

Nytt år – ny organisation!

Tematräffar, föreläsningar och temagrupper sätts i fokus med KfS nya organisation som startar från årsskiftet.

PÅ HÖSTSTÄMMAN den 29 november antogs föreningens **NYA STADGAR**, en direkt följd av den nya organisationen. KfS verksamhetsområde ska fortsätta att vara uppdelat i tio områden, s k distrikt, men de årliga butiksstämmorna ersätts av större medlemsmöten. Boka redan nu in **DEN 24 APRIL**

Har du förslag på någon lämplig kandidat till distriktsstyrelsen eller ombud till föreningsstämman, skicka då in din nominering senast den 28 februari och ditt förslag till ledamot till föreningsstyrelsen senast den 31 mars. Skicka nomineringen till Konsumentföreningen Stockholm, Föreningssekretariatet, Box 4050, 102 61 Stockholm. Fax 08-743 55 53, e-post birgitta.e@konsumentforeningenstockholm.se Se även vår hemsida www.konsumentforeningenstockholm.se

för då genomför samtliga distrikt sina **ÅRSMÖTEN PÅ SOLVALLA**. Förutom att du kan rösta fram dina representanter till distriktsstyrelse och ombud till föreningsstämman, kommer det att bjudas på uppträdanden, föreläsningar och annat – för såväl vuxna som barn. Medlemsråden – den viktiga länken mellan dig som konsument och butikerna kommer att vara kvar. Skillnaden mot tidigare är att du röstar fram distriktsstyrelsen som sedan utser medlemsråd till butikerna.

YTTERLIGARE en nyhet är att **MOTIONSTIDEN FÖRÄNDRAS**. Har du en fråga som du vill ska tas upp på KfS årsstämma, så ska den vara föreningssekretariatet till handa senast den 1 september 2004.

FAKTA/INSATSKONTOT

Den 1 januari 2004 sänkte KfS insatsen från 1 000 kr till 100 kr och räntan på insatsen föreslås avskaffas. För dem som har ett överskjutande belopp på insatskontot så överförs detta efter stämmobeslut (i maj 2004) till medlemskontot, som förräntas med samma räntesats som MedMera Konto. Mer info på www.konsumentforeningenstockholm.se



Räcker det med en macka?

Nej, det tycker inte KfS som har anmält reklam för Unilevers Becel pro.activ och Carlshamns Benecol till Bedömningsnämnden för kost/hälsa-information (BKH) – livsmedelsbranschens etiska nämnd som granskar hälsopåståenden i marknadsföringen. Båda företagen har haft reklam på temat att den som äter smörgåsar med just deras margarin sänker sitt kolesterolvärde.

Vi anser att det är ett grovt förenklat budskap. Så kallade functional foods kan aldrig vara annat än ett komplement till att äta en bra kost med mycket frukt, grönsaker och fullkornsprodukter och att röra på sig ordentligt. BKH gav KfS rätt och fällde reklamen för Becel pro.activ.

Uttalandet om Benecol är inte klart. Läs mer på www.hp-info.nu och www.konsumentforeningenstockholm.se

Aktivera ditt Coop MedMera Konto – vinn hotellnatt!

Vecka 4 och 5 är det medlemsveckor i Coops butiker. Passa på att aktivera kontot till ditt Coop MedMera-kort, så har du chans att vinna en hotellövernattnig i Sverige! Tävla om tolv hotellövernattningar för vardera två personer.

Lördagen den 24 januari, kl. 11-14, finns medlemsråd från Konsumentföreningen Stockholm och Norrort på plats i butikerna och informerar om medlemskapets fördelar och berättar hur du aktiverar ditt Coop MedMera Konto. Välkommen!



COOP KONTAKT 020-71 10 10, vardagar 9-17
När du har frågor om och synpunkter på mat, miljö, Coops butiker, Coop MedMera-kortet och innehållet på hemsidan www.coop.se

KfS MEDLEMSSERVICE 020-97 59 59, vardagar 9-17
Frågor om medlemskapet, insatser m m.

TEMATRÄFFAR

Rätt försäkrad?

