snackriegelmarktes erobere, könne das Unternehmen jeden Tag einen Brunnen bauen und 100 000 Mahlzeiten verteilen, rechnet er vor.

Doch stehen Rewe und dm bei Weitem nicht allein da mit dem Versuch, Konsum und soziales Handeln zu verbinden. Der Discounter Lidl etwa lud im März alle Kunden ein, im Laden ein Teil mehr zu kaufen und für die lokalen Tafeln zu spenden. In allen 3200 Lidl-Filialen standen dazu Spendenboxen im Kassenbereich bereit. An den Pfandautomaten des Discounters können die Kunden außerdem den Erlös für die zurückgebrachten Flaschen ganz oder teilweise für die Tafel Deutschland spenden. In den vergangenen zehn Jahren erbrachte das über 14 Millionen Euro.

Und Aldi Süd verkauft zurzeit bereits zum dritten Mal Mehrwegtaschen zugunsten der Manuel Neuer Kids Foundation.

„Soziales Engagement ist heute für Handelsketten von größerer Bedeutung als je zuvor. Sie müssen zeigen, was sie als Unternehmen Gutes tun für die Gesellschaft. Gerade die jüngeren Kunden, die Millennials, fragen danach“, sagt der Marketingexperte Martin Fassnacht von der Düsseldorfer Wirtschaftshochschule WHU zum Trend.

Vorsorge für die eigene Beerdigung treffen

Wer alles selbst planen und bezahlen will, kann mit seinem Bestatter einen Vertrag abschließen. Worauf dabei zu achten ist

Von Leonard Kehnscherper

An den eigenen Tod zu denken fällt vielen Menschen schwer. Allerdings kann es gute Gründe geben, Kosten und Details der eigenen Beerdigung bereits vorab zu regeln. „Wer seine Bestattung selbst regelt, kann viel sicherer sein, dass später auch nach seinen Vorstellungen vorgegangen wird“, sagt Dietmar Kurze vom Deutschen Anwaltverein.

„Vorsorger sollten aber unbedingt beachten, dass die Zahlung gesichert ist“, sagt Kurze. Das geht zum Beispiel über eine Treuhand. „Sonst kann es sein, dass das Geld wegst, wenn das Bestattungsunternehmen nicht mehr existiert.“

Doch wie laufen der Vertragsabschluss und die Absicherung genau ab? Der Kunde spricht mit dem Bestatter zunächst über seine konkreten Wünsche, erklärt Stephan Neuser, Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Bestatter. In



Urne oder Sarg: Kosten und Details der eigenen Bestattung kann man vorab selbst regeln.

FOTO: DPA

dem Vertrag kann der Kunde etwa den Kauf des Grabmals und die langfristige Grabpflege regeln.

Anschließend erstellt der Bestatter ein Angebot. Gemäß dem Kostenvoranschlag schließt der Kunde dann einen Treuhandvertrag zur Bestattungsvorsorge ab. Die Zahlung erfolgt über den Bestatter oder

direkt an die Treuhand. Das Kapital werde anschließend verzinslich angelegt, so Neuser. Die Höhe des Treuhandvermögens wird dem Vorsorger mindestens einmal im Jahr über den Bestatter mitgeteilt.

„Ein Vertrag mit einer Treuhandgesellschaft ist sinnvoll, wenn der Kunde seine Bestattung auf einen

Schlag im Voraus bezahlen und das Geld vor dem Zugriff des Sozialamts schützen will“, sagt Marion Weitemeier von der Stiftung Warentest. Die Stiftung hat zuletzt vier Treuhandgesellschaften zur Bestattungsvorsorge verglichen. Ein Ergebnis: Das Geld der Kunden ist bei drei Gesellschaften gut geschützt.

Der Vorsorgevertrag kann jedoch auch Nachteile mit sich bringen: „Vorzeitig zu kündigen kann teuer werden“, sagt Marion Weitemeier. Die Warentester hätten Verträge gefunden, die bei einer Kündigung bis zu 20 Prozent der Auftragssumme verlangen. Verbraucher sollten sich daher die Bedingungen gut durchlesen, bevor sie den Vertrag unterzeichnen, rät Weitemeier.

Wer seine Beerdigung angesichts dieser Risiken doch nicht gleich komplett bezahlen will, hat Alternativen. „Verbraucher können einen persönlichen Testamentsvollstrecker benennen, bevollmächtigen und diesen später die Angelegenheiten der Beerdigung erledigen lassen“, empfiehlt Kurze.

Außerdem können Verbraucher zusätzlich eine sogenannte Bestattungsverfügung hinterlassen. Darin halten sie fest, wer zuständig ist und wie die Bestattung später aussehen soll. „Das hilft Angehörigen oder Freunden, die später tätig werden sollen, immer sehr.“

Bei kleineren Vermögen lohne sich ein Testamentsvollstrecker allerdings nicht. Und auch die Bestattungsverfügung kann lückenhaft sein, wenn das Gespräch mit dem Bestatter nicht stattgefunden hat. Entscheidend ist zudem, dass die Angehörigen, der Testamentsvollstrecker, das Pflegeheim oder andere Kontaktpersonen wissen, dass eine Bestattungsvorsorge getroffen wurde und wo sie zu finden ist. „Sonst hilft auch die beste Vorsorge nichts“, stellt Kurze vom Deutschen Anwaltverein klar.