

STILvollerLEBEN

Aktiv für Kritischen Konsum

Aktionsideen und viele Infos
für Gruppenstunden,
Freizeitfahrten und Projekte

Liebe Leserin, lieber Leser,

als kritische Konsumierende und politisch mündige Bürgerinnen und Bürger haben wir es täglich in der Hand, in welcher Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft wir leben wollen.

Wollen wir in einer Welt leben, die immer mehr durch das Gewinnstreben internationaler Großkonzerne dominiert wird? In einer Welt der Standardisierung, der kritiklosen Effizienzsteigerung, der Spekulationen an den internationalen Warenbörsen? In einer Welt der Marktmacht der Discounter, der Anonymität, der rigorosen Ausbeutung der Ressourcen unseres Ökosystems, der Wirtschafts- und Klimaflüchtlinge ... ?

Oder wollen wir in einer Welt leben, die von Nachhaltigkeit in ihrer Konsum- und Wirtschaftsweise geprägt ist, die Vielfalt, kulturelle, kulturlandschaftliche und regionale Besonderheiten aufweist? In einer Welt mit einer guten Balance zwischen regionalem, nationalem und internationalem Produzieren und Handeln, das Abhängigkeiten und Spekulationen vermeidet, in der Mensch und Natur in den Mittelpunkt rücken und das Kapital nur Mittel zum Zweck ist?

Die vorliegende Arbeitshilfe soll Lust auf Aktion machen. Sie stellt beispielhafte Projekte und Ideen vor und macht deutlich, für was die KLJB sich beim Thema Kritischer Konsum einsetzt. Der bunte Mix unterschiedlicher Methoden richtet sich an Ortsgruppen, mittlere Ebenen und Diözesanverbände und kann beliebig variiert werden.

Viel Spaß beim Aktivwerden wünscht die
KLJB-Bundesstelle



Hintergrundinfos zu den Methoden, digitale Kopiervorlagen und Mitmach-Aktionen findet Ihr auf www.stilvollerleben.de

Außerdem könnt Ihr dort Eure eigenen erfolgreichen Aktionsideen online stellen!



GENTECHNIKFREIHEIT

Auf den Zahn gefühlt	23
Gentechnikfreies Frühstück	24
Kritischer Filmblick	25
Szenario-Spiel „Bio-Patente“	26



STRUKTUR DER ARBEITSHILFE

Die vorliegende Arbeitshilfe gliedert sich in verschiedene Teilaspekte von **STILvollerLEBEN**. Sie spiegeln die Themen und Schwerpunkte des Kritischen Konsums und der KLJB wider. In jedem Themenblock gibt es zuerst eine inhaltliche Einführung, in der die Situation dargestellt und die Ziele und Positionen der KLJB erklärt werden. Daran schließen sich beispielhafte Aktionen an. Diese Arbeitshilfe lädt dazu ein, Ideen von anderen aufzugreifen und selbst **AKTIV** zu werden!

SCHNELLER DIE PASSENDE AKTIONSIDEE FINDEN

Ihr seid auf der Suche nach einer Großgruppen-Aktion, die Ihr im Freien durchführen könnt? Oder soll es eine unkomplizierte Aktionsform sein, mit der Ihr für Aufsehen in der Gemeinde sorgen könnt? Die Symbole bei den Aktionsideen erleichtern das Finden. Wenn die Symbole bei Aktionsideen fehlen, war eine eindeutige Zuordnung nicht möglich. Meist zeigt ein kurzer Blick in die Aktionsbeschreibung, ob Ihr die Aktivität für Eure Anforderungen passend machen könnt.

INHALT

Einleitung: Warum STILvollerLEBEN?	4
Impressum	60



KRITISCHER KONSUM ALLGEMEIN

Online-Fastenkalender	6
Konsumkritischer Stadtrundgang	6
Maibaumversteigerung	7
Frequently Asked Questions	7
Pressearbeit zu Euren Aktionen	8

ERNÄHRUNGSSOUVERÄNITÄT

Maispflanzaktion	11
Landlosencamp	12
Ernährung auf der Welt – Wie es uns gefällt?!	13
Welttafel: Welt zu Gast am Tisch	14
Wasser-Chaosspiel	14



REGIONALITÄT

KLJB-Apfelsaft	17
Saison-Memo	18
Mit der Kuh auf Du und Du	18
Kompostier-BAR	19
Regionales Kochduell	20



FAIRER HANDEL

Fairhandelsrallye	29
Kaufentscheidungs-Domino	30
Fairtrade-Gruppenstunde	31
Volltreffer mit fairen Fußbällen	32
Mango-Party	32

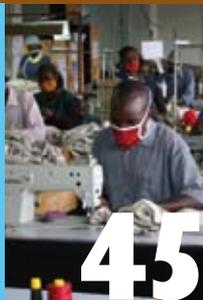


MOBILITÄT

Lokale Mitfahrzentrale	35
Scotland Yard	36
Ökologische Anreise	36
Rent a Bike	37
Lokaler Verkehrs- oder Reiseführer	38

ERNEUERBARE ENERGIEN

Energie-Tabu	41
Solarbackofen	42
Wasserrad	43
Solardusche	43
Kirche unter Strom	44



UNTERNEHMENS- VERANTWORTUNG

Planspiel „China Blue – Billig um jeden Preis?“	47
Kriminalfall „XY ungelöst“	48
Aktionstheater/Flashmob	49
Innenstadt-Check	50
Beteiligung an Eilaktionen	50



ALTERNATIVES WIRTSCHAFTEN

Schrottsammelaktion	53
Secondhand-Markt	53
Tauschringe	54
Regionalgeld	55
Gründung einer Aktiengesellschaft	56



MEHR ZUM THEMA

Links	58
Filme	59
Literatur	59



Mit dieser Aktion kann man die breite Öffentlichkeit ansprechen und miteinbeziehen



Gut draußen durchführbar



Besser für drinnen geeignet



Hierzu wird Material auf der Website www.stilvollerleben.de bereitgestellt



Gut für Großgruppen ab 15 Personen



Gut für Kleingruppen bis 10 Personen



Zu dieser Aktion lohnt sich eine Presse-Meldung, Einladung oder Nachbericht an die Presse



Schnell und unkompliziert



Aufwendige Vorbereitung



Tipps/Erfahrungen



Kann gut für andere Themen verändert werden



Längerfristiges Projekt

WARUM STILvollerLEBEN?

„STILvollerLEBEN – Aktiv für Kritischen Konsum“ ist der Titel dieser Arbeitshilfe und auch der aktuelle Schwerpunkt der KLJB-Arbeit. Ein LEBENSSTIL ist etwas sehr Persönliches. Und auch wir als KLJB haben unseren STIL, der uns erkennbar macht.

Zu unserem STIL gehört, unsere Freizeit gemeinsam zu gestalten, uns vor Ort einzubringen, zu diskutieren und gemeinsam zu feiern. Dazu gehört auch, dass alle bei uns willkommen sind, die sich unseren Inhalten und Zielen nah fühlen. Gerechtigkeit und Solidarität prägen den STIL unseres katholischen Jugendverbands.

In der KLJB sind wir AKTIV für eine nachhaltige ländliche Entwicklung weltweit. Darum ist es uns auch wichtig, verantwortungsvoll und kritisch zu konsumieren und ebenso verantwortungsvoll mit unserer Schöpfung umzugehen.

Wir konsumieren täglich, mal mehr und mal weniger bewusst. Sich den Konsequenzen des eigenen Konsums bewusst zu werden und vielleicht die ein oder andere Kaufentscheidung oder Fahrt mit dem Auto zu überdenken – darum geht es beim Kritischen Konsum.

In unserem 2008 verabschiedeten Leitfaden zum Kritischen Konsum haben wir für uns definiert, dass nachhaltig und kritisch zu konsumieren für die KLJB bedeutet, bewusste und verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen, die weder uns, noch unseren Mitmenschen oder unserer Umwelt schaden. Diese umfassen sowohl den Konsum von

Gebrauchsgütern als auch von Verbrauchsgütern – etwa dem Energieverbrauch. Das heißt zum Beispiel: Unternehmerische Tätigkeiten dürfen nicht auf Kosten der Lebensbedingungen der Arbeitenden gehen. Unternehmen müssen die Einhaltung aller Menschenrechte sicherstellen. Das Recht auf Nahrung und der Erhalt der Schöpfung müssen gewährleistet sein.

Darum ist uns auch die Nachhaltigkeit der gesamten Wertschöpfungskette wichtig. Ökonomische, ökologische und soziale Interessen müssen auf eine Art verfolgt werden, die auch kommenden Generationen die Chance lässt, ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Von der Rohstoffgewinnung bis zum Endverbrauch oder Recycling muss sichergestellt sein, dass die natürlichen Lebensgrundlagen erhalten werden.

Im Leitbild der KLJB sind die Prinzipien einer fairen, nachhaltigen Entwicklung fest verankert. Wir wollen mit unserem kritischen Konsumverhalten auf konkrete Veränderungen in unserem Verband, aber auch in Kirche und Gesellschaft hinwirken. Dies ist ein notwendiger Beitrag, um gute Lebensbedingungen – lokal und global – für zukünftige Generationen zu gewährleisten.



KRITISCHER KONSUM ALLGEMEIN

KRITISCHER
KONSUM
ALLGEMEIN



ONLINE-FASTEN- KALENDER

AKTIONSFORM: Ideensammlung
 PERSONEN: Jugendliche, ab 14 Jahre
 DAUER: 40 Tage ... (längere Vorbereitungszeit)
 BENÖTIGT WIRD: Infos zu verschiedenen Bereichen des Kritischen Konsums



www.kljb.org,
 www.bdkj.de/kritischerkonsum
 www.zukunft-einkaufen.de



In der Fastenzeit liegt es auf der Hand, etwas kritischer zu konsumieren. Einfach mal auf etwas verzichten, was man sich sonst immer leistet, kann eine wichtige Erfahrung sein und lässt uns vermeintlich Selbstverständliches mehr wertschätzen. Die Idee der Aktion ist, dass während der Fastenzeit jeden Tag ein Impuls oder ein Bild auf der KLJB-Homepage erscheint, welcher oder welches auf einen Bereich des Kritischen Konsums hinweist und das mit weiteren Hintergrundinformationen verlinkt ist.

Zum Beispiel:

Mobilität/Flugreisen reduzieren

- Wenn schon fliegen, dann das entstandene CO₂ ausgleichen (siehe www.atmosfair.de)
- Tipps für alternatives Reisen

Weniger ist mehr!

Impulstext zum Thema „Was brauche ich wirklich?“



Im Anschluss an die Fastenzeit kann es eine gedruckte Broschüre der vielen Tipps geben.

ENTWICKELT VOM KLJB-DIÖZESANVERBAND OSNABRÜCK

KONSUMKRITISCHER STADTRUNDGANG

AKTIONSFORM: Stadtrundgang
 PERSONEN: 5 – 50, alle Altersgruppen
 DAUER: Ein Tag
 BENÖTIGT WIRD: Für selbst organisierte Touren: Material zu einzelnen Stationen, Hintergrundwissen, Ideen für Spiele (findet Ihr alles in dieser Arbeitshilfe)



Unser Konsumverhalten bestimmt das Gesicht der Globalisierung mit. Wie wir alle zu einem menschlicheren Gesicht und einer gerechten Globalisierung beitragen können, ist Thema dieses Stadtrundgangs. Der konsumkritische Stadtrundgang sucht einmal andere Stationen als die sonst üblichen auf. Es geht darum, der Gruppe neue Perspektiven auf Alltägliches zu eröffnen. Es werden Lebensmitteldiscounter, Klamotten-geschäfte, Einkaufszentren und Eine-Welt-Läden aus einem globalen Blickwinkel heraus betrachtet.

Mögliche Inhalte und Stationen sind:

- Discounter – Auf wessen Kosten ist „Geiz geil“?
- Eine-Welt-Laden – Alternatives Handelsmodell für die breite Masse?
- Kleidung – Die Weltreise einer Jeans
- Tourismus – Einmal um die ganze Welt – um welchen Preis?
- Schnittblumen – Freude schenken ohne Reue?
- Bankgeschäfte – Mein Geld für Waffenhandel und Gentechnik?
- Wem gehört diese Stadt? Wie der öffentliche Raum privatisiert wird
- Ökomarkt – lokal erzeugen, lokal vermarkten, lokal genießen!



In manchen Städten kann man auch komplett organisierte Führungen buchen:
www.konsum-global.de

ENTWICKELT VON DER JUGEND IM BUND FÜR UMWELT UND NATURSCHUTZ DEUTSCHLAND E.V. (BUNDjugend)

MAIBAUM- VERSTEIGERUNG

AKTIONSFORM: Großgruppenaktion
PERSONEN: 80 – 100
DAUER: 1 Stunde
BENÖTIGT WIRD: Eine Birke, die schön mit buntem Papier dekoriert ist, regionale und selbst gemachte Produkte (Kunst, Süßigkeiten, Essen, Gutscheine, Schmuck), Zettel, Schnur, Körbchen, Mikrofon, Hammer, Baumschere



Bei dieser Aktion wird den Teilnehmenden bewusst, welches Potenzial in der eigenen Region und in ihnen selbst steckt. Der Erlös kann für den MIJARC-Solifonds zur Förderung der internationalen Landjugendarbeit (Infos unter www.kljb.org) oder ein Projekt im Dorf gespendet werden.

Ablauf:

Die Sachpreise werden durchnummeriert und auf einem Tisch aufgebaut. Allerdings so, dass sie noch nicht von den TeilnehmerInnen eingesehen werden können. Die Nummern werden auf Zetteln notiert und an den Zweigen des Maibaums aufgehängt. Zusätzlich zu den Sachpreisen überlegen sich einige ausgewählte TeilnehmerInnen oder der Vorstand, was sie selbst für die Verlosung einbringen können, zum Beispiel haben sie vielleicht ein besonderes Talent. Diese ideellen Preise können etwa eine Massage von einem Vorstandsmitglied oder einmal Fensterputzen von einer anderen Person sein. Diese Angebote werden ebenfalls auf Zetteln notiert und an den Maibaum gehängt.

Jetzt werden nacheinander einzelne Äste abgeschnitten und dem Plenum angepriesen. Die Preise, die sich am jeweiligen Ast befinden, werden vorgestellt. Jetzt beginnt die Versteigerung. Die TeilnehmerInnen rufen ihre Gebote in den Raum und ein/e AuktionärIn treibt die Gebote mit witzigen Sprüchen und klassischem Anzählen in die Höhe. Das Höchstgebot gewinnt. Der Ast wird dann mit Preis an den/die GewinnerIn überreicht.

ENTWICKELT VOM KLJB-LANDESVERBAND BAYERN

FREQUENTLY ASKED QUESTIONS

AKTIONSFORM: Recherche-Workshop
PERSONEN: 4 – 25 (Jugendgruppen, Schulklassen)
DAUER: 2 – 5 Stunden (genügend Zeit und Freiraum)
BENÖTIGT WIRD: Papier, Stifte, PCs, Internetzugang, Fachliteratur aus den Bereichen Ökologie, Fairer Handel etc., evtl. Positionspapiere von Verbänden, Telefonnummern/ E-Mail-Adressen von Fachleuten, Pinnwände, Zeitschriften



Nach einer Einführung in die Thematik des Kritischen Konsums (siehe etwa S. 4 dieser Arbeitshilfe) wird die Gruppe gebeten, Fragen auf kleine Zettel zu schreiben, die sie im Zusammenhang mit Kritischem Konsum haben. Anschließend wird die Gruppe gemeinsam (oder in Einzelarbeit) Antworten (oder Einschätzungen) auf die Frage suchen. Fragen könnten sein:

- Sind Energiesparlampen wirklich so viel besser als konventionelle Glühbirnen?
- Sollte ich besser fair gehandelten Rohrzucker oder Rübenzucker aus Deutschland kaufen?
- Sollte ich Bioprodukte beim Discounter kaufen?
- Was macht atmosfair mit meinen Spenden?

