

## Se upp för "maltbaserad" läskedryck!

De ser ut som läsk, smakar som läsk, men är lika starka som folköl. Eftersom dryckerna görs på en maltbas får de säljas med alkoholhalt på 3,5 procent i livsmedelsbutikerna, något som annars är förbehållet öl. Tapp till kryphålet snarast, säger KfS i brev till folkhälsoministern. Drycken är väldigt lättdrucken för en trettonåring som vill bli full.



## Påskmarknad på Överjärva gård



3-4 APRIL, KL 11-16. Upplev en riktig påskmarknad med försäljning av hantverk, påskris, ekologiska ägg och mycket mer! Fika på kaféet, träffa nyfödda lammungar och andra djur, botanisera i antikboden, byggnadsvårdsbutiken och köp bröd som bakats i vedugn. Ta pendeltåg eller buss till Ulriksdals station. Därefter är det tio minuters promenad till gården. KfS deltar även i år med någon rolig aktivitet!

Mer info på [www.overjarvagard.se](http://www.overjarvagard.se)

## Vem vill DU se i KfS styrelse?

Nu är det sista chansen att nominera kandidater till KfS styrelse! Styrelsen ska vara allsidigt sammansatt och ledamöterna bör ha kunskaper om Kooperation, konsumentfrågor, ekonomi och samhällsliv. Den du föreslår ska vara medlem i föreningen och beredd att ta uppdraget. Styrelsen väljs på KfS stämma den 26 maj och består för närvarande av nio förtroendevalda ledamöter samt vd och personalrepresentanter. Vi behöver din nominering senast den 31 mars. En blankett finns att ladda ner på KfS hemsida. Skicka din nominering med en kortfattad personbeskrivning till: Birgitta Ehlin, Konsumentföreningen Stockholm, Box 4050, 102 61 Stockholm, [birgitta.e@konsumentforeningenstockholm.se](mailto:birgitta.e@konsumentforeningenstockholm.se) Fax: 08-743 55 53.

## Välj dina förtroendevalda!

Nu är det dags att välja representanter till KfS distriktsstyrelser och ombud till föreningsstämmorna. Mellan den 19 och 24 april kan du rösta på KfS hemsida (se adress nedan), där det finns tydliga instruktioner om hur du ska gå till väga för att avge din röst. Om du inte har tillgång till Internet, så kan du den 20-22 april kl 11-18 rösta vid valstationen utanför Coop Konsum i Slussengallerian.

Du kan också under tiden 13-21 april kl 10-16 (ej lördag-söndag) ringa 08-743 55 29, identifiera dig med ditt MedMera-kort och beställa en röstsedel. Tänk på att du måste vara personlig medlem, det går inte att rösta om du har extrakort. Enklaste och trevligaste sättet att rösta på blir på vårt stora medlemsmöte på Solvalla den 24 april, dit hela familjen är välkommen! Läs mer om dagens spännande aktiviteter på inbjudan på omslaget till denna tidning.

## Bluffstopp stoppar modemkapning

Modemkapning – att Internetuppkopplingen styrs om till dyra utlandssamtal eller andra telefonserviceer – har drabbat många konsumenter. Konsumentverket har därför tagit fram programmet Bluffstopparen, vilket förhindrar att oönskade nummer rings upp.

Programmet känner av om ett nytt telefonnummer läggs in i telefonlistan, och för att komma ut på nätet måste du godkänna det nummer som ska användas för uppkopplingen. Det är enbart om du har ett telefonmodem som det finns risk för kapning, inte om du har bredbandsuppkoppling via ADSL eller ISDN. På [www.kov.se](http://www.kov.se) får du veta hur Bluffstopparen installeras och vilka operativsystem det fungerar för. Men, Bluffstopparen är inte någon total garanti, så var alltid försiktig vid nätsurfning och klicka inte ja i någon ruta utan att noga läsa texten.



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](http://www.coop.se)

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

## TEMATRÄFFAR

### Ecodriving och bilpool

#### – smartare bilkörning!

Trött på höga bilkostnader? Eller behövs bilen bara ibland – på semestern eller vid storhandling? En bilpool ger tillgång till nya bilar till ett lågt pris och minskat bekymmer med service, reparationer och parkering. Eco-driving är ett effektivt sätt att minska bränsleförbrukning, servicekostnader och samtidigt bidra till en bättre miljö.

**Ralf Örvi**, från HSB Bilpool berättar om bilpoolens fördelar och **Michael Koucky**, Gröna Bilister, berättar om rätt körsätt för plånbok och miljö.

