

SÜSSIGKEITEN

## Böse Überraschung

Wer in die USA reist, sollte lieber keine Kinder-Überraschungseier als Mitbringsel wählen. Das Schokoladenei von Ferrero, das ein Spielzeug in seinem Inneren verbirgt, ist in den Vereinigten Staaten verboten. Grund ist ein Gesetz aus dem Jahr 1938, das ungenießbare Gegenstände in Süßigkeiten verbietet. Damals gab es die Schokoeier noch gar nicht. Wer gegen die Regelung verstößt, muss mitunter tief in die Tasche greifen, denn die Strafe kann mehrere hundert Dollar betragen. Für Zoll und Grenzschutz bedeutet das Gesetz vor allem Arbeit: 2011 hat die zuständige US-Behörde CBP rund 60000 Ü-Eier aus Koffern und Paketen gefischt. Doch wenn es nach einigen tausend US-Bürgern geht, könnte diese Skurrilität bald Geschichte sein: In Online-Petitionen fordern sie „Freiheit für das Ei“. Hersteller Ferrero war für eine Stellungnahme nicht zu erreichen.



NESTOR BACHMANN / PICTURE-ALLIANCE / DPA



OLIVER BERG / DPA

Windpark in Nordrhein-Westfalen

POSTBANK

## Schmu mit Ökofonds

Die Postbank, einer der großen Anbieter sogenannter Nachhaltigkeitsfonds, hält sich bei der Anlagepolitik offenbar nicht allzu eng an eigene Vorgaben. Laut einer Studie im Auftrag der Grünen-Bundestagsfraktion hält der Fonds Postbank Dynamik Vision (Volumen: 167 Millionen Euro) Aktien von 25 Unternehmen, die in der Rüstungsindustrie, und 35 Firmen, die in der Atombranche tätig sind. Größter Einzelposten im vermeintlichen Ökofonds der Deutsche-Bank-Tochter sind Anteilscheine des französischen Ölkonzerns Total, der von Umweltschützern zum wiederholten Mal kritisiert wird. Dass die Postbank

im Verkaufsprospekt keine detaillierten Angaben zur Zusammensetzung des Portfolios macht, kritisiert Ingo Scheulen vom Netzwerk Ökofinanz-21 als „eklatanten Transparenzmangel“. Der Anlageberater sieht die Postbank jedoch als Teil eines größeren Problems: Nach seinen Recherchen entsprechen nur 40 der in Deutschland angebotenen 289 Nachhaltigkeitsfonds den Erwartungen von ökologisch orientierten Anlegern. Ein Postbank-Sprecher erklärt, dass man sich bei der Auswahl an internationalen Nachhaltigkeitsstandards orientiere, und verweist auf die Rechenschaftsberichte des Fonds.

REKLAME

## Humorloser Sixt

Kaum ein Unternehmen will mit Werbung derart gezielt provozieren wie die Autovermietung Sixt. Mehrmals wurden Sixt-Motive mit Unterlassungserklärungen attackiert. Nun aber schießt ausgerechnet der von Erich Sixt gelenkte Mietriese gegen einen wenig bekannten Carsharing-Anbieter. Das Start-up Tamyca verglich auf seiner Website, unterlegt mit frechen Slogans, Sixt-Preise mit eigenen Ange-



Sixt

PETER KNEFFEL / PICTURE-ALLIANCE / DPA

boten. Sixt hält die Werbung für irreführend, eine Vergleichbarkeit der Mietmöglichkeiten sei nicht gegeben. So bietet Tamyca Fahrzeuge von Privatleuten an, Sixt hingegen sei ein „Premiuranbieter“. Tamyca argumentierte zwar, dass manche Beanstandungen „ins Leere“ gingen. Dennoch gab die Firma vergangene Woche eine teilweise Unterlassungserklärung ab. Sixt sagt: „Als Vorreiter der vergleichenden Werbung“ begrüße man entsprechende Aktivitäten. „Falsche Angaben, die darauf abzielen, Sixt in ein schlechtes Licht zu rücken, können allerdings nicht hingenommen werden.“