Die Zettel werden in einen Behälter gegeben, und jeder nimmt sich einen heraus. Aufgabe der Teilnehmenden ist es, mittels der Hilfsmittel eine persönliche Antwort auf die Frage zu finden. Die Teilnehmenden (entweder alleine oder in Zweiergruppen) erarbeiten sich zunächst einen Überblick über die Fakten und Meinungen, um dann zu einer Einschätzung zu kommen. Für die Präsentation der Ergebnisse kommen in Frage: PowerPoint, freier Vortrag, Poster, Sketch, Quiz o.ä.



Es ist empfehlenswert, bereits einige Fragen vorformuliert zu haben. Je nach Komplexität der Fragestellungen können einzelne Personen oder Gruppen auch mehrere Fragen bearbeiten.

ENTWICKELT VON DER KLJB-BUNDESSTELLE

KEIN BLATT VOR DEN MUND NEHMEN!

Pressearbeit zu Euren Aktionen und Überzeugungen



Ihr schenkt in Eurem Bildungshaus ausschließlich fairen Kaffee aus oder seid an der Anschaffung einer Photovoltaik-Anlage für Euer Pfarrheim beteiligt? Dann sorgt dafür, dass davon auch andere erfahren! Jede gute Aktion braucht eine ebenso gute Pressearbeit. Schreibt doch eine Pressemitteilung! Druckreif formuliert und ein schönes Foto dazu – schon steigen Eure Chancen der Veröffentlichung.

Eine gute Pressemeldung braucht:

- optimalerweise einen aktuellen Aufhänger (zum Beispiel Faire Woche, Einweihungsfeier der Photovoltaikanlage, Jahresbilanz, Klima-Aktionstag o.ä.)
- Briefkopf mit Logo und Kontaktdaten
- das Wichtigste an den Anfang
- sachliche Informationen (im Stil einer Nachricht oder eines Berichts), Meinungen immer als Zitat formulieren
- kurze Sätze
- optimalerweise nicht länger als eine DIN A4-Seite.
- ergänzendes Bildmaterial mit Bildunterschrift und Quellenangabe
- aufgeschlüsselte Abkürzungen: also Katholische Landjugendbewegung (KLJB)

Es muss nicht immer eine Pressemeldung sein – auch Presse-Einladungen zu spannenden Veranstaltungen oder Themen sind in den Redaktionen beliebt. Zu einer Pressekonferenz solltet Ihr nur bei wirklich wichtigen Themen einladen.



Konkrete Beispiele und weitere Tipps für eine gute Pressearbeit findet Ihr hier:

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, aus der Reihe Handbuch für die Verbandsarbeit. Bad Honnef-Rhöndorf, 2003.
- Deutscher Bundesjugendring (DBJR): Schlagzeilen. Presse-Praxis für Jugendliche. Reinheim, 2007.

Bei Fragen könnt Ihr Euch auch an das Pressereferat der KLJB-Bundesstelle wenden:
Tel. 0 22 24/94 65-14 oder presse@kljb.org



ERNÄHRUNGSSOUVERÄNITÄT

ERNÄHRUNGS-
SOUVERÄNITÄT



ERNÄHRUNGSSOUVERÄNITÄT

Hunger ist ein Verteilungsproblem. Obwohl weltweit genug Nahrungsmittel produziert werden, leiden über 900 Millionen Menschen an Hunger. 80 Prozent der Hungernden leben auf dem Land – also da, wo Nahrungsmittel produziert werden. Ein Großteil der Landbevölkerung hat jedoch keinen Zugang zu wichtigen Ressourcen wie Land, Wasser und Saatgut. Die zunehmende Liberalisierung des Agrar- und Nahrungsmittelhandels sowie Preisdumping durch billige Importprodukte zerstören lokale Märkte und somit die Existenzgrundlage vieler Landwirtinnen und Landwirte.

WAS SAGT DIE KLJB DAZU?

Die KLJB und die internationale Landjugendbewegung MIJARC sind überzeugt: Mit dem **Konzept der Ernährungssouveränität** können Hunger und Armut bekämpft und ländliche Räume weltweit gestärkt werden. Grundlegend ist das Recht aller Nationen, ihre Landwirtschafts- und Ernährungspolitik selbst zu bestimmen, mit dem Ziel, die eigene Bevölkerung mit ausreichender, gesunder und kulturell angepasster Nahrung zu versorgen.

Ernährungssouveränität zum Wohle der einheimischen Bevölkerung wird erreicht, wenn die Regierungen die einheimische Produktion und regionale Wirtschaftskreisläufe fördern. Dafür müssen Nationen die Möglichkeit haben, sich vor Billigimporten (beispielsweise Milchpulver, Tomatenmark oder Hähnchenschenkel aus der EU) zu schützen. Auf diese Weise werden lokale Märkte gestärkt und das Überleben kleinbäuerlicher Landwirtschaft gesichert.

Für die Produzierenden vor Ort bedeutet Ernährungssouveränität zunächst einmal, selbst über ihren Anbau bestimmen zu können. Dies erfordert, dass sie Zugang zu den lokalen Ressourcen, insbesondere zu Wasser und Land, haben. Dass das Saatgut für sie frei verfügbar ist. Dass sie Zugang zu den lokalen Märkten haben und für ihre Erzeugnisse Preise erzielen, die die Produktionskosten decken, von denen sie leben können. Das Wort Souveränität weist darauf hin: Wichtig ist, dass sich alle Menschen frei entscheiden können: Als Produzierende, was sie anbauen möchten, als Konsumierende, was sie kaufen wollen. Produktpreis und Produktionsbedingungen fließen in die Entscheidung mit ein. Der Zugang zu Bildung ist elementare Voraussetzung für deren Bewertung und für eine fundierte Entscheidung. Dies gilt insbesondere für Frauen, die häufig den größten Beitrag für die Ernährungssouveränität der Familien leisten.

Ernährungssouveränität verstehen wir als Konzept der Veränderung und des weltweiten Umdenkens. Chancen und Ressourcen bleiben nicht auf wenige Menschen konzentriert, sondern alle werden satt und haben teil am weltweiten Reichtum. Ernährungssouveränität bringt jedoch nicht nur für die Menschen in so genannten Entwicklungsländern positive Veränderungen. Die Stärkung der lokalen Lebensmittelproduktion und -verarbeitung bedeutet auch eine Wertschöpfung in ländlichen Regionen Deutschlands, was Arbeitsplätze sichert oder neu entstehen lässt.

WAS HEISST DAS KONKRET UND VOR ORT?

Sich für Ernährungssouveränität weltweit einzusetzen heißt, vor Ort damit anzufangen. Nahrung soll, so weit wie möglich, regional produziert und vermarktet werden. Dies bedeutet nicht, den weltweiten Handel abzuschaffen. Importe und Exporte soll es weiterhin geben, schließlich will ja niemand auf Kaffee und Schokolade verzichten – jedoch zu Bedingungen, die die Ernährungssouveränität der Menschen in den Produktionsländern nicht gefährden.

Ein wichtiger Beitrag hin zu Ernährungssouveränität liegt im Konsumverhalten jeder und jedes Einzelnen von uns. „Regional – ökologisch – fair“ ist der Dreiklang, mit dem die KLJB im eigenen Umfeld an der Vision mitarbeitet. Nur eines der Beispiele, wie dies umgesetzt wird, ist das eigens kreierte KLJB-Brot, welches aus regionalem, ökologischem Mehl vor Ort gebacken und mit fair gehandelten Cashewkernen verfeinert wird. So lecker kann es sein, einen Beitrag zur Ernährungssouveränität zu leisten!

→ Mehr zum Thema Ernährungssouveränität erfahrt Ihr im Dialogpapier Ernährungssouveränität, einem Positionspapier und Beschluss der KLJB-Bundesversammlung 2005.



MAISPFLANZAKTION

AKTIONSFORM: Strategiespiel
PERSONEN: Mindestens 6 Personen, ab 16 Jahre
DAUER: 30 – 60 Minuten
BENÖTIGT WIRD: Eine kleine Flasche Wasser, drei Schälchen Erde, Maiskörner (o.ä.)



Die Teilnehmenden werden in drei Gruppen aufgeteilt (ist die Gruppe sehr groß, kann das Spiel auch in zwei oder drei mal drei Untergruppen durchgeführt werden).

- Gruppe 1 erhält eine kleine Flasche Wasser,
- Gruppe 2 drei Blumentopfuntersetzer/Schalen mit Erde (LandbesitzerInnen),
- Gruppe 3 viele Maiskörner

Die Gruppen wissen jeweils nicht, wie viel der jeweiligen Ressource die anderen Gruppen besitzen. Es dürfen ausschließlich die ausgeteilten Materialien verwendet werden.

Ziel jeder Gruppe ist es, Mais anzupflanzen. Dafür sind alle drei Ressourcen, Wasser, Land und Saatgut notwendig. Jede Gruppe überlegt sich eine Strategie und nimmt dann Kontakt zu einer anderen Gruppe auf, um ihr die Vorschläge zu unterbreiten. Die Gruppe schickt entweder eine Vertretungsperson oder verhandelt als Gesamtgruppe. Jeden Vorschlag der anderen berät die Gruppe zunächst intern und teilt die Entscheidung dann der anderen Gruppe mit.

Dieses Spiel zeigt die Problematik der ungerechten Verteilung der Güter in der Welt auf und ist als Einstieg in diese Thematik gut geeignet. Es gibt keinen richtigen oder falschen Ausgang des Spiels. Das Spiel endet entweder, wenn sich die Gruppen auf eine Lösung verständigt haben, oder kann nach einer gewissen Zeit abgebrochen und gemeinsam ausgewertet werden.

Mögliche Fragen für die Auswertung: Sind die Gruppen zufrieden mit ihrem Ergebnis? Welche Strategien haben die einzelnen Gruppen verfolgt? Wie sind die Gruppen in den Verhandlungen vorgegangen? War die Verteilung der unterschiedlichen Materialien gleichberechtigt, oder war eine Gruppe im Vorteil? Gibt es andere Möglichkeiten für Strategien und Vorgehensweisen?



Es gibt zwei sehr typische Spielergebnisse: Entweder treibt alle drei Gruppen die Raffgier und jede versucht, so viele Maiskörner wie möglich zu ergattern. Oder es setzen sich in allen Gruppen die Personen mit Gerechtigkeitsinn durch. Dann legen alle Gruppen ihren Besitz offen, die Maiskörner werden gleichmäßig verteilt und jede Gruppe erhält Zugang zu Erde und Wasser. Die Gruppe mit den Maiskörnern ist letztlich die mächtigste Gruppe, weil sie geheim halten kann, wie viele Maiskörner sie wirklich besitzt.

ENTWICKELT VOM BDKJ-DIÖZESANVERBAND
ROTTENBURG-STUTTGART IN DER ARBEITSHILFE
„MAN IS(S)T WAS MAN IST“, 2007.



LANDLOSENCAMP

AKTIONSFORM: Live-Adventure/Simulationsspiel

PERSONEN: Mindestens 6 Personen (besser mehr) ab 16 Jahren

DAUER: 2 – 3 Tage

BENÖTIGT WIRD: Wiese/Zeltplatz; Unterstellmöglichkeit; ggf. Raum für die inhaltliche Einführung.

Hintergrundinformation zur Landlosenbewegung und Land-Problematik, Fotos oder Dias und Diaprojektor, evtl. Rollenspiel. Große Pappe, Bretter, Spanholzplatten, Abdeckplane, Werkzeug, Absperrband, Farben, Eddings; Feuerstelle, großer Kochtopf, einfache Lebensmittel (Bohnen, Mais ...). Pro Person ein Schlafsack.



In Ländern wie Brasilien, in denen der Großteil des Landbesitzes in den Händen weniger Großgrundbesitzer ist, haben viele Kleinbauern und -bäuerinnen keinen Zugang zu Land. Als eine Maßnahme und Protestform schließen sich die Landlosen zu sozialen Bewegungen zusammen und besetzen Landflächen. In Brasilien besetzen Landlose häufig bis zu 20 Jahre ein Stück Land, bevor es ihnen in manchen Fällen zugesprochen wird. In all den Jahren wohnen sie mit ihren Familien in provisorischen Hütten und müssen jederzeit damit rechnen, vertrieben zu werden.

Das Landlosencamp thematisiert die Situation von Landlosen, indem es ihre Lage simuliert. Es entsteht parallel zu einem Zeltlager: Freiwillige Teilnehmende bekommen keinen Platz in den normalen Zelten zugewiesen, sondern sie müssen erst gemeinsam mit anderen Landlosen ein Stück Land und somit Wohnraum besetzen.

Ablauf:

Am ersten Abend treffen sich die Teilnehmenden des Landlosencamps zu einer inhaltlichen Einführung. Dazu bietet sich ein Rollenspiel an (Großgrundbesitzer, Kleinbauern/-bäuerinnen, Familien) sowie Dias und Hintergrundinformationen zur Problematik. Erläutert werden auch die Ziele und der Ablauf des Landlosencamps.

Nachts errichten die Landlosen ihr Nachtlager auf Pappe. Sie suchen sich eine geeignete Stelle außerhalb des Lagers der restlichen Gruppe.

Am nächsten Morgen stehen die Landlosen um 5 Uhr morgens auf und beginnen mit der Landbesetzung. Sie markieren ihr besetztes Landstück mit Absperrband. Mit dem zur Verfügung stehenden Material bauen sie einfache Hütten.

Mittags kochen sie am Lagerfeuer aus den bereitgestellten Lebensmitteln ein einfaches Mahl. Nachmittags malen die Landlosen Banner oder Schilder, die auf ihre Situation hinweisen.



Die restliche Zeltlagergruppe wird jetzt aktiv auf die Landlosen aufmerksam gemacht und ist eingeladen, das Camp zu besuchen. Mindestens eine „landlose“ Person steht für inhaltliche Erklärungen und Nachfragen zur Verfügung.

Zum Abschluss des Camps (zum Beispiel am nächsten Morgen) organisieren die Landlosen eine Demonstration, bei der sie ihre Forderungen deutlich machen: Zugang zu Land, Zugang zu Wasser und Saatgut. Klares Ziel ist es, Aufsehen zu erregen und somit nochmals auf die Thematik aufmerksam zu machen.



Eine Herausforderung besteht in der Bewerbung des Workshops: Wie motiviert man Jugendliche, sich auf das Wagnis „Komfortverzicht“ einzulassen? Es ist abzuwägen, wie viel und welche Information man im Voraus gibt und was als Überraschungsmoment erhalten bleiben soll.

Das Leitungsteam hat die Aufgabe, Impulse zu geben und die Gruppe zu beobachten. Wichtig ist, dass die Thematik der Landlosen im Vordergrund steht und die Sache nicht auf ein bloßes Fun-Spektakel oder Abenteuer reduziert wird.

ENTWICKELT VOM BUNDESARBEITSKREIS INTERNATIONALE
ENTWICKLUNG (BAKIE) FÜR DAS KLJB-BUNDESTREFFEN 2007.

ERNÄHRUNG AUF DER WELT – WIE ES UNS GEFÄLLT?!