**MÅNDAG 29 MARS**

**Tid:** 18.00–20.00

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

**Pris:** 40 kr (icke medlemmar 60 kr)



FOTO: LARS-ERIK LÅCK

### Odla på balkong (och bjud in dina vilda grannar)

Din egen balkong kan bli en avkopplande och grön oas. Men, vad kan man egentligen odla på sin balkong? Vi lär oss mer om vilka växter som trivs på olika balkonger och hur man lyckas. Trädgårdsmästare **Hans Nilsson** visar och berättar. **Ann Franzén** visar hur du gör om du önskar locka fåglar, fjärilar och andra vilda grannar till din balkong.

**MÅNDAG 19 APRIL**

**Tid:** 18.00–20.00

**Plats:** Bergianska Trädgården (T-bana Universitetet)

**Pris:** 40 kr (icke medlemmar 60 kr)

**Förnamlan:** [www.konsumentforeningenstockholm.se](http://www.konsumentforeningenstockholm.se), välj förmåner/tematräffar eller skicka ett vykort med namn, adress och telefonnummer till KFS, Box 4050, 102 61 Stockholm. Du får bekräftelse om du får plats eller inte.

### Ren och snygg med rent samvete?

Utbudet av smink och härvårdsprodukter blir allt större. Hur mycket använder vi egentligen och vilka effekter på hälsa och miljö har vår strävan att bli rena och vackra? Vad innehåller produkterna, hur tillverkas de och vad säger lagen? Behövs djurförsök fortfarande? **Christina Mattsson**, fil dr i kemi och ansvarig för kosmetiksektionen inom branschföreningen KTF föreläser om hygien- och kosmetikprodukter i Sverige och visar på de senaste trenderna inom området.



**MÅNDAG 26 APRIL**

**Tid:** 18.00–20.00

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

**Pris:** 40 kr (icke medlemmar 60 kr)

## Det är inte så enkelt

**M**ånga miljömärkta varor transporteras från när och fjärran, och få miljömärken tar hänsyn till hur många kilometer varan har åkt från fabriken till butiken, trots att transporter belastar miljön. KRAV-märkt Änglamarkshonung kommer ända från Argentina, miljömärkta blöjor tillverkas i Danmark och vätseretter körs med lastbil från Belgien. Är miljömärkningen båg eller humbug? Den frågan ställdes härförleden i ett nyhetsinslag i tv.



VID FÖRSTA PÅSYNEN är det ju heltokigt att transportera runt produkter som vi gör. Läste häromdagen att torsk fiskas vid Nordnorge, fryses in, sedan körs fisken på båt till Kina där den fileas, för att sedan fraktas till Sverige. Arbetskostnaderna är så låga i Kina att det lönar sig.

I Coops butiker finns fryst ekologisk broccoli från Kina. Är vi konsumenter beredda att betala fyra gånger mer för svenskodlad KRAV-märkt broccoli än broccoli från borte Asien? Den fraktas hit med båt och utsläppen per kilo broccoli är säkert lägre än om den varit svensk och körts från Kristianstad till Sundsvall med lastbil.

Det här med att ta in transportererna i underlaget för miljömärkningen är inte lätt. Därför har man hittills avstått.

Ta en KRAV-märkt köttbulle, till exempel. Hur ska man märka den? Ska det vara en speciell märkning om köttbulle har fraktats till Ystad och en om den körts till Haparanda? För att få riktig koll på energitågängen bör man också ta reda på hur länge köttbulle har varit fryst innan den hamnar på vår tallrik. Och hur har vi fraktat hem den? På cykel, eller med bil från stormarknaden några mil från hemmet?

Ska man komplicera ytterligare så är det faktiskt så att en fryst köttbulle som transporterats lite längre och värms i en mikrovågsugn hemma drar mindre energi än om man steker köttbulle hemma av köttfärs från affären.

DET KAN FINNAS tusen skäl till varför vi värnar det närproducerade, men bara för att en vara har tillverkats här behöver den inte vara bäst för miljön. Växthusodlade svenska tomater drar till exempel totalt sett betydligt mer energi än tomater som är odlade på friland i Spanien, även inräknat lastbilstransporter. Och du kan frakta dubbelt så mycket tvättmedel på en lastbil om det är förpackat i en påse i stället för i en kartong.

Därmed absolut inte sagt att vi inte ska bry oss om hur långt varor transporteras. Men det är inte så enkelt.

LOUISE UNGERTH

CHEF FÖR KONSUMENTFRÅGOR

KONSUMENTFÖRENINGEN STOCKHOLM

[louise.u@konsumentforeningenstockholm.se](mailto:louise.u@konsumentforeningenstockholm.se)

Läs mer om miljömärkning på Kfs hemsida.

Box 4050, 102 61 Stockholm

E-post: [info@konsumentforeningenstockholm.se](mailto:info@konsumentforeningenstockholm.se)

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

Internet: [www.konsumentforeningenstockholm.se](http://www.konsumentforeningenstockholm.se)

# Handla Rättvisemärkt!

Människor stressar genom Stockholms tunnelbana. Det är tidig morgon och ambassadörer från Föreningen för Rättvisemärkt och Konsumentföreningen Stockholm delar ut Rättvisemärkt te till förbipasserande. Syfte: ökad uppmärksamhet kring etisk konsumtion.