Att välja rätt försäkring kan ibland kännas svårt – vad är det egentligen som skiljer olika försäkringar från varandra och vilka försäkringar är absoluta måsten? **Gunnar Olsson** från Konsumenternas Försäkringsbyrå berättar om vilka försäkringar man bör ha i olika stadier av livet. Svar ges på frågor som vad hemförsäkringen egentligen omfattar, om extra reseförsäkringar verkligen behövs vid utlandssemestern, vad en extra sjukförsäkring innebär och hur barn kan försäkras.

Måndag 2 februari

Tid: kl. 18.00-20.00

Plats: ABF-huset, Fabiansalen, Sveavägen 41 (T-bana Rådmanngatan)

Pris: 40 kr (icke medlemmar 60 kr)



Aktiv semester i år? Kanske behövs en extra försäkring?



Högt blodtryck – vad göra åt det?

Cirka en miljon svenskar har högt blodtryck. En åkomma som ökar risken för allvarliga sjukdomar som stroke och hjärtinfarkt. **Jan Östergren**, docent och överläkare vid Karolinska Sjukhuset berättar om hur vi förebygger högt blodtryck och vad vi kan göra för att lindra effekterna av högt blodtryck om vi har fått det. Saltet i vår mat anses som en bidragande orsak. Hur mycket salt innehåller egentligen maten? Livsstilsförändringar och/eller läkemedel kan sänka blodtrycket. När och hur använder vi dessa åtgärder?

Måndag 16 februari

Tid: 18.00–20.00

Plats: ABF-huset, Zetasalen, Sveavägen 41 (T-bana Rådmanngatan)

Pris: 40 kr (icke medlemmar 60 kr)



Livet är ditt!

Trött? Stressad? Äter dåligt? Motionerar sällan? Investera i dig själv och gör 2004 till ditt mest konstruktiva år! Delta i ABF:s cirkel "Livet är ditt!" till ett förmånligt pris.

Kost, motion, stress och andra faktorer som påverkar din hälsa tas upp. Det handlar inte om mirakelmetoder som ska få dig att bli smal, lycklig och älskad över en natt, utan om sunt förnuft och kunskap om hur vi människor fungerar fysiskt och mentalt. Den egna hälsan prioriteras ofta bort i vardagen, så passa på nu när det är dags för nyårslöften! Lär dig hur du kan leva hälsosammare och hur ändrade vanor gör dig starkare, friskare och full av energi!

Cirkeln omfattar 10 gånger à 3 studietimmar med start vecka 6.

Ta kontakt med din lokala ABF-avdelning. **Pris:** 650 kr.

Plats

ABF Stockholm, Sveav. 41, Stockholm
 ABF Södertälje, Davidssons gränd 3, Södertälje
 ABF Upplands Väsby, Skolvägen 2, Upplands Väsby
 ABF Huddinge, Kommunalvägen 26, Huddinge
 ABF Sundbyberg, Landsvägen 41, Sundbyberg

Telefon

08-453 41 00
 08-554 424 30
 08-505 868 00
 08-774 02 70
 08-505 868 00

Jag vill inte ha något på köpet!

Nej, nu får det banne mig vara nog! Snart går det inte att köpa något utan att få något annat på köpet. Jag vill inte ha en vit julstjärna i papp när jag köper tidningen Amelia. Jag har tillräckligt med julstjärnor. Och skulle jag, mot all förmodan, råka vilja ha en till, vill jag själv bestämma hur den ska se ut. Köper jag en serietidning får barnen en idiotleksak på köpet. Något skräp som är intressant max tio minuter och sedan hamnar på golvet tillsammans med tusentals andra skräpsaker. Om barnen inte har satt föremålen i halsen innan dess. Det händer alltför ofta. Läste någonstans att svenska barn i genomsnitt har 600 leksaker. En stor del är säkert sådant som ligger på golvet i beståndsdelar och som gör förtvivlat ont att trampa på när man tassar in i mörkret för att säga god natt.