- AKTIONSFORM:** Planspiel/Live-Adventure
PERSONEN: Größere Gruppen, ab 16 Jahren
DAUER: 2 – 4 Stunden
BENÖTIGT WIRD: Ausreichend Platz für neun Stationen, neun Personen an den Stationen plus Spielleitung, Stationenbeschreibung, Ereigniskarten, Laufzettel, Geldscheine „BAKIs“, evtl. Verkleidung für die einzelnen Stationen



Die Teilnehmenden schlüpfen in die Rolle von indischen Familien (jeweils 3 – 6 Personen), die westlich von Kalkutta in einem großen Reisanbaugebiet zu Hause sind. Das kleine Stück Land der Familie wurde enteignet, weil ein großer Konzern darauf seine neuen Fabrikgebäude bauen will. Die Familie ist ratlos und beschließt, sich auf freien Landflächen einige Kilometer weiter anzusiedeln. Das Dringendste ist jetzt, den Lebensunterhalt für das nächste Jahr zu sichern. Die Kleingruppen überlegen sich eine Strategie, was sie für ihre Ernährungssicherung benötigen und was sie tun können.

Personen und Organisationen, die ihnen dabei behilflich sein könnten, sind:

- Mr. Rashid Arlaiah, ein Großgrundbesitzer
- Indiacommerz, eine Bank
- Mr. Rajah Bawhi, der Präfekt der Region
- Pro Landless, eine Nichtregierungsorganisation, die sich für Land für landlose BäuerInnen einsetzt.
- Miseripuro, ein ökumenisches Hilfswerk
- Lena Bollermann, eine deutsche Jugendliche
- der Markt
- El Trafico, eine Importorganisation im Fairen Handel
- Monopolio, ein Großkonzern für Saatgut- und Reishandel

Diese Anlaufstellen können von jeder Familie aufgesucht werden. Meist sind jedoch gewisse Voraussetzungen zu erfüllen, um Hilfe zu bekommen.

Die Familie darf nur als gesamte Gruppe agieren, Einzelaktionen sind nicht gestattet.

Gegebenenfalls müssen die Familien ihre Strategie überdenken und neu planen. Zumal unerwartete Ereignisse eintreten können, die sich auf die Planungen auswirken können.

In regelmäßigen Abständen stellt die Spielleitung die Erntemenge jeder Familie fest. Sie verwaltet auch die Ereigniskarten, die den Spielverlauf maßgeblich beeinflussen.

Alle durchgeführten Aktionen werden auf dem Laufzettel eingetragen.



Wichtig ist eine ausreichende Anzahl an Personen für die Stationen, was das Spiel sehr personalaufwendig macht. Schön ist es, wenn diese Personen sich richtig in ihre Rolle hineindenken und auch entsprechend verkleiden.

Länge und Ausgang des Spiels hängen sehr stark von der Anzahl und Motivation der beteiligten Gruppen ab. Sehr wichtig ist eine ausführliche Auswertung, bei der die Hauptprobleme noch einmal angesprochen und mit Fakten untermauert werden.

ENTWICKELT VOM BUNDESARBEITSKREIS INTERNATIONALE
ENTWICKLUNG (BAKIE) FÜR DIE BUNDESVERSAMMLUNG 2006

WELTTAFEL: WELT ZU GAST AM TISCH

AKTIONSFORM: Gruppenstunde; ggf. Präsentation in der Öffentlichkeit

PERSONEN: Unbegrenzt

DAUER: Beliebig (je nach Herangehensweise)

BENÖTIGT WIRD: Unterschiedliche (alte!) Stühle; Sägen, Lack, Pinsel. Hintergrundinfo/Fakten über die Ernährungssituation in verschiedenen Ländern; Kuchen o.ä. Nahrungsmittel, Kochlöffel



www.brot-fuer-die-welt.de



Die Welttafel besteht aus beliebig vielen Stühlen, die unterschiedlich hoch sind. Jeder Stuhl steht für ein Land. Die Sitzhöhe symbolisiert den Zugang zu den weltweit vorhandenen Nahrungsmitteln in dem jeweiligen Land: Je größer die Möglichkeiten für die Menschen in diesem Land sind, für sich ausreichend Nahrung zu sichern, desto länger sind die Stuhlbeine.

Die Gruppe entscheidet sich für verschiedene Länder. Um diese Welttafel zu schaffen, sind Informationen und Fakten über die Ernährungssituation in den ausgewählten Ländern nötig. Auf Basis dieser Daten errechnet die Gruppe, welche Höhe der Stuhl haben soll. Welche Daten neben dem Pro-Kopf-Einkommen in die Berechnung einfließen sollen, entscheidet die Gruppe selbst.

Wenn die Stühle fertig sind, können die Teilnehmenden oder auch Gäste am Tisch Platz nehmen. Die Tischgemeinschaft isst mit den zur Verfügung gestellten Kochlöffeln. Wer weit unten sitzt, wird es trotz des langen Stils schwer haben, auch etwas vom Kuchen abzubekommen.

ENTWICKELT VON BROT FÜR DIE WELT, ERNÄHRUNGSKAMPAGNE „NIEMAND ISST FÜR SICH ALLEIN“ (2006)

WASSER- CHAOSSPIEL

AKTIONSFORM: Großgruppenspiel

PERSONEN: 8 – 20 Personen

DAUER: Ca. 2 Stunden

BENÖTIGT WIRD: Ein Spielfeld mit 30 (durchnummerierten) Feldern, Spielfiguren (z.B. unterschiedliche Flaschen), ein Würfel; Kärtchen, die auf einer Seite eine Nummer tragen und auf der anderen einen Begriff (siehe Liste); Raum mit Tür für die Spielleitung



Vorbereitung: Die Kärtchen in einem abgegrenzten Gebiet verstecken. Ablageort auf der Liste mit den Begriffen notieren.

Der Ablauf folgt dem Prinzip eines Chaos-Spiels: Ist eine Gruppe an der Reihe, kommt sie geschlossen zur Spielleitung und würfelt. Sie bewegt ihre Spielfigur entsprechend der Augenzahl auf dem Spielfeld vorwärts. Jetzt sucht die Gruppe im Gelände den Zettel, der die Nummer trägt, auf der sie gelandet ist. Hat die Gruppe den Zettel gefunden, merkt sie sich das Codewort auf der Rückseite und nennt diesen Begriff der Spielleitung. Alle Begriffe, Aufgaben und Fragen handeln vom Thema Wasser. Nennt die Gruppe den richtigen Begriff, erhält sie eine Wasser-Frage oder Aufgabe. Ist die Aufgabe erfüllt, würfelt die Gruppe erneut und sucht den nächsten Nummernzettel. Sind Begriff oder Aufgabe falsch, muss die Gruppe nochmals auf die Suche gehen oder bekommt eine neue Aufgabe gestellt. In beiden Fällen muss die Gruppe das Spielfeld zuerst wieder verlassen und sich erneut hinten anstellen.

Gewonnen hat die Gruppe, die als erstes im Ziel ist (restliche Augen verfallen). Auf chaotisch-witzige Weise lernen die Teilnehmenden so jede Menge über die lebenswichtige Ressource Wasser.

ENTWICKELT VOM KLJB-DIÖZESANVERBAND AUGSBURG FÜR DAS WORKCAMP MIT DER CARYM ELDORET (SOMMER 2008)

REGIONALITÄT

REGIONALITÄT



REGIONALITÄT

„Ein Wirt findet einen 500-Euro-Schein. Hiervon besorgt er sich beim Dorfmetzger Fleisch für sein Wirtshaus. Um seinen Nachschub zu decken, kauft der Metzger mit demselben Schein Schweine beim Landwirt im Ort. Von diesen Einnahmen lässt sich der Landwirt seinen Traktor für 500 Euro beim örtlichen Mechaniker reparieren. Der Mechaniker kauft sich darauf neue Möbel im Wert von 500 Euro beim Schreiner vor Ort. Der Schreiner ist dadurch in der Lage, die kleine Hochzeitsfeier seiner Tochter beim Wirt ausrichten zu lassen. Die 500 Euro sind damit wieder zum Wirt zurückgekehrt. Auf dem Weg zur Bank geht dem Wirt der 500-Euroschein verloren. Die finanzielle Ausgangssituation ist wiederhergestellt: Zuvor war das Geld nicht vorhanden, und am Ende ist es nicht mehr vorhanden. Jedoch hat der Metzger Schweine, der Traktor des Landwirts ist repariert, der Mechaniker hat neue Möbel, die Tochter des Schreiners ist verheiratet und der Wirt hat Fleisch für seine Gäste. Durch die hohe Umlauffähigkeit ist eine regionale Wirtschaftsleistung von 2.500 Euro entstanden. Hätte der Metzger sein Fleisch „importiert“, dann hätte der Landwirt immer noch einen kaputten Traktor, der Mechaniker alte Möbel und die Tochter des Schreiners wäre noch nicht verheiratet.“ (QUELLE: DER KRITISCHE AGRARBERICHT 2009, S. 169)

Auch wenn diese Geschichte sehr vereinfacht (und im Übrigen nicht gerade gendersensibel) geschrieben ist, verdeutlicht sie doch, wie innerhalb von Regionen Wohlstand erzeugt werden kann. Und dies nur, weil die einzelnen AkteurInnen sich entschieden haben, Regionalität anstatt Kaufpreis an die erste Stelle ihrer Kaufentscheidung zu stellen.

Beim Lesen der Geschichte tauchen dennoch schnell Einwände auf. Das kann zum Beispiel sein: zu kleines, unvollständiges und schwankendes Warenangebot, fehlende Spezialisierung, eingeschränkter Wettbewerb, Produkte zu teuer, wie zu Omas Zeiten, Mengenvorteile können nur schwer realisiert werden, mit heutigen Betriebsgrößen und Vertriebsstrukturen gar nicht möglich, in Zeiten des Internet unmöglich, stagnierender Markt, beschränkte Wachstumsmöglichkeiten, und, und, und ...

Ist also bereits alles schon zu spät? Können wir nicht mehr zurück zu regionalerem Wirtschaften? Und wenn, welcher Vorteil ergäbe sich denn daraus?

WAS SAGT DIE KLJB DAZU?

Seit vielen Jahren sieht die KLJB in der Stärkung regionaler Strukturen ein tragfähiges Zukunftsmodell. Die regionale Herkunft der Produkte ist uns wichtig, um regionale Läden und Märkte zu unterstützen. Wir sind bereit, Preise zu zahlen, die die Produktionskosten decken, und schätzen die Werte, die in der Region geschaffen wurden. Dadurch vermeiden wir ganz nebenbei lange Transportwege und den damit verbundenen CO₂-Ausstoß.

Statt eines möglichst liberalisierten Welthandels fordern wir, dass die Vermarktung von Lebensmitteln, aber auch von anderen Waren so nah wie möglich am Produktionsstandort geschieht. Nur Produkte, die regional nicht oder nicht ausreichend unter natürlichen Voraussetzungen produziert werden können, sollen importiert werden. Bei Lebensmitteln ist die logische Konsequenz, dass wir saisonale Produkte bevorzugen.

Die regionale Versorgung gewährleistet, fördert und erhält kleine und mittlere Strukturen der Lebensmittel-, Waren- und Dienstleistungsproduktion. Außerdem fühlen die Menschen sich stärker verbunden mit der Kulturlandschaft, in der sie leben, und mit den Menschen, die ihre Lebensmittel anbauen. Die Herstellung erfolgt in Übereinstimmung mit den kulturellen Gegebenheiten der jeweiligen Region. Dies beinhaltet auch einen verantwortungsvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen. Diese Grundsätze müssen sowohl für regionale als auch für aus anderen Ländern importierte Produkte gelten.

Um bewusste Kaufentscheidungen treffen zu können, muss man ausreichend über die Produktion, Weiterverarbeitung und Vermarktung informiert sein. Dies gewährleisten regionale Strukturen. Deshalb müssen die Werte und Inhalte einer regionalorientierten Land- und Warenwirtschaft Inhalt von Bildung und Ausbildung sein.

KLJB-APFELSAFT

AKTIONSFORM: Gruppenaktivität
PERSONEN: Beliebig
DAUER: Beliebig, ein Nachmittag zum Äpfel sammeln
BENÖTIGT WIRD: Erlaubnis möglichst ungespritzte Äpfel, am besten von Streuobstwiesen, auflesen und sammeln zu dürfen. Körbe, Kisten und Anhänger oder Säcke zum Transportieren und Lagern der Äpfel, Termin bei der Mosterei, Motiv für Etikett, Lagerräume und Transportmöglichkeiten für abgefüllten A-Saft.



Inhaltliche Ziele

Das Projekt soll am Beispiel der Apfelsaftproduktion zeigen, welche regionalen Ressourcen noch existieren, und zum Nachdenken anregen, welche versteckten Potenziale in anderen Bereichen noch ausgeschöpft werden können. Es soll eine Rückbesinnung auf regionale Produkte, Potenziale der Region, kurze Wege, Stärkung des Bewusstseins für die eigene Region, die Verantwortung, sich gesund zu ernähren und die eigene Verantwortung deutlich machen und Alternativen aufzeigen.

Durchführung

Im Vorfeld klären, wo und zu welchen Anlässen der Apfelsaft ausgeschenkt und wo er gelagert werden kann. Dann die gewünschte Menge an Apfelsaft festlegen. Als Faustformel gilt, dass aus 100 Kilo Äpfeln etwa 60-70 Liter A-Saft werden.

Die Äpfel werden auf Streuobstwiesen in der Region gesammelt. Anschließend werden die gesammelten Äpfel in einer örtlichen Mosterei zu köstlichem Apfelsaft gepresst.

In der Region einen Mosterei-Betrieb suchen, der die Abfüllung und die Etikettierung anbietet. Oftmals arbeiten die Betriebe bereits mit Druckereien zusammen, die die benötigten Etiketten nach den Anforderungen der Etikettiermaschine vor Ort herstellen.

Für die Etiketterstellung mindestens acht Wochen vor der geplanten Apfelsaft-Pressung Kontakt mit einer geeigneten Druckerei aufnehmen und nach den Rahmenbedingungen (Größe, Pflichtangaben auf dem Etikett, Bildformat, ...) für die Gestaltung des Etiketts erfragen. Etikett unter Einhaltung der Vorgaben gestalten oder ein vorhandenes modifizieren und spätestens vier Wochen vor dem Press- und Abfülltermin an die Druckerei senden.



Mit dem Apfelsaft kann man hervorragend bei größeren Veranstaltungen die KLJB-Arbeit und das Engagement der KLJB für gesunde Produkte der eigenen Region zeigen. Als Vorbereitung und Nachbereitung der Aktion eignet sich gut eine Gruppenstunde über regionale Wirtschaftskreisläufe.

ENTWICKELT VOM KLJB-DIÖZESANVERBAND
ROTTENBURG-STUTTGART

SAISON-MEMO

AKTIONSFORM: Kleingruppenspiel
PERSONEN: Beliebig
DAUER: 15 Minuten
BENÖTIGT WIRD: Karten mit Bildern verschiedener Gemüsesorten, Karten mit dem Zeitraum der jeweiligen Saison in Deutschland.
 Geeignete Früchte und Gemüsesorten sind: Bohnen, Karotten, Kürbisse, Lauch, Äpfel, Rosenkohl, Spargel, Rhabarber, Kirschen



Das Spiel funktioniert wie das bekannte Memory-Spiel. Ziel ist, das persönliche Wissen über die Saison von einigen Obst- und Gemüsesorten aufzufrischen.

Die Karten werden verdeckt auf einen Tisch verteilt oder auch an einer Pinnwand aufgehängt. Zwei Personen spielen gegeneinander. Eine Person fängt an und deckt nacheinander zwei Karten auf.

Ziel ist, zum jeweiligen Gemüse oder Obst die zugehörige Saison zu finden. Passen die zwei Karten nicht zueinander, werden die Karten wieder verdeckt und die andere Person ist an der Reihe. Findet man ein zusammengehöriges Paar, darf man die Karten an sich nehmen und zwei weitere Karten aufdecken. Gewonnen hat, wer die meisten Paare gefunden hat.