TEXT ULRIKA LAMBERTH [ulrika.l@konsumentforeningenstockholm.se](mailto:ulrika.l@konsumentforeningenstockholm.se)

**A**tt handla Rättvisemärkta produkter är ett sätt att stödja företag och kooperativ där arbetare och odlare får skäligt betalt för det arbete de utför. Barnarbete motverkas, ekologiskt odlande uppmuntras, organisationsrätt och demokrati främjas och diskriminering motarbetas. Självklart kan tyckas, men i Europa säljs det inte Rättvisemärkta produkter för mer än 2,6 miljarder kr och jämfört med övriga Europa är utbudet av Rättvisemärkta produkter i Sverige litet. Te, kakao, kaffe, choklad, bananer och fotbollar finns på hyllorna i dag.

– Under 2004 hoppas vi att Rättvisemärkt ris och juice kommer in på den svenska marknaden, säger Andreas Drufva, projektledare på Föreningen för Rättvisemärkt.

Rättvisemärkt satsar främst på att förbättra de sociala villkoren för människor i tredje världen, men de flesta av de Rättvisemärkta produkterna är även ekologiska. Detta märks i Coops butiker, där enbart Rättvisemärkta produkter, som också är miljömärkta, säljs.

PRECIS SOM ekologiska produkter, så brottas Rättvisemärkt med att de är dyrare än konventionella varor. Skillnaden varierar från fem till 50 procent, vilket till största delen beror på att producenterna garanteras ett minimipris för sina produkter eller att en premie tillfaller den anställde eller odlaren.

– Att man ännu inte nått till så stora volymer, liksom att importörerna får betala en licenskostnad för att få använda Rättvisemärkt, spelar också in, även om det är en mindre del av det högre priset. På ett halvt kilo kaffe är licenskostnaden inte mer än 70 öre, säger Andreas Drufva.

75 procent av konsumenterna i åldern 16–36 år uppger att de är beredda att betala mer för en vara som är Rättvisemärkt. Men, betydligt färre, 41 procent av dem som känner till Rättvisemärkt, säger sig någon gång ha köpt Rättvisemärkta varor.

– För att fler ska handla etiskt måste det förknippas mer med positiva känslor, i stället för något slags pliktansvar. Att känna



FOTO CHRIS HERWIG

Ida Karlsson, ambassadör för Rättvisemärkt, propagerar för Rättvisemärkta bananer under höstens kampanj.

att man gör något bra, att det gör någon skillnad, måste både vi och företagen som säljer produkterna föra fram bättre, säger Andreas Drufva. Han pekar på Body Shop som ett företag som lyckats få etik och miljö att gå hem hos konsumenterna.

Men att få fram säkra uppgifter om under vilka förhållanden produkter framställs är inte lätt visar en rapport från Konsumentverket. Här är Rättvisemärkt och kampanjer som "Rena kläder", steg för att förbättra situationen. Allt fler företag inför också så kallade uppförandekoder, men granskningar av klädbranschen visar att mycket återstår. Och när Fair Trade Center och Råd & Rön granskade hur delar av leksaksbranschen följer upp sina uppförandekoder, var det bara Coop som kunde redovisa en regelbunden kontroll av sin etiska uppförandekod.

KANSKE KAN det arbete som de cirka 400 personer som är ambassadörer för Rättvisemärkt utför driva på utvecklingen ytterligare. Tvådagars utbildningar anordnas några gånger per år och den som är intresserad kan anmäla sig på Rättvisemärkts hemsida.

Fick då utdelningen av tepäsar någon effekt? Ja, förutom att cirka 5 000 personer fick en tepåse och information om Rättvisemärkt uppmärksammades aktionen i media. Dessutom har kännedomen om Rättvisemärkt i åldersgruppen 16–36 år ökat med tio procent till 40 procent på ett och ett halvt år. Kanske bidrog Konsumentföreningens aktion till detta. □

## FAKTA RÄTTVISEMÄRKET

Rättvisemärkt är en etisk och social märkning med fokus på mänskliga rättigheter. Rättvisemärkt består av en förening och ett bolag. Föreningen har 15 organisationer som medlemmar. Bolaget utfärdar licenser till svenska företag och ägs av Svenska kyrkan och Landsorganisationen, LO. Rättvisemärkt finansieras dels genom licenstagare, dels genom tillskott från medlemsorganisationerna.

Rättvisemärkt finns i 17 länder i Europa, Nordamerika och Japan. Internationellt kontrollorgan är FLO, Fair Trade Labelling Organizations International. Producenter av Rättvisemärkt finns inom 500 producent-kooperativ i 36 länder. Läs mer på: [www.rattvisemarkt.se](http://www.rattvisemarkt.se)