FRUKOSTFLINGOR säljs tillsammans med dataspel. Har alla småbarnsföräldrar datorer i dag? Ställ er i en butik och observera uttröttade barnfamiljer. "Jag vill ha de flingorna" vrålar en unge medan mamman förklarar att han aldrig har tyckt om just de flingorna. "Nej, men jag vill ha spelet", skriker ungen tillbaka, illröd i ansiktet. Eller familjen med två pojkar som måste köpa två serietidningar, annars slåss barnen om den leksak som följer med.

JULSTJÄRNA eller plopp-pistol, det är lika illa vilket som. Någonstans på jordklotet, har någon suttit och designat en pryl, eländet har tillverkats, stoppats i låda, fraktats tusentals mil, plockats upp, lagts i cellofan tillsammans med något annat, plockats upp i våra hem för att antingen hamna i soptunnan direkt eller efter några dagar. Vilket slöseri med resurser – det är ju sjukt.

VI SOM INTE VILL kasta fler saker i soporna, bör göra något åt saken. Vi lämnar kvar "på köpet-prylen" i butikskassan och begär att få någon krona i avdrag. För varför ska vi betala för något som vi inte vill ha? Och när kassorna är fulla av plopp-pistoler och butikspersonalen protesterar till högre ort, begriper inköparna allvaret och vägrar köpa in fler flingor eller tidningar med pryglar i. Och då ändrar sig tidningsförlagen, flingtillverkarna och alla andra och lovar dyrt och heligt att aldrig mer stoppa in idiotsaker i paket. Så går det till i de bästa av alla världar, och varför skulle inte vi tillsammans kunna åstadkomma det?

LOUISE UNGERTH

CHEF FÖR KONSUMENTFRÅGOR

KONSUMENTFÖRENINGEN STOCKHOLM

louise.u@konsumentforeningenstockholm.se

Box 4050, 102 61 Stockholm

E-post: info@konsumentforeningenstockholm.se

Telefon: 08-743 50 00, fax: 08-743 55 53

Internet: www.konsumentforeningenstockholm.se



KATU
"The mind moving drink" gjord på Inkafrukt från Peru.



TE- OCH KAFFEDRINKAR
Hur många som helst! Här en burk kallt svart kaffe att läska sig med eller använda i matlagning. Kaffe är hett som krydda i grytor och såser.



WELLNESS
Vårt intresse för hälsa och välbefinnande exploateras av en törstig dryckesindustri. Aloe vera är ingrediensen på modet, inte bara i ansiktskrämer, utan kommer också starkt i både mat och dryck.



ALKO
Isglass för partysugna. Dansa och ät glass samtidigt så slipper du lämna dansgolvet för att fylla på fyllan. 4,8 procent alkohol och med smaker som tequila-lime och vodka-energy. Svenska myndigheter har, tack och lov, sagt nej.

Nya dryckestrender – sprit i glassen, kaffe i grytan, syre i vattnet

DET ÄR FÖRST vid ett besök på den stora internationella livsmedelsmässan i Köln, Anuga, som det går att förstå hur ofantligt mycket olika slags mat och dryck som produceras. Det tar 25 minuter att gå i rask takt från första mässhallen till den sista. Och inte ens på två dagar hinner man se allt. Här i Köln träffas livsmedelsproducenter från när och fjärran, stora som små, nya produkter lanseras och affärer görs upp. Ett mässbesök är A och O för den som vill få en uppfattning om nya trender på livsmedelsmarknaden. Årets mässa visade bland annat upp en explosion av olika drycker med mer eller mindre nödvändiga egenskaper. Här är ett smakprov.

TEXT LOUISE UNGERTH louise.u@konsumentforeningenstockholm.se



CARPE DIEM
Fånga dagen med en "wellnessdrink" med ginkgo, kefir eller kombucha.



VATTEN
Vatten dyker upp i alla möjliga skepnader och i superdesignade förpackningar. Här ett syreberikat vatten – "med 15 gånger mer naturligt syre".



FRUIT SHOOT
Fruktdryck för aktiva barn i 6- till 12-årsåldern. "Mammorna älskar den", säger reklamen. Vid en närmare titt så innehåller flaskan gott om socker och bara 10 procents fruktjuice.