An der KLJB-Bundesstelle gibt es ein fertiges Spiel zum Ausleihen.

ENTWICKELT VON DER KLJB-BUNDESSTELLE

MIT DER KUH AUF DU UND DU

AKTIONSFORM: Thementag
PERSONEN: Gruppen, auch Schulklassen, ab 10 Jahren
DAUER: 1 Tag
BENÖTIGT WIRD: Alles mögliche



Bei einem Thementag auf dem Bauernhof lernen die Teilnehmenden Kühe und landwirtschaftliche Produktion kennen.

Der Tag beginnt mit einem gemeinsamen Frühstück. Dabei erfahren die Teilnehmenden beispielsweise, was die Kennzeichnung auf Eiern bedeutet oder was es mit verschiedenen Bio-Siegeln auf sich hat.

Daran schließt sich ein Chaosspiel zum Thema Regionalität an (siehe Seite 14). Den Abschluss bildet ein Planspiel (siehe Vorlage auf www.stilvollerleben.de). Dabei erhält jede Person eine bestimmte Anzahl an landwirtschaftlichen Flächen. In der Rolle eines Landwirts oder einer Landwirtin versucht sie, durch kluge Entscheidungen, zum Beispiel die Veredelung zu Milch, Schwein oder Energie, ihr Kapital zu vermehren.



Auf der Homepage findet Ihr Tipps und Hintergrundinfos zur Vorbereitung des Frühstücks sowie die Materialien für das Chaos- und das Planspiel.

ENTWICKELT VOM KLJB-DIÖZESANVERBAND MÜNCHEN UND FREISING

KOMPOSTIER-BAR

- AKTIONSFORM:** Öffentlichkeitswirksame Aktion
- PERSONEN:** 20 aktive StandbetreiberInnen
- DAUER:** Ein Nachmittag (plus Vorbereitung)
- BENÖTIGT WIRD:** Garten-Pavillon-Zelte, Bierbankgarnituren, Lochblechbefestigungselemente, kurze Spax-Schrauben, Schraubzwingen, Mehrweg- oder biologisch abbaubare Becher, Löffel, ... regionale Fruchtsäfte, Kasse, Wechselgeld, Früchte zur Deko, Holzzahnstocher; Kompostierer aus Holz, kompostierbare Säcke, Info-Plakate, -broschüren; Playmais (besteht aus Mais und ist 100% biologisch abbaubar); Glücksrad (optional)



Auf einem Pfarrfest oder ähnlichen Veranstaltung macht die „abfallfreie“ KompostierBAR auf die Nachhaltigkeit durch Mehrweg oder biologisch abbaubare Komponenten beim Konsum aufmerksam. Die regionalen Fruchtsäfte weisen auf die kurzen Wege und die Stärkung der Region hin.

Bar mit Saftausschank

Bar für Saftausschank in U-Form aufbauen: unten Biertische, oben Bierbänke (oder natürlich, wenn vorhanden, eigene Holz-Bar). Außen mit Recycling-Papier oder wiederverwertbarem Stoff verkleiden. Mit Playmais „KompostierBAR“ oder Ähnliches auf Barverkleidung schreiben.

Zum Saftausschank regionale Fruchtsäfte verwenden, dekorieren mit Früchten der Saison auf Holzzahnstochern. Säfte in kompostierbaren, durchsichtigen Bechern ausschenken.

Holz-Kompostierer

Vor der Bar einen großen Kompostierer aufbauen (aus Holz mit großen kompostierbaren Säcken drin), denn natürlich soll der ganze Müll später auf dem Biomüll landen. Außen eventuell mit Bildern von Produkten, die es bereits auch aus kompostierbarem Material gibt, dekorieren (als Hinweise fürs Rätsel).

Rätsel

Aus einer Reihe von Produkten (medizinische Nähfäden, Becher/Trinkbecher, Windeln, Essbesteck, Urnen, Ohrenstäbchen, Pflanztöpfe, Golfbälle, Folien für Verpackungen, Folien für Landwirtschaft, Schrauben, Flaschen, Autoreifen, Tragetaschen, Schnüre, Regenschirme) sollen diejenigen angekreuzt werden, die es noch nicht als (zumindest teilweise) kompostierbare Variante gibt. Lösung: Für alle Produkte gibt es eine kompostierbare Variante.



Damit die Besucherinnen und Besucher länger am Stand bleiben, gibt es weitere Ideen:

Spiel-Ecke mit Playmais

In einem zweiten Pavillon-Zelt drei Biertische zu einer großen Tischfläche zusammenstellen. Bierbänke auf mindestens drei Seiten aufstellen. Diese Tischfläche dient den Playmais-KünstlerInnen. Aus kompostierbarem Playmais können hier Figuren etc. gebastelt werden.

Das Glücksrad

An einem Glücksrad kann man entweder Saft-drinks von der Saft-Bar, faire Schokoriegel, regionale Äpfel oder Ähnliches gewinnen.

REGIONALES KOCHDUELL

AKTIONSFORM: Gruppenstunde oder Abendveranstaltung

PERSONEN: 10 – 30

DAUER: 2 – 3 Stunden

BENÖTIGT WIRD: Evtl. zusätzlich mitzubringen: Geschirrtücher, Spülmittel, Küchen-Rolle, Pürierstab, saisonale, regionale, faire Kochzutaten, Getränke, evtl. Dankeschöngeschenk, Siegerpokal und/oder Preise, Moderationsmaterial, Spielgeld



Beim Regionales Kochduell können die Teilnehmenden Kritischen Konsum mit allen Sinnen erfahren – durch das Kochen mit regionalen, saisonalen und fairen Produkten. Außerdem soll aufgezeigt werden, dass mit Kreativität auch aus einem vorgegebenen saisonalen Angebot sehr Leckerer kreiert werden kann.

Ziel

Jedes Kochteam bereitet aus vorgegebenen Lebensmitteln und durch Regio-Taler zu erwerbende individuelle Zutaten ein leckeres Zwei-Gänge-Menü zu. Dieses Menü wird den anderen Gruppen vorgestellt und von einer Jury bewertet.

Vorgaben

Genügend Essen für alle (incl. Jury), zwei Gänge, zwei Stunden Zeit; Genaues Planen wird vorausgesetzt, es soll alles zum Schluss noch warm sein. Kreativität ist gefragt, um innerhalb der vorgegebenen Zeit Gerichte zu zaubern, den Tisch zu decken und in einer kleinen Präsentation (Speisekarte, spezielle Zubereitung,...) für die Jury und die anderen Gruppen vorzustellen.

Bewertet werden

Geschmack, Aussehen, Präsentation, Ordnung/Sauberkeit, Teamwork, Kombination, Verwendung der vorgegebenen Zutaten, Zeiteinteilung/warmes Essen.



Ablauf

- 1) Einstieg mit Begrüßung, Spiel, Impuls über bewusstes Einkaufen (regional, saisonal, fair)
- 2) Briefing der Gruppen über Ablauf, Bewertung und Vorgaben
- 3) Jede Gruppe bekommt eine Küche zugewiesen, ein Grundpaket mit verschiedenen regionalen Zutaten, von der jedes Produkt im Menü vorkommen muss.
- 4) Zusätzlich bekommt die Gruppe ein Budget oder Spielgeld, mit dem sie faire Sachen einkaufen dürfen, die von den Organisatoren mitgebracht wurden. Dadurch kann dem Gericht eine spezielle Note verpasst werden. (Die Standardzutaten wie Gewürze, Öl oder Eier werden allen Gruppen zur Verfügung gestellt, ohne Budgetierung)
- 5) Kochen, Präsentation mit Speisekarte vorbereiten und Tisch decken in 2 Stunden
- 6) Verkostung und Vorstellung der Menüs, Essen
- 7) Beratung der Jury, während die Teams aufräumen
- 8) Preisverleihung, Reflexion und gemüthlicher Ausklang

ENTWICKELT VOM KLJB-DIÖZESANVERBAND BAMBERG



Jury mit mindestens vier Leuten besetzen und ein Bewertungsschema für die Jury vorbereiten. Viele Variationen des Kochduells sind möglich. Zum Beispiel könnte die KLJB im Dorf ein generationenübergreifendes Kochduell veranstalten oder verschiedene Kulturen zusammenbringen.



GENTECHNIKFREIHEIT

GENTECHNIK-
FREIHEIT



GENTECHNIKFREIHEIT IN DER LANDWIRTSCHAFT

Die Gentechnik ist ein Teilgebiet der Biotechnologie. Sie ist eine Methode zur Identifizierung, Charakterisierung, Isolierung, Regulierung, der gezielten Manipulation und Übertragung von Erbgut bei Organismen. Wir in der KLJB haben vor allem die Entwicklung der „grünen“ Gentechnik im Blick, weil sie am unmittelbarsten beeinflusst, wie unsere Lebensmittel weltweit hergestellt werden. Die gentechnische Veränderung von Pflanzen ist auch der Bereich, welcher direkte Auswirkungen auf unser Ökosystem, unsere Gesundheit, unsere regionale und internationale Landwirtschaft hat.

Die gentechnisch veränderten Organismen nennt man auch kurz GVOs (oder englisch GMOs: Genetically Modified Organisms). Beispiele hierfür sind herbizidresistente Pflanzen (Mais, Raps, Soja) bei denen ein Protein in der DNA einer Pflanze so verändert wird, dass sie gegen ein bestimmtes Pflanzenschutzmittel unempfindlich wird. Eine andere Variante sind Nutzpflanzen (Bt-Mais, Bt-Baumwolle), die selbst ein bestimmtes Gift gegen Schädlinge produzieren. Bt ist die Abkürzung für die Bakterienart *Bacillus thuringiensis*, die die Produktion eines Insektizids bewirken. Bt-Pflanzen produzieren selbst und permanent ein Gift gegen Schädlinge (an dem oft auch Nützlinge sterben).

Die Thematik rund um die „grüne“ Gentechnik ist sehr vielschichtig. Die verschiedenen AkteureInnen zum Beispiel aus der Industrie, der Wissenschaft, der Politik, zivilgesellschaftlichen Institutionen, der Kirche, bis hin zu den Konsumentenden und Produzierenden suchen Mittel und Wege ihre Interessen und Vorteile durchzusetzen.

Der Einsatz der Gentechnik zur Genmanipulation bei Pflanzen, Tieren und Mikroorganismen findet seit Jahren nicht mehr nur in abgeschlossenen Forschungslaboren oder kleinen, überwachten Versuchsfeldern statt, sondern bahnt sich in immer größerem Maßstab den Weg in die freie Natur und somit auch auf unsere Teller. Was in Ländern wie USA, Kanada, Argentinien, China und Teilen Brasiliens bereits zum landwirtschaftlichen Alltag gehört, soll nun auch in Europa Einzug halten.

Noch ist es in Deutschland möglich, gentechnisch veränderte Lebensmittel zu erkennen – und zu vermeiden. In Deutschland ist jedes Lebensmittel und jede Zutat, die unmittelbar aus einem GVO hergestellt wurde, kennzeichnungspflichtig. Dabei spielt es keine Rolle, ob der jeweilige GVO im Endprodukt nachweisbar ist oder nicht. Allerdings gibt es zahlreiche Bereiche, die nicht von dieser Kennzeichnungspflicht betroffen sind, etwa Zusatz- und Hilfsstoffe, aber auch Milch, Fleisch und Eier, wenn Futtermittel aus gv-Pflanzen verwendet wurden. Handelsübliche Futtermittel auf Sojabasis bestehen in der Regel zu 40-60 Prozent aus gv-Pflanzen. Jährlich werden 35 bis 40 Millionen Tonnen Sojarohstoffe in die EU eingeführt und überwiegend zu Futtermitteln verarbeitet.

Ebenso sind Lebens- und Futtermittel von der Kennzeichnungspflicht ausgenommen, wenn GVO-Beimischungen nicht mehr als 0,9 Prozent der jeweiligen Zutat ausmachen. Bei Produkten des Ökologischen Landbaus ist der bewusste Einsatz der Gentechnik gesetzlich verboten. Doch eine Garantie auf absolute „Gentechnik-Freiheit“ ist das nicht. Der Schwellenwert von 0,9 Prozent gilt sowohl für konventionelle wie ökologisch erzeugte Produkte.

WAS SAGT DIE KLJB DAZU?

Die KLJB lehnt den Einsatz von gentechnisch veränderten Organismen (GVO) in der Landwirtschaft ab, da die Risiken derzeit weder abschätzbar noch kontrollierbar sind.

Da bei der grünen Gentechnik die kombinierten bzw. eingebrachten Gen-Sequenzen zum Teil aus artfremden Organismen stammen sowie die Vorhersagbarkeit der Eigenschaften der erzeugten neuartigen Endprodukte äußerst schwierig ist, gibt es über die gesundheitlichen und langfristigen Folgen von GVOs noch keine ausreichend gesicherten Erkenntnisse.

Ein weiterer Aspekt ist, dass sich die neuen Pflanzen, einmal ausgebracht, durch Auskreuzung von veränderten Pflanzen der Kontrollmöglichkeit des Menschen entziehen. Der Versuch, durch vorgeschriebene Mindestabstände den Anbau mit und ohne gentechnisch veränderte Pflanzen weiterhin zu ermöglichen (Koexistenz), wird je nach Pflanzenart durch Pollenflug oder Pollenübertragung zum Beispiel durch Bienen konterkariert. Auch bei der Ernte, bei Transport, Lagerung und Verarbeitung sind Vermischungen, etwa durch Verwehungen oder nicht vollständig gesäuberte Maschinen, nicht mit absoluter Sicherheit zu vermeiden.

Die KLJB fordert klare Wahlfreiheit für ErzeugerInnen, VerarbeiterInnen und VerbraucherInnen zwischen gentechnisch veränderten und gentechnisch nicht veränderten Erzeugnissen. Die jetzigen Kennzeichnungsregeln reichen bei weitem nicht aus. Alle Lebensmittel, Futtermittel und Folgeprodukte (Fleisch, Eier, Milch), bei denen gentechnisch veränderte Organismen verwendet werden, müssen eindeutig erkennbar sein. Das heißt: Lebensmittel tierischen Ursprungs, wie Milch, Fleisch und Eier, müssen als gentechnisch gekennzeichnet werden, wenn zu ihrer Erzeugung GVO-Futtermittel verwendet werden.

Sind die Produkte nicht durch anerkannte Siegel (etwa EU-„BIO“, „Bioland“, oder „Ohne Gentechnik!“-Siegel) gekennzeichnet, heißt es entweder die Zutatenliste zu checken oder direkt beim Erzeuger nachzufragen.

→ Weitere Infos:

☘ „Essen ohne Gentechnik“

Einkaufsführer von Greenpeace, Download unter: www.greenpeace.de

☘ Ausgabe 3.2009 des KLJB-Verbandsmagazins BUFO

AUF DEN ZAHN GEFÜHLT

AKTIONSFORM: Themenabend (in der Ortsgruppe, Pfarrei o.ä.)
PERSONEN: Jugendliche ab 14 Jahren, 5 – 20 Personen
DAUER: 1,5 – 2 Stunden
BENÖTIGT WIRD: Verpackungen von häufig und gerne konsumierten Lebensmitteln
Laptops, Drucker, USB-Stick, Briefpapier, Briefumschläge, Briefmarken,
Moderationsmaterial. Wenn möglich Internetanschluss.



www.service.greenpeace.de/infomaterial

GENTECHNIK-
FREIHEIT

Um Transparenz über die Verwendung von gentechnisch veränderten Stoffen bei der Herstellung von Produkten herzustellen, fragen Gruppen bei Firmen per Brief oder E-Mail gezielt nach. Ziel ist es, mindestens 20 bis 30 Firmen anzuschreiben und sie zu fragen, ob sie garantieren können, dass in den Produkten keine gentechnisch veränderten Stoffe enthalten sind. Die Briefe drücken das Interesse und die Besorgnis der kritischen KundInnen aus und dienen als Grundlage für künftige Kaufentscheidungen.

Der Themenabend könnte etwa so ablaufen:

Der Moderator oder die Moderatorin begrüßt die Anwesenden und führt in das Thema ein. Er/Sie erklärt Ablauf und Ziel des Abends. Anschließend stellen die Teilnehmenden nacheinander die mitgebrachten Verpackungen bzw. die Lebensmittel vor und formulieren jeweils zwei Fragen, die sie vom Hersteller beantwortet haben wollen. Die Fragen auf Moderationskarten notieren. Anschließend sortiert die Gruppe die mitgebrachten Verpackungen und Karten nach Herstellern und recherchiert deren Adressen (auf der Packung, im Internet). Kleingruppen bearbeiten die verschiedenen Produktanfragen und verfassen E-Mails oder Briefe mit den einzelnen Fragen zur Gentechnikfreiheit.

Die Briefe entweder als Gruppe senden oder jede Einzelperson extra.

In der Nacharbeit der Frageaktion bietet es sich an, die Antwortbriefe in einem Ordner zu sammeln.

Die Gruppe könnte zum Beispiel während des Abends noch einen Termin vereinbaren, wann die Antwortschreiben vorgestellt und besprochen werden.



Auch wenn ein Brief teurer ist (Briefmarke, Umschlag etc.), wirkt er seriöser und ernsthafter und ist der E-Mail vorzuziehen. Falls die Antworten auf sich warten lassen, schadet es nicht, nachzuhaken.

ENTWICKELT VON DER KLJB-BUNDESSTELLE

GENTECHNIKFREIES FRÜHSTÜCK

AKTIONSFORM: Gruppenstunde oder Großgruppenveranstaltung

PERSONEN: Offen, 10 – 50 Personen

DAUER: Vormittag

BENÖTIGT WIRD: Ein gemütlicher Ort (im Raum oder unter freiem Himmel); Frühstücksutensilien (Teller, Besteck, Tassen ...)
Garantiert „Ohne Gentechnik“ hergestellte Frühstückszutaten (mit den davor gesammelten Informationen und Zertifikaten)
Kopien der Zertifikate, Checkliste für den Einkauf, Hintergrundinformationen

GENTECHNIK- FREIHEIT



Bei einem gentechnikfreien Frühstück oder Brunch werden die Teilnehmenden in gemütlicher Atmosphäre für Qualitätsunterschiede bei Lebensmittelinhaltsstoffen und -produktion am Beispiel „gentechnikfreie“ Lebensmittel sensibilisiert.

Das Vorbereitungsteam überlegt sich (spätestens zwei Wochen vor der Veranstaltung!), welche Zutaten für das Frühstück/den Brunch gewünscht werden, und verteilt, wer sich um welche Lebensmittel kümmert. Dazu gehört nicht nur der Einkauf, sondern vor allem die Information und Recherche: Das Team versucht durch Nachfragen bei ErzeugerInnen, HerstellerInnen und HändlerInnen möglichst lückenlos herauszufinden, ob das Produkt mit Gentechnik in Berührung kommt. Orientierung geben möglicherweise Siegel und Etiketten der Produkte. LandwirtInnen können Auskunft geben, ob sie gentechnikfreies Futtermittel einsetzen, die Bäckerin kann sagen, woher das Getreide oder die Backmischung kommen. Mit den gesammelten Informationen erstellt die Gruppe für jedes Produkt ein „Ohne Gentechnik hergestellt-Zertifikat“.

Für das Frühstücksbrunch selbst die Frühstückstafel so aufbauen, dass sich möglichst alle sehen und hören können. Die ausgefüllten „Ohne Gentechnik hergestellt-Zertifikate“ zu den einzelnen Produkten platzieren. Während des Brunchs erzählen alle die eigene Recherche-Geschichte mit all den Schwierigkeiten und Erlebnissen. Auf diese Weise ergeben sich automatisch weitere Gespräche rund um das Thema.

Die Zertifikate könnten als Anregung für den nächsten Einkauf für alle Anwesenden kopiert werden.



Diese Aktion passt sehr gut als Abschluss, Auftakt oder Praxisbeispiel einer Gentechnikthemenreihe. Wichtig ist, dass bereits bei der Einladung die Besonderheit, nämlich die Gentechnikfreiheit aller Produkte, im Mittelpunkt steht.

Wenn das Frühstück für einen erweiterten Personenkreis durchgeführt wird, ist es bestimmt auch für die örtliche Presse interessant. Rechtzeitig Bescheid sagen!

Das Erstellen einer Checkliste und Hinweise für die Recherche im Laden und Internet sowie das Erstellen des Zertifikatformulars kann sehr gut Inhalt vorbereitender Gruppenstunden sein. Der konkrete Anlass macht es viel leichter und motiviert, beim Erzeuger oder Händler nachzufragen.

ENTWICKELT VON DER KLJB-BUNDESSTELLE

KRITISCHER FILMBLICK

AKTIONSFORM: Thematischer Filmabend
PERSONEN: 10 – 30 Personen, ab 14 Jahren
DAUER: 2 – 3 Stunden
BENÖTIGT WIRD: Laptop mit DVD-Laufwerk, DVD, Beamer, Leinwand, Verlängerungskabel, gute Aktivboxen o.ä., Plakate, Papier, Stifte, Informationsmaterial über „Grüne Gentechnik“ Getränke und ggf. Snacks



Bei einem Filmabend zum Thema „Grüne Gentechnik“ schlüpfen die Teilnehmenden in die Rolle von FilmkritikerInnen. Dabei lernen sie die unterschiedlichen AkteurInnen und deren Motivationen, Ziele und angewandten Strategien im Bereich der grünen Gentechnik kennen.

Ein solcher Filmabend könnte wie folgt ablaufen:

Die Moderation führt mit einem Impulsreferat in das Thema ein, stellt den Film, Ziel und Ablauf des Abends vor.

Dann werden die KritikerInnen-Rollen verteilt, der spezifische Blick, mit dem die Person oder die Teams den Film betrachten, zum Beispiel VertreterInnen der Industrie, BefürworterInnen und GegnerInnen der Grünen Gentechnik, jemand aus einem Umweltschutzverband, VerbraucherInnen, LandwirtInnen, PolitikerInnen, WissenschaftlerInnen.

Alle bekommen einen Block und die relevanten Fragen: Wer spielt die Hauptrolle? Wer ist ProtagonistIn, wer AntagonistIn? Zu welcher Gruppe gehören diese jeweils? Was ist ihr Ziel? Wie wollen sie dieses erreichen? Welche AkteurInnen kommen außerdem vor? In welchem Verhältnis stehen sie zueinander? Was ist die Kernbotschaft des Films? Was sind die Haupthandlungsstränge? Was gefällt mir am Film, was nicht?

Während des Films konzentrieren sich die Teilnehmenden insbesondere auf diese Fragestellungen und machen sich Notizen dazu.



GENTECHNIK-FREIHEIT

Nach dem Film bilden sich Kleingruppen. Auf einem Plakat stellen sie die Beziehungen der AkteurInnen und Akteure dar. Evtl. fehlende AkteurInnen können mit einer Farbe ergänzt werden. Die Ergebnisse der Kleingruppen bilden die Grundlage für die anschließende Diskussion.

Geeignete Filme für den Filmabend sind beispielsweise:

- „Monsanto, mit Gift und Genen“ von Marie-Monique Robin (2007)
- „Arme Sau. Das Geschäft mit dem Erbgut“, ein Film von Christian Jentsch (2006)
- „Die Genverschwörung“ von Manfred Ladwig (2006)
- „Leben außer Kontrolle – Von Genfood und Designerbabies“ von Bertram Verhaag und Gabriele Kröber (2003)

ENTWICKELT VON DER KLJB-BUNDESSTELLE



Unbedingt alle 30 Minuten eine Filmpause von etwa 10 Minuten einbauen. Wenn man vor dem Filmstart Zweiertteams bilden lässt, können sich diese beim Schauen austauschen oder auf unterschiedliche Fragestellungen konzentrieren.

Diese Methode ist selbstverständlich auch für andere Themen anwendbar. Eine Zusammenstellung von Filmen zum kritischen Konsum findet Ihr auf Seite 59 dieser Arbeitshilfe.

SZENARIO-SPIEL „BIO-PATENTE“

Auswirkungen von Bio-Patenten am Beispiel der äthiopischen Hirse „Teff“

AKTIONSFORM: Szenario-Spiel

PERSONEN: 12 – 30 Personen, ab 16 Jahren

DAUER: 6 Stunden (auch länger möglich)

BENÖTIGT WIRD: Szenario-Anleitung, Filmausschnitte zu Teff (an der Bundesstelle zu erfragen); Beamer, Laptop, Aktiv-Lautsprecher, eventuell Verlängerungskabel, Vielfachstecker; Moderationsmaterial (Plakatpapier, Kärtchen, Stifte, Stellwände, Tesa-Krepp ...).
Ausreichend Platz, damit sich die einzelnen Kleingruppen ungestört einarbeiten und vorbereiten können. Spielleitung, die sich in der Thematik des Bio-Patenrechts auskennt.



Das Szenario-Spiel verdeutlicht am Beispiel der äthiopischen Hirse „Teff“ die momentan ausgeübte Praxis des internationalen Patentrechts. Anhand fünf vorgegebener Rollen lernen die Teilnehmenden die Dynamik und Motivation einzelner AkteurInnen und mögliche Auswirkungen der Patentierung kennen.

Zu Beginn stimmen Filmausschnitte über „Teff“ in das Thema ein.

In einer Präsentation durch die Spielleitung und die anschließende Lese- und Diskussionsphase machen sich die Teilnehmenden mit der Ausgangssituation (Kapitel 1 in der Anleitung – alles zum Download auf www.stilvollerleben.de), den verschiedenen Aspekten wie Herkunft, Bedeutung, Besonderheiten und Verarbeitung der Getreideart „Teff“ (Kap. 2 – 3) sowie Grundlagen der Patentierung (Kap. 4) vertraut. Die Spielleitung erklärt dann die Szenario-Methode (Kap. 5.1) und klärt eventuelle Fragen.

Kleingruppen von vier bis sechs Personen erhalten eine spezifische Rollenbeschreibung und ziehen sich mit der Spielanleitung (in der sich auch notwendige Hintergrundinformationen und die Rollenbeschreibung finden) an einen ruhigen Ort zurück.

Aufgabe jeder Gruppe ist es, aus ihrer spezifischen Rolle heraus auf Flipchartbogen oder Plakatpapier ein schriftliches Szenario mit einem „Worst Case“, „Best Case“ und einem „Trend“ zu entwickeln (Kap. 5.2) (45 Minuten). Anschließendes Präsentieren des jeweiligen Szenarios durch ein Plakat, ein Theater- oder ein Rollenspiel (10 – 15 Minuten). Optional kann auf Grundlage der Szenarien eine Handlungsempfehlung mit „Zielen“ und „Maßnahmen“ folgen.

Mit Hilfe eines Blitzlichts auswerten: „Was ist mir klar geworden?“, „Was hat mich bewegt?“, „Was nehme ich für meine Arbeit mit?“



Fehlt Euch eine erfahrene Spielleitung, einfach an der Bundesstelle melden – wir vermitteln gerne!

Bei wenigen Teilnehmenden nicht alle fünf möglichen Kleingruppen besetzen, eine Kleingruppe sollte aus mindestens drei Personen bestehen.



FAIRER HANDEL

FAIRER
HANDEL



FAIRER HANDEL

Wenn SpielerInnen gegeneinander antreten, die nicht die gleiche Ausstattung, Voraussetzungen und Übung haben, dann ist das – im Sport wie im Welthandel – nicht fair. Für Kleinbauern und -bäuerinnen, die nur wenig Land besitzen und nur schwer Zugang zu Wasser, Saatgut, Krediten und Bildung haben, ist es wesentlich schwerer bis unmöglich, sich auf dem Weltmarkt zu behaupten. Große Unternehmen, die durch ihre Macht sowohl die Preise als auch die Produktions- und Arbeitsbedingungen bestimmen können, tun sich da um einiges leichter. Dazu kommt, dass die aktuellen Handelsregeln der Welthandelsorganisation (WTO) nicht gerade dafür sorgen, dass Nachteile der „Kleinen“ auf dem Weltmarkt ausgeglichen werden.

Der Faire Handel schafft ein Gegenmodell zu den vorherrschenden Welthandelsstrukturen und erstrebt mehr ökonomische Chancengleichheit und soziale Gerechtigkeit zwischen den Ländern des Nordens und Südens. Der Faire Handel versteht sich als langfristige Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht. Die Handelsbeziehungen sind so gestaltet, dass sie soziale Rechte und Entwicklungschancen für benachteiligte Produzierende stärken.

Wichtige Kriterien sind beispielsweise:

- Preise, die meist über dem Weltmarktniveau liegen
- Zahlung von Aufschlägen (Fairhandelsprämie) für soziale Investitionen
- Vorfinanzierung
- langfristige Lieferbeziehungen
- Transparenz
- Gute und sichere Arbeitsbedingungen
- Aktive Unterstützung umweltfreundlicher Produktionsmethoden
- Mitsprache, Dialog
- Besondere Förderung von Frauen
- Hohe Qualität der Ware

1973 wurde weltweit der erste fair gehandelte Kaffee verkauft. Von da an entstanden immer mehr Weltläden und Aktionsgruppen, die faire Importprodukte wie Tee, Kakao, Orangensaft oder Bananen anboten. 1975 wurde auch die GEPA gegründet. Ihr folgten weitere Importorganisationen, wie zum Beispiel El Puente, dwp Mensch + Zukunft, BANAFair oder 1998 LamuLamu.

Die Siegelorganisation TransFair e.V. vergibt das weitläufig bekannte Fairtrade-Siegel. Dieses garantiert, dass die internationalen Fairhandelskriterien im sozialen, ökologischen und ökonomischen Bereich eingehalten werden.

Faire Produkte sind mittlerweile auch in vielen Supermärkten, Bioläden und seit 2006 sogar in Discountern wie Lidl und Penny zu finden. Dieser Schritt sorgte für große Diskussionen, ob diese Produkte nur eine Alibifunktion für den konventionellen Handel darstellen oder ob sie der Alternative dazu wirklich nutzen. Unbestritten wurde dadurch der Umsatz des Fairen Handels stark erhöht.

Fair gehandelte Produkte sind an vielen Orten mittlerweile leicht zu bekommen. Wir in Deutschland geben jedoch durchschnittlich noch recht wenig, nämlich 1,72 Euro pro Jahr (2007) für fair gehandelte Produkte aus. In anderen europäischen Ländern ist das schon weit mehr.

WAS SAGT UND TUT DIE KLJB?

Die konfessionellen Jugendverbände waren von Anfang an bei der Umsetzung und Gestaltung des Fairen Handels dabei. Die KLJB ist Mitglied im TransFair e.V., der BDKJ Gesellschafter der GEPA und Mitträger des FairTrade e.V.

Die Jugendverbände leisten einen wichtigen Beitrag, um den Fairen Handel und dessen Ziele in der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Wenn wir bei Veranstaltungen faire Produkte anbieten und verkaufen, setzen wir ein Zeichen, dass uns faire Arbeits- und Handelsbedingungen wichtig sind. Über den Verkauf hinaus informieren wir über den Fairen Handel. Wir beteiligen uns an Kampagnen und Aktionen, beispielsweise bei der Fairen Woche, die jedes Jahr im September stattfindet.

Als Mitglied im TransFair e.V. tritt die KLJB dafür ein, dass die hohen ökologischen und sozialen Standards des Fairen Handels erhalten bleiben. Den Einstieg von Discountern und multinationalen Konzernen in den Fairen Handel beobachten wir kritisch. Das Siegel auf einem einzelnen Produkt im Sortiment macht ein Unternehmen noch lange nicht „fair“. Von Unternehmen, von allen Gliedern der Produktionskette und der Politik fordern wir, Maßnahmen zu ergreifen, so dass gerechte und nachhaltige Bedingungen für den ganzen Produktions- und Handelsprozess gewährleistet werden.

→ Hier erfahrt Ihr mehr zum Fairen Handel:

• **Ausgabe 2.2009 des KLJB-Verbandsmagazins BUFO**

• Fairtrade-Kriterien

TransFair e.V.: www.transfair.org

Fairtrade Labelling Organisations: www.fairtrade.net

• AkteurInnen

GEPA: www.gepa.de

El Puente: www.el-puente.de

DWP: www.dwp-rv.de

LamuLamu: www.lamulamu.de

• Bildungsarbeit

FairTrade e.V.: www.fair4you-online.de

• Politische Lobby- und Kampagnenarbeit

Fairhandels-Kampagne: www.fair-feels-good.de

Forum Fairer Handel: www.forum-fairer-handel.de

World FairTrade Organisation: www.wfto.com

FAIRHANDELSRALLYE

AKTIONSFORM: Stationenspiel

PERSONEN: 5 – 40 Kinder und Jugendliche bis 18 Jahre

DAUER: 2 – 4 Stunden (je nach Entfernungen)

BENÖTIGT WIRD: Aufgabenzettel und Wegbeschreibung, Stifte

Für Station 2: zwei herkömmliche/eine fair gehandelte Tafel Schokolade (und ihre Verpackung), Schals/Halstücher, drei Schälchen

Für Station 5: 15 verschiedene fair gehandelte Gegenstände (evtl. auf Leihbasis aus dem Weltladen), zwei große Tücher, Stoppuhr. je eine Person für Station 2 und 5.



www.fair4you-online.de

Bei der Fairhandelsrallye begeben sich Kleingruppen auf eine Entdeckungsreise auf den Spuren des Fairen Handels.

Station 1: Im Weltladen: Beantwortung von Fragen mit Hilfe der MitarbeiterInnen des Weltladens (alle Fragen siehe Vorlage auf www.stilvollerleben.de).

Station 2: Der Schokoladen-Geschmackstest: Welche Schokoladenstückchen, die in den Schälchen liegen, sind fair gehandelt?

Station 3: Im Supermarkt: Fragen zu und Analyse der fairen Produkte im Supermarkt.

Station 4: Im Naturkostladen, Bioladen oder Reformhaus: Rund 70 Prozent der fair gehandelten Nahrungsmittel stammen aus kontrolliert biologischem Anbau. Fragen zu Produkten und Herkunftsland.

Station 5: Fair gehandelte Gegenstände ertasten: Auf einem Tuch liegen 15 verschiedene Gegenstände. Die Gruppe hat eine Minute Zeit, sich die Gegenstände zu merken. Anschließend werden die Gegenstände mit einem Tuch verdeckt und die Teilnehmenden müssen auswendig sagen, welche Gegenstände sie gesehen haben.

Station 6: Im Bekleidungsgeschäft: Die Gruppe erkundigt sich bei den VerkäuferInnen, in welchen Ländern und unter welchen Arbeitsbedingungen Kleidungsstücke hergestellt wurden.

ENTWICKELT VOM FAIRTRADE E.V.



FAIRER
HANDEL

Aufgaben für unterwegs, zum Beispiel:

- Erfinden eines Werbe-Slogans für den Fairen Handel
- Interviewen von mindestens drei Menschen auf der Straße:
 - Was fällt Ihnen zum Fairen Handel ein?
 - Würden Sie fair gehandelte Produkte kaufen? Wenn ja, warum?
- Falls nein, soll die Gruppe versuchen, die Personen vom Fairen Handel zu überzeugen.
- Wo in der Stadt wird fair gehandelter Kaffee angeboten? Nachfragen, warum das nicht der Fall ist.



Falls nötig, kann vor der Stadtrallye eine allgemeine Einführung zum Fairen Handel gegeben werden. Gut ist es auch, die Mitarbeitenden im Weltladen etc. im Voraus über die Rallye zu informieren. Die Gruppen laufen nacheinander los. Solange sie auf den Start warten, können sie schon mit den Aufgaben für unterwegs beginnen.

Es können Punkte für jede richtige Lösung/Aktion vergeben werden, so dass es am Ende eine Sieger-Gruppe gibt – oder es geht nur um das Dabeisein.

KAUFENTSCHEIDUNGS-DOMINO

am Beispiel der weltweiten Textilherstellung

AKTIONSFORM: Öffentlichkeitswirksame Aktion

PERSONEN: Offen

DAUER: Unbegrenzt (plus Vorbereitungszeit)

BENÖTIGT WIRD: Zehn Dominosteine aus Holz, Auslöse-Mechanismus, Gummi-, Schaumgummi- oder Korkstreifen (zur Dämpfung), je 5 Beschriftungsblätter; Hintergrundinformationen über die Folgen fairer/unfairer Produktion und über das KLJB-eigene Textillabel LamuLamu, 1 – 3 öko-faire und 1– 3 billige Discounter-T-Shirts,



www.lamulamu.de

FAIRER
HANDEL

Das überdimensionale Domino veranschaulicht effektiv, welche Ketten-Reaktion eine Kaufentscheidung nach sich zieht. Dazu fertigt die Gruppe Dominosteine aus Holz an. Jeder Dominostein wird auf einer Seite mit Text und Bild versehen: Die eine Hälfte der Dominosteine beschreibt die Auswirkungen von rein profit-orientierter, unökologischer Textilherstellung, die andere Hälfte die Vorteile von ökologisch und sozial verantwortlicher Textilproduktion.



Es werden zwei Reihen Dominosteine aufgestellt. Am Anfang befindet sich ein Auslösemechanismus, der das Umfallen der Dominosteine initiiert (siehe Anleitung auf www.stilvollerleben.de). Ausgelöst wird dieser Mechanismus und somit das Umfallen der Dominosteine durch die Entscheidung für eines der auf der Auslöseeinrichtung ausgelegten T-Shirts. Durch Wegnehmen eines T-Shirts wird der Auslösemechanismus aktiviert: Entscheidet man sich für das faire LamuLamu-Kleidungsstück, fallen die Steine der „ökosozialen“ Reihe um, und die Auswirkungen auf der Rückseite der Steine werden sichtbar: Faire Löhne, 100% Bio-Baumwolle, Versammlungsfreiheit usw. Greifen sie dagegen zum billigen Discounter-Shirt, werden die Auswirkungen dieser Entscheidung auf der Rückseite der Dominosteine sichtbar: Einsatz von Pestiziden, unbezahlte Überstunden, Hungerlöhne etc.

Die Aktivität zieht garantiert Aufmerksamkeit auf sich und ist sehr gut geeignet, für das Thema „saubere“ und „faire“ Kleidung zu sensibilisieren.

Für die Vorbereitung und das Bauen des Dominos ist wichtig:

- Größe der Dominosteine wählen abhängig von Lager-, Transport, Verwendungs- und Aufstellmöglichkeiten (> Boden- oder Tischversion)
- Beschriftung gut lesbar anbringen, am besten auf verschiedenfarbigem Papier (zum Beispiel grün = „gut“; rot = „schlecht“). Testen, ob die Beschriftung auf umgefallenen Steinen gut sichtbar ist.
- Zur Geräusch- und Schadensminimierung Dämpfungselemente wie umlaufende Gummi-, Schaumgummistreifen, Kork o.ä. an den Rückseiten der Dominosteine anbringen.
- Herstellen einer Auslöse-Einrichtung, so dass diese genug Weg und Kraft aufbringt, um den ersten Dominostein sicher zum Kippen zu bringen.
- Schautafel mit Situations- und Aufgabenbeschreibung erstellen und gut sichtbar anbringen



Ganz Wichtig: Auf die Sicherheit achten! Das fängt schon bei der Herstellung an. Bei den Riesendominosteinen auf die Materialauswahl achten. Steine aus leichten Materialien, nicht aus Vollmaterial, sondern in Rahmenbauweise (innen hohl) ausführen. Auf jeden Fall den jeweils letzten Stein mit Schaumgummi oder Ähnlichem belegen, um Fuß- oder andere Verletzungen zu verhindern. Vor dem Einsatz des Riesen-Kaufentscheidungsdomino unbedingt – auch für Kinder ungefährliche Verwendung sicherstellen. Das jeweilige Betreuungsteam im Vorfeld nicht nur thematisch, sondern auch in Sicherheitsfragen und dem Umgang mit dem Domino schulen. Der Bau und die Verwendung geschehen auf eigene Gefahr!

ENTWICKELT VOM STANDBETREUUNGS-TEAM
DER INTERNATIONALEN GRÜNEN WOCHEN 2009

FAIRTRADE-GRUPPENSTUNDE

AKTIONSFORM: Stationenspiel

PERSONEN: 8 – 40 Kinder und Jugendliche, bzw. in Abwandlung auch für junge Erwachsene

DAUER: 1,5 – 2 Stunden

BENÖTIGT WIRD: Orangensaft (fair und nicht fair), Gläser, Orangenpressen, Messbecher, Messer; Textkärtchen und Fotos zur Schokoladenproduktion; Stecknadeln, Weltkarte, T-Shirt (zerschnitten in verschiedene Teile); Übersicht der Reise einer Jeans, Schnur, Folienstift, Karten; Gewinnverteilung; Hintergrundinformationen zu Fairem Handel, zu fairem Orangensaft, Schokolade und Baumwolle



www.fair4you-online.de
www.transfair.org

Die Fairtrade-Gruppenstunde setzt sich aus verschiedenen Modulen zusammen, die je nach Alter der Teilnehmenden abgewandelt werden können.

Orangenmodul

Die Teilnehmenden teilen sich in Gruppen und stellen sich in einer Reihe auf. Am Startpunkt steht eine Schüssel mit Orangen, am Zielpunkt eine Orangenpresse und ein Messbecher. Aufgabe ist es, im Staffellauf zur Presse zu laufen, die Orange auszupressen und möglichst schnell möglichst viel Saft zu gewinnen.

Es folgt ein Geschmackstest: frisch gepresster, fairer Orangensaft, konventioneller.

Daran schließt sich ein Infoblock über den Anbau der Orangen in brasilianischen Plantagen an und über den Mehrwert, den der Faire Handel bietet.

Schokoladenmodul

Ein besonders leckeres Produkt aus dem Fairen Handel ist Schokolade beziehungsweise Kakao. An dieser Station verfolgen die Teilnehmenden den Weg der Kakaobohne bis zur Schokoladentafel. Aufgabe ist es, Textkärtchen in die richtige Reihenfolge zu bringen und anschließend die zu den Kärtchen passenden Fotos dazu zu ordnen. Wenn die Kärtchen und Fotos richtig gelegt wurden, kann man ein Lösungswort lesen. Dies ist ein schöner Einstieg zu weiteren Informationen über Kakaoanbau und Schokolade aus dem Fairen Handel. (Siehe Vorlage des FairTrade e.V. auf www.stilvollerleben.de)

Baumwollmodul

Wie viele Kilometer legt wohl eine Jeans zurück, bevor sie in einem deutschen Kleiderschrank landet? Welche Länder passiert sie?

Die Teilnehmenden erarbeiten (mit Unterstützung) die Länder und markieren sie mit Stecknadeln. Dann werden die Stecknadeln mit einem Faden verbunden und die Gesamtstrecke gemessen oder verraten.

In einem weiteren Schritt setzen sich die Teilnehmenden damit auseinander, wer wie viel verdient. In Kleingruppen



erhalten sie Kärtchen mit den einzelnen AkteurlInnen der Textil-Kette. Jede Gruppe schreibt auf das Kärtchen ihre Schätzung, was von einem Verkaufspreis von 30 Euro an die jeweiligen AkteurlInnen geht. Die Gruppenleitung löst die Frage auf.

Ein Mobile aus einem T-Shirt, das in die Teile zerschnitten ist, die dem Lohnanteil entsprechen, verdeutlicht das Ungleichgewicht. Es folgt eine Diskussion über die Problematik von Textilproduktion sowie über öko-faire Alternativen.

Zum Gesamtkonzept des AK Grenzenlos gehört außerdem ein Fairtrade-Quiz, bzw. „Fair wird Millionär“ (steht auf der Projekthomepage zum Download bereit). Die gewonnenen Informationen sammeln die Kinder und Jugendlichen an einem Infostand.



Wer sich intensiver mit dem Thema Kakao und Schokolade beschäftigen will, findet viele weitere Aktionsideen und Anschauungsmaterialien im Kakao-Set, das die GEPA zusammen mit dem FairTrade e.V. konzipiert hat. Das Kakao-Set kann für 25 Euro (zzgl. 3,50 Euro Versand) bei der GEPA bestellt werden: zba@gepa.org. Für Kinder gibt es außerdem eine Schokobox, mit noch mehr Aktionsideen rund um Schokolade.

FAIRER
HANDEL

VOLLTREFFER MIT FAIREN FUSSBÄLLEN

AKTIONSFORM: Aktionen in der Gruppenstunde
PERSONEN: 5 – 20 Jugendliche, ab 12 Jahre
DAUER: Beliebig
BENÖTIGT WIRD: Hintergrundinfos; Papier, Stifte, Scheren, Nadel und Faden; Wabenschablone (als Download!) und Pappe; Material für den Fußball: Logistik fürs Turnier (Ort, Einladungen, Ausstattung, Getränke etc.)



www.fairplay-fairlife.de
www.echtgerecht.de/faire_fussbaelle.html
<http://gepa.de/fairpay/index.php>, www.talonsports.com

MANGO-PARTY

AKTIONSFORM: Themenabend (mit Spaß und Information)
PERSONEN: Jugendliche, ab 14 Jahre
DAUER: 2 Stunden (bzw. open end)
BENÖTIGT WIRD: Einladende Werbung, Dekoration, Getränke und Snacks für die Bar, Musik, evt. Licht



FAIRER
HANDEL

70 Prozent aller weltweit gehandelten Fußbälle stammen aus Pakistan. Zwei bis drei Stunden brauchen NäherInnen in mühevoller Handarbeit für einen Ball. Warum nicht Fußballleidenschaft mit Informationen über den Fairen Handel verbinden?

Teamspiel: Bälle nähen

In Kleingruppen zu je 5 Leuten haben die Teilnehmenden die Aufgabe, innerhalb von kurzer Zeit (zum Beispiel 10 Minuten) so viele Papierwaben wie möglich auszuschneiden und aneinander zu nähen. (Vorlage: FairTrade e.V.)

Fußball selber nähen

Authentischer als mit Papier-Waben ist es, als Gruppe einen Fußball selbst zu nähen. Dazu braucht man PVC, Baumwollstoff (als Innenfutter), Latexkleber, Nadeln, Faden und eine gute Vorlage für die Waben. Nachzulesen bei: KLJB Bayern, Werkbrief Fairer Handel, 2007.

Fair Play-Turnier

Nach all den „Vorübungen“ ist es Zeit für ein Fußball- oder Volleyball-Turnier mit fair gehandelten Bällen. Dies ist eine schöne Gelegenheit, um auf Produktionsbedingungen von Fußbällen und Fair Play im Welthandel hinzuweisen, zum Beispiel an einem Infostand. Idee von Fairplay-Fairlife.



Bei der Mango-Party dreht sich alles um fair gehandelte Mangos und andere exotische Früchte. Es gibt Mango-Cocktails, Mango-Eis, getrocknete Mangos, Mango-Saft – und natürlich Musik, Leute und Spaß. Es geht vor allem darum, das Produkt „Mango“ schmackhaft zu machen. Nebenbei erfahren die Teilnehmenden aber auch Wissenswertes über die leckere Frucht: Wie wird sie angebaut? Wo bekomme ich sie? Was hat es mit dem Fairen Handel mit Mangos auf sich?

Als Vorbereitung für die Party sollte ein Workshop stattfinden. Dabei machen sich die Teilnehmenden über faire Mangos schlau, testen die Cocktails und andere Mango-Produkte, die angeboten werden sollen, planen die Dekoration, die Musik und nicht zuletzt: wie über die Hintergründe der Mango informiert werden soll.

ENTWICKELT VON FAIRJOBING.NET, DER WEBSITE DER GEMEINSAMEN JUGENDPROJEKTE DER WELTLADEN DACHVERBÄNDE IN DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH



Auch Volleybälle, Basket- und Rugbybälle gibt es fair gehandelt!

Alle Übungen lassen sich prima kombinieren mit Reflexion und Information über Fußballproduktion, Arbeitsbedingungen und Handlungsmöglichkeiten.



Als Variante bietet sich jedes andere fair gehandelte Produkt oder eine allgemeine Fairtrade-Party an. Der nächstgelegene Weltladen ist sicher ein hilfsbereiter Kooperationspartner.

www.fairjobbing.net>Mach mit!

Mango-Party

(Rezepte für Mango-Cocktails und andere Leckereien aus Mangos sowie ein Leitfaden für die Mango-Party)

Informationen und Mango-Produkte von dwp:
www.dwp-rv.de



MOBILITÄT

MOBILITÄT



MOBILITÄT

Noch nie waren wir so mobil wie in der heutigen Zeit. Mal schnell über das Wochenende mit dem Flugzeug nach London, drei Urlaubsreisen im Jahr, eine davon mindestens nach Übersee, aber auch tägliche Fahrten zur Schule oder zur Arbeit mit dem Auto – alles Selbstverständlichkeiten.

Flexibilität und Mobilität gehören gerade für junge Menschen zu den Schlüsselqualifikationen unserer Gesellschaft. Mobilität ermöglicht die Teilnahme am gesellschaftlichen Leben und verschafft Jugendlichen ein Gefühl von Unabhängigkeit. Bildung und soziale Kontakte können Kinder und Jugendliche fast nur erreichen und pflegen, wenn sie mobil sind.

Natürlich muss Mobilität aber auch aus der Perspektive des Kritischen Konsums betrachtet werden. Der Individualverkehr macht fast 20 Prozent aller in Deutschland entstehenden CO₂-Emissionen aus. Damit nicht genug: Für Benzin, Diesel, Kerosin und Co. wird Erdöl benötigt, ein fossiler und damit endlicher Brennstoff. Neben dem hohen CO₂-Ausstoß ist dies ein weiterer Grund, unsere Mobilität von Erdöl unabhängig zu machen.

14 Prozent der Konsumausgaben eines Privathaushaltes geben die Deutschen für ihre Mobilität aus. Mobilität nimmt somit den zweiten Platz ein, hinter Wohnen und knapp vor den Ausgaben für Essen und Trinken. Steigen die Kosten weiter, kann sich unsere Gesellschaft die derzeitige Mobilität bald nicht mehr leisten.

FÜR WAS SETZT SICH DIE KLJB EIN?

Verbandliches Leben heißt, mit anderen Menschen in Verbindung zu stehen. Doch wie wir uns zu ihnen hin und mit ihnen bewegen, können wir selbst entscheiden. Durch bewusste Entscheidungen gegen den Individualverkehr lassen sich die Belastungen für die Umwelt reduzieren. In der KLJB nutzen wir konsequent öffentliche Verkehrsmittel und setzen uns auch politisch für den Erhalt bzw. den Ausbau des Nahverkehrs in ländlichen Räumen ein. Wir schaffen Anreize für deren Nutzung, zum Beispiel durch die volle Kostenerstattung bei Bahnreisen. Ohne Frage: Bei dieser Selbstverpflichtung stoßen wir immer wieder an Grenzen. In Deutschland herrscht ein infrastrukturelles Ungleichgewicht zwischen städtischen und ländlichen Regionen. Statt des aktuell festzustellenden Rückzugs ist ein massiver Ausbau der Infrastruktur notwendig.

Wenn es nicht möglich ist, zu Veranstaltungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen, bilden wir Fahrgemeinschaften oder organisieren einen Abholservice vom nächsten Bahnhof. Bei solchen nicht vermeidbaren Autofahrten halten wir ein Tempolimit von 120 km/h auf Autobahnen ein. Als Mitglied der Klima-Allianz fordern wir dies auch politisch. Eine Geschwindigkeitsbegrenzung auf 120 km/h würde den CO₂-Ausstoß eines durchschnittlichen PKW auf

Autobahnen um etwa neun Prozent verringern. CO₂ und auch Kosten sparen können wir beispielsweise durch so genanntes Carsharing. Dabei stehen Fahrzeuge angemeldeten Personen für ein Entgelt zur Verfügung und werden von ihnen bei Bedarf genutzt. Fast alle großen deutschen Städte besitzen mittlerweile entsprechende Organisationen, aber auch in ländlichen Räumen verbreiten sich private Initiativen à la Carsharing immer mehr. Auch die Nutzung von Pendlernetzen und Fahrgemeinschaften entlastet den Individualverkehr. Längere Strecken können bei der Mitfahrzentrale eingestellt werden, um möglichst alle Plätze im Auto zu besetzen.

Da Flugreisen besonders schädlich sind, unternehmen wir keine Flugreisen, zu denen es vernünftige Alternativen gibt. Innerdeutsche Flüge sind für uns tabu, viele Urlaubsreisen in Europa können auch mit der Bahn gemacht werden. Ein Urlaubsflug in die Karibik stößt drei Tonnen CO₂ aus, genauso viel, wie 20 Menschen in Tansania im gesamten Jahr verbrauchen. Unvermeidbare Flüge gleichen wir aus, zum Beispiel bei atmosfair. Passagiere zahlen dort freiwillig für die von ihnen verursachten Klimagase. Das Geld wird zum Beispiel in Solar, Wasserkraft, Biomasse- oder Energiesparprojekte investiert, um dort eine Menge Treibhausgase einzusparen, die eine vergleichbare Klimawirkung haben wie die Emissionen des Flugzeugs.

Ob im Verband oder privat – der Verkehrssektor bietet hohes Einsparpotenzial. Zum Beispiel sind über 50 Prozent aller Autofahrten in Deutschland kürzer als fünf Kilometer! Kurzstrecken lassen sich durch zu Fuß gehen oder Fahrten mit dem Fahrrad sehr leicht einsparen. So können wir alle mit kleinen Veränderungen unserer Gewohnheiten CO₂ einsparen, ohne auf unsere Mobilität verzichten zu müssen. Unsere Verantwortung für den Erhalt der Schöpfung zwingt uns zu handeln. Wir dürfen unsere Erde nicht weiter belasten.

→ Weitere Infos zum Thema Mobilität:

- Ausgabe 1.2009 des KLJB-Verbandsmagazins BUFO
- www.verkehrsmittelvergleich.de
- www.bahn.de
- www.reisekompass-online.de
- www.atmosfair.de
- www.carsharing.de
- www.adfc.de
- www.radroutenplaner.nrw.de

LOKALE MITFAHRZENTRALE

AKTIONSFORM: Initiative vor Ort
PERSONEN: Unbegrenzt, ab 14 Jahre
DAUER: Unbegrenzt
BENÖTIGT WIRD: Computer, Internetzugang und -kenntnisse, evtl. Handzettel zum Bekanntmachen



www.oberhenneborn.de/mitfahrzentrale.php

Ziel ist es, eine Mitfahrzentrale zu gründen, die sich vor allem auf den Ort der Gruppe und evtl. umliegende Gemeinden konzentriert.

Jeden Tag fahren viele Menschen derselben Herkunft mit dem Auto an die unterschiedlichsten Orte: zur Arbeit, Schule, zum Training oder Einkaufen. Oftmals fahren jedoch alle alleine in ihrem Auto, die anderen Sitzplätze bleiben ungenutzt. Wüssten andere OrtsbewohnerInnen von der Fahrt, könnten sie sich anschließen, und alle Beteiligten würden Geld sparen und die Umwelt schonen.

Für die Umsetzung einer ortseigenen Mitfahrzentrale gibt es verschiedene Möglichkeiten: Eine Biete/Suche-Funktion auf einer Internetseite kann Angebot und Nachfrage zusammenbringen. Für regelmäßige Fahrten kann auch ein fester Fahrplan entwickelt werden. Dieser Fahrplan kann dann eventuell auch in schriftlicher Form ausgedruckt an die Haushalte in der Gemeinde verteilt werden.



MOBILITÄT



Organisatorisch ist es für Euch am einfachsten, wenn Ihr Euch nur als Plattform für die Kontaktaufnahme seht. Alles Weitere, zum Beispiel die Kostenbeteiligung, Treffpunkte etc., verhandeln die Teilnehmenden dann selbst. Lasst Euch nicht von der technischen Umsetzung abschrecken, ein einfaches Onlineforum genügt bereits.

ANGEREGT VON DER KIJB-BUNDESSTELLE

SCOTLAND YARD

AKTIONSFORM: Strategiespiel in der Großgruppe
PERSONEN: Unbegrenzt, gespielt wird in Kleingruppen zu je 4 – 6 Personen, ab 6 Jahren
DAUER: Ab 2 Stunden – ganztags
BENÖTIGT WIRD: Öffentliches Nahverkehrsnetz; Streckennetzpläne; Fahrkarten für alle Teilnehmenden, Telefonkarten oder Handys; Verkleidung für Mr. X, Verpflegung für den Tag



Das Brettspiel Scotland Yard wird in der realen Welt nachgespielt.

Eine Person verkleidet sich als Mr. X (zum Beispiel langer Mantel, Hut) und fährt mit öffentlichen Verkehrsmitteln durch die Stadt. Er darf beliebig oft umsteigen, dabei aber die jeweilige Haltestelle nicht verlassen. Alle 20 Minuten meldet er sich bei einer Zentrale und gibt seinen aktuellen Standort durch. Alle Gruppen erhalten diese Information und versuchen Mr. X zu fassen.

Ziel und Aufgabe der Gruppen ist es, Mr. X möglichst schnell zu finden. Er gilt als erkannt, wenn er von einem Mitglied der Gruppe berührt wurde. Damit endet das Spiel.

MOBILITÄT



Variante 1: Ist Mr. X entdeckt, erhält die Gruppe einen Punkt, das Spiel wird jedoch fortgeführt. Am Ende des Tages gewinnt die Mannschaft mit den meisten Punkten.

Variante 2: Die Gruppen erhalten Zusatz-Informationen über die Mobilität des Mister X, indem sie Aufgaben erfüllen. Mr. X kann den Mitspielenden statt einer einfachen Standortmeldung zum Beispiel auch eine SMS schreiben, was er gerade aus dem Fenster gesehen hat. Um die Suche etwas zu vereinfachen, könnte er auch mitteilen, wie viele Stationen er passiert hat und welche Verkehrsmittel er benutzt hat.

ÖKOLOGISCHE ANREISE

AKTIONSFORM: Wettbewerb
PERSONEN: Unbegrenzt
DAUER: Beliebig
BENÖTIGT WIRD: Materieller oder ideeller Preis



Um zur möglichst ökologischen Anreise zu motivieren, zeichnet der Landesverband Bayern auf seiner Landesversammlung die ökologischste Variante mit einem Preis aus. Auch wenn es dabei meist nur um die ideelle Ehrung ging, motivierte es schon die ein oder andere Gruppe, zur Landesversammlung mit dem Rad anzureisen, sich auf einen Fußmarsch zu begeben oder Ähnliches. Außergewöhnliche Aktionen sind einfach einen Preis wert!

Der ökologische Anreise-Preis ist auch eine Zeile in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Eurer Veranstaltung wert.

ENTWICKELT VOM KLJB LANDESVERBAND BAYERN

RENT A BIKE

AKTIONSFORM: Initiative vor Ort
PERSONEN: Gruppen ab 14 Jahre
DAUER: Mehrere Stunden
BENÖTIGT WIRD: Fahrräder, Farben, Pinsel, Werkzeug für die Reparatur, Informationsflyer, ggf. Schilder, Informationstafeln



Zunächst organisiert die Gruppe alte Fahrräder. Wichtig ist, diese verkehrssicher zu machen. Als nächstes werden die Räder mit einem einheitlichen Look versehen (zum Beispiel im KLJB-Grün angemalt) oder auch bunt – in jedem Falle so, dass sie gut zu erkennen sind.

An verschiedenen zentralen Punkten im Ort, etwa Bushaltestelle, Bahnhof, Markplatz, Sportplatz, richtet die Gruppe Haltestellen für die KLJB-Fahrräder ein. Die Leihfahrräder können an diesen Stellen „gemietet“ und von allen Bürgerinnen und Bürgern genutzt werden.

Die Gruppe schaut regelmäßig nach den Fahrrädern, wartet sie und sorgt dafür, dass alle Stationen mit Rädern versorgt sind. Evtl. kann man auch Zahlenschlösser mit einheitlichen Nummern zur Verfügung stellen. Wichtig ist, die Dorfbewölkerung gut über die Aktion und das Angebot zu informieren. Alle sollten wissen, was es mit den Rädern auf sich hat und dass sie benutzt werden können. Ein Schirmherr und eine begleitende Pressearbeit erleichtern die Arbeit und helfen (vielleicht per Spendenaufruf), die Räder gut zu erhalten.

ERPROBT VOM KLJB-DIÖZESANVERBAND ROTTENBURG-STUTTGART
ANLÄSSLICH DES BUNDESTREFFENS 2007



MOBILITÄT



„Rent a Bike“ lässt sich auch im Rahmen von Veranstaltungen (Zeltlager oder Festivals) organisieren!

Die Aktion „Rent a bike“ ist nicht für jeden Ort geeignet, da Vandalismus oder Diebstahl die Aktion zerstören würden. Schätzt die „Erfolgsaussichten“ für Euren Ort realistisch ein, damit die Aktion nicht scheitert.

Fragt für die Verkehrssicherheit der Räder die örtliche Polizei oder den ADFC an.

LOKALER VERKEHRS- ODER REISEFÜHRER

AKTIONSFORM: Kleingruppenarbeit
PERSONEN: Gruppen ab 14 Jahren
DAUER: Mehrere Tage
BENÖTIGT WIRD: Landkarten, Fotoapparat, Computer, Papier und Stifte



Die Gruppe erstellt einen Verkehrs- oder Reiseführer für ihre Region, der umweltschonende Verkehrsmittel in den Vordergrund stellt.

Reiseführer

Die Jugendlichen beschreiben beispielsweise ihre Lieblingsorte und wie diese mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind. Sie dokumentieren Radstrecken und Wanderwege oder denken sich geeignete Strecken zum Inline-Skaten aus. Eine weitere Idee ist es, herauszufinden, welche umliegenden Ziele mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen sind.

Verkehrsführer

Wie kommt man mit öffentlichen Verkehrsmitteln von A nach B? Das könnte eine Fragestellung sein, die der individuelle Verkehrsführer beantwortet. Fuß- und Radstrecken sind oftmals angenehmer abseits der großen Verkehrsstraßen zu bewältigen. Welche schönen attraktiven Wege gibt es zum Beispiel zum Schulzentrum, ins Kino, zum Bahnhof oder an andere Orte.

Für beide Varianten bietet es sich an, in Kleingruppen zu arbeiten. Jede Kleingruppe sucht sich einen bestimmten Ort oder eine Strecke, die sie beschreiben möchte.

Die Teilnehmenden erkunden die Wege, machen Fotos, recherchieren nach weiterführenden Informationen. Aus den Materialien verfassen sie einen anschaulichen Artikel für den Führer.

Aus allen Artikeln erstellt die Gruppe dann einen Verkehrs- oder Reiseführer. Dieser kann (mit Hilfe von Sponsoren, Zuschüssen) in gedruckter Form präsentiert werden, aber auch als Onlineversion erhältlich sein.



Die Ergebnisse können auf einer Website oder als Broschüre veröffentlicht werden. Am einfachsten ist es, wenn zu Beginn ein Leitfaden für die Artikel erstellt wird, an dem sich alle Gruppen orientieren können. Dieser soll alle wichtigen Informationen enthalten, so dass die Leserinnen und Leser alle wichtigen Informationen übersichtlich einsehen können.

Präsentiert Eure Ergebnisse öffentlich! Ladet zum Beispiel Bürgermeister oder Bürgermeisterin ein oder das Tourismusbüro! Verteilt die Materialien an der Schule und an weiteren zentralen Stellen im Ort!

ENTWICKELT VON DER KLJB-BUNDESSTELLE

ERNEUERBARE ENERGIEN

ERNEUERBARE
ENERGIEN



ERNEUERBARE ENERGIEN

Zum Leben brauchen wir Energie. Waschmaschine, Heizung und Auto werden nicht von Geisterhand betrieben. Der Energiesektor ist jedoch einer der größten CO₂-Produzenten. Daran etwas ändern? In der aktuellen Energiepolitik ist davon oftmals nur wenig zu spüren. 82 Prozent der deutschen Energie werden aus fossilen Energieträgern erzeugt, Stein- und Braunkohle, Atomenergie, Erdgas und Erdöl zählen dazu. Nur 18 Prozent des Stromes werden bisher in Deutschland aus erneuerbaren Energiequellen gewonnen.

WAS IST DIE POSITION DER KLJB?

Die fossilen Energieträger sind in vielerlei Hinsicht problematisch. Kohle und Öl müssen verbrannt, das heißt verbrannt werden, um Strom zu erzeugen. Dabei entstehen die schädlichen Treibhausgase, allen voran CO₂, welches der Hauptverursacher für den Klimawandel ist. Schon jetzt sind wir bei fast allen fossilen Energiequellen auf Importe angewiesen. Ein weiteres Problem ist die Endlichkeit dieser Rohstoffe, welche die Stromerzeugung in den nächsten Jahren deutlich teurer machen wird. Sich unabhängig von Importen und endlichen Rohstoffen zu machen, ist also unausweichlich.

Atomenergie ist zwar sehr CO₂-arm, aber aus vielen Gründen keine saubere Lösung. Die Nutzung von radioaktivem Uran birgt ein unberechenbares Risiko für die Gesundheit der Menschen, da die radioaktive Strahlung krebserregend ist. Die Endlagerung des radioaktiven Atommülls ist noch immer ungeklärt. Aus diesen Gründen begrüßen wir den beschlossenen Atomausstieg, es darf auch zu keiner Verlängerung der Laufzeiten kommen.

Im Gegensatz zu den großen Energiekonzernen sehen wir auch keine Lösung in der Abscheidung und **Lagerung von CO₂** in unterirdischen Lagerstätten (Carbon Dioxide Capture and Storage, kurz CCS). Das CO₂ braucht etwa 10.000 Jahre, bis es abgebaut wird. Eine Lagerung ohne hundertprozentige Sicherheitsgarantie, dass keine Lecke auftritt, halten wir für unverantwortlich. Desweiteren geht die Abscheidungstechnologie noch nicht über kleine Versuche hinaus, so dass Milliardeninvestitionen nötig sein werden. Und: **Kohlekraftwerke** sind keine saubere Energiequelle, daran würde auch CCS nichts ändern.

Wir unterstützen und fordern den **Ausbau Erneuerbarer Energien** (Wind- und Sonnenkraft, Biomasse sowie Wasserkraft und Geothermie). Die benötigten Rohstoffe sind nachwachsend (Biomasse) oder unendlich und kostenfrei vorhanden. Ein dezentraler Ausbau dieser Energiequellen kann uns auf Dauer saubere, sichere und kostengünstige Energie liefern.

Dabei dürfen wir nicht vergessen: Die Energie muss nicht nur sauber sein, wir müssen auch **effizient und sparsam** mit ihr umgehen. Auf diesem Gebiet ist noch viel zu tun: Zum Beispiel ist es um die Energieeffizienz vieler Gebäude in Deutschland noch sehr schlecht bestellt. Die Heizungen sind veraltet, die Wärmedämmung schlecht bis gar nicht vorhanden. Wir fordern den Staat dazu auf, die Beseitigung dieser Missstände durch entsprechende Vorgaben zu beschleunigen. Gerade Gebäude in öffentlicher Hand sind

oftmals sanierungsbedürftig. Doch auch die Privathaushalte können sehr viel tun, um ihren Energiebedarf zu senken. Hier kann auch schon im Kleinen gespart werden, es muss nicht gleich die große Haussanierung sein: Die kleine Solaranlage auf dem Dach, der Einsatz von Energiesparlampen, der Kauf von energiesparenden Geräten.

Einsparen ist die einfachste Möglichkeit des kritischen Konsumierens. Einfache, sofort umsetzbare Maßnahmen sind beispielsweise: ungenutztes Licht ausschalten, Elektrogeräte ganz ausschalten und nicht auf Stand-by stehen lassen, den Computer nicht von morgens bis in die Nacht laufen lassen. Wahrscheinlich findet Ihr noch viele weitere Möglichkeiten, Energie und nebenbei auch Geld zu sparen.

Natürlich ist auch wichtig, welchen Strom man bezieht. Wer den Atomausstieg und den Ausbau der Erneuerbaren Energien unterstützen möchte, wechselt zu einem **Ökostromanbieter**. Das Wechseln geht sehr einfach, und der Strom wird auch nicht teurer, dafür jedoch umweltschonender. Eine Hilfe für den Stromwechsel bietet die KLJB-Broschüre „Gegen den Strom“.

Auch die KLJB versucht schonend mit Energie umzugehen. Die Bundesstelle produziert einen Teil ihrer Energie selbst: durch eine Solaranlage auf dem Dach und ein Blockheizkraftwerk für die Heizung, welches mit Rapsöl betrieben wird. Den restlichen Strom beziehen wir von einem Ökostromanbieter. Durch einen Schalter in jedem Büro werden bei Feierabend alle Geräte komplett ausgeschaltet, und schon beim Kauf der Geräte wird auf einen niedrigen Stromverbrauch geachtet.

→ www.atomausstieg-selber-machen.de
www.unendlich-viel-energie.de
www.die-klima-allianz.de

Argumentationshilfe für Erneuerbare Energien gefällig?

Die Broschüre „Gegen den Strom“ bietet Wissenswertes rund um fossile und erneuerbare Energiequellen und ermuntert zum Wechsel des Stromanbieters. Kostenlos zu bestellen an der KLJB-Bundesstelle.



ENERGIE-TABU

AKTIONSFORM: Kleingruppenspiel
PERSONEN: 4 – 20 Personen, ab 14 Jahre
DAUER: 1 – 2 Stunden
BENÖTIGT WIRD: Tabu-Kärtchen (Kopiervorlage als Download)



Ziel dieses Spiels ist, innerhalb einer vorgegebenen Zeit den Mitspielenden Wörter aus dem Bereich des Energiesektors zu erklären, ohne die auf den Karten aufgeführten Begriffe zu nennen. Die Spielregeln entsprechen den Regeln des bekannten Gesellschaftsspiels Tabu, die hier kurz zusammengefasst werden:

Die Teilnehmenden sitzen im Kreis und werden jeweils einem Team zugeteilt (Team A oder Team B), so dass immer abwechselnd ein Mitglied von Team A und ein Mitglied von Team B nebeneinander sitzen. Team B gibt das Startzeichen und schaut auf die Uhr. Eine Person aus Team A hat nun eine Minute Zeit, um möglichst viele der Begriffe aus dem Stapel zu erklären. Die weiteren Mitglieder aus Team A müssen diese erraten. Nur die Person, die den Begriff erklärt, und ihre beiden Nachbarn dürfen die Karte einsehen. Das oberste Wort auf der Karte ist der gesuchte Begriff. Die fünf Wörter darunter sind die Tabu-Wörter, die beim Erklären nicht verwendet werden dürfen. Wenn die Teammitglieder das Wort erraten haben, geht es mit der nächsten Karte vom Stapel weiter. Am Ende eines Durchgangs zählen alle erratenen als Pluspunkte für das Team. Das gegnerische Team beobachtet die erklärende Person und die Begriffe auf der Karte genau: Sobald sie ein Tabu-Wort (oder Abwandlungen davon) benutzt, geben sie ein Zeichen (vielleicht auch akustisch, etwa durch eine Fahrradklingel) und legen die Karte beiseite. Das gegnerische Team muss dann kurz erklären, warum es die Erklärung für unzulässig hält. Außerdem kann man zu jeder Zeit bei einer Karte passen, wenn sie zu schwierig oder zu zeitraubend erscheint. Diese Karten werden dann ebenfalls beiseite gelegt.

ENTWICKELT VOM KLJB-LANDESVERBAND BAYERN



ERNEUERBARE
ENERGIEN

SOLARBACKOFEN

AKTIONSFORM: Workshop

PERSONEN: 3 – 15 Personen, ab 14 Jahre

DAUER: Mindestens 3 Stunden (plus Vorbereitungszeit)

BENÖTIGT WIRD: Bauanleitung und Material (je nach Variante; siehe Bauanleitung)



Variante aus Papier

Ein selbstgebauter Solarofen aus Karton zeigt Kindern und Jugendlichen, wie man Sonnenenergie nutzen kann. Sie erfahren so auch, dass die Sonne eine enorme Kraft hat und gut als Energiequelle genutzt werden kann.

Diese Aktion eignet sich hervorragend für ein Lager, der Papier-Solarbackofen kann aber auch in der Gruppenstunde gebaut werden. Wenn die Sonne scheint, reicht die Temperatur des Ofens sogar aus, um Speisen zu kochen. So kann theoretisch auf alle anderen Kocher verzichtet werden. Solaröfen werden knapp 120 Grad heiß, daher sollte man für die Zubereitungszeit der Speisen die doppelte Zeit eines Herdes einplanen. Auch Brote und Kuchen kann man mit dem Solarofen backen.

Die entsprechende Bauanleitung findet Ihr auf unserer Homepage: www.stilvollerleben.de.

Variante aus Holz

Für handwerklich versierte Teilnehmende ist der Bau eines Solarbackofens aus Holz und Glas eine tolle Alternative. Die Vorbereitung dafür ist sehr aufwendig und erfordert handwerkliches Geschick und Erfahrung. Bei entsprechender fachkundiger Anleitung sind die einzelnen Schritte aber gut mit der Gruppe zu meistern. Wichtig ist das verwendete Material:



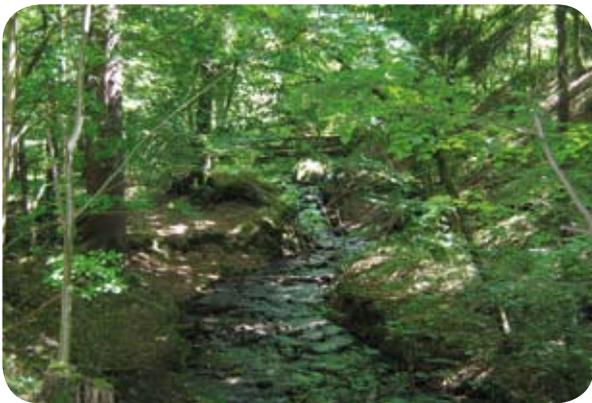
Normales Fensterglas springt bei den entstehenden Temperaturen. Notwendig sind eigentlich Backofenglasscheiben, die aber schwer zu bekommen sind. Dafür vielleicht beim örtlichen Wertstoffhof nachfragen. Offset-Druckplatten sind möglicherweise von Druckereien zu bekommen. Wichtig ist auch, dass die schwarze Farbe spezielle Ofenfarbe ist, die den Temperaturen standhält. Hierfür findet Ihr eine ausführliche Bauanleitung des ENERGIEWENDE-Verlags auf unserer Homepage.



Um die Solaröfen für alle Teilnehmenden attraktiv zu machen, kann auch ein Wettbewerb durchgeführt werden, zum Beispiel ein Kochduell oder Ähnliches.

WASSERRAD

AKTIONSFORM: Workshop
PERSONEN: 3 – 10 Personen, ab 14 Jahre
DAUER: Je nach Wasserrad-Typ zwischen 1 Stunde und 1 Tag
BENÖTIGT WIRD: Ein Korken, zwei Nägel, ein Joghurtbecher, zwei Astgabeln, Messer, Schere (bzw. für Varianten: siehe Bauanleitungen auf der Homepage).



Die Erzeugung von Energie durch Wasserkraft ist sehr effizient. Das kann man beim Bau eines Wasserrades eindrucksvoll erleben. Die Aktion kann Anlass sein, über die Möglichkeiten der Wasserkraft zu sprechen, zum Beispiel über den historischen Betrieb von Mühlen oder den Einsatz von Turbinen zur Stromerzeugung.

Die Stromerzeugung kann auch ganz praktisch getestet werden. Denn mit etwas Mehraufwand ist es möglich, das Wasserrad mit einem Dynamo zu verbinden. Dieser liefert dann Strom, zum Beispiel, um eine Lampe zu versorgen. Eure Kreativität ist an dieser Stelle gefragt: Vielleicht habt Ihr noch eigene Ideen, wie der Strom erzeugt werden kann und wie Ihr diesen nutzen könnt.

ANGEREGT VON DER KLJB-BUNDESSTELLE



Voraussetzung ist natürlich ein fließendes Gewässer in erreichbarer Nähe. Daher eignet sich diese Aktion wahrscheinlich am besten für ein Lager.

SOLARDUSCHE

AKTIONSFORM: Workshop
PERSONEN: 3 – 10 Personen, ab 14 Jahre
DAUER: Je nach Aufwand 30 Minuten bis 4 Stunden
BENÖTIGT WIRD: Ein schwarzes Gefäß (Gießkanne, Kanister o. ä.)



Warum sollte man im Zeltlager auf eine warme Dusche verzichten? Ganz leicht kann man sich per Sonnenlicht warmes Wasser schaffen! Die Funktionsweise einer Solardusche besteht einfach darin, dass schwarze Materialien mehr Licht und damit Wärme aufnehmen und somit schneller warm werden als weiße. Um eine Solardusche zu bauen, braucht man nur ein schwarzes Gefäß, das über einen längeren Zeitraum in die Sonne gehängt wird, zum Beispiel eine schwarze Gießkanne, einen schwarzen Kanister oder Ähnliches. Hat der Wasserkanister eine andere Farbe, kann man diesen beispielsweise mit schwarzen Müllsäcken umwickeln. Den Kanister nun in der Sonne stehen lassen oder in die Sonne hängen. Wenn das Wasser warm ist, kann geduscht werden.

ENTWICKELT VOM BUNDESARBEITSKREIS INTERNATIONALE GERECHTIGKEIT DER DEUTSCHEN PFADFINDERSCHAFT SANKT GEORG (DPSG), IN: ARBEITSHILFE KRITISCHER KONSUM, JUNI 2009

KIRCHE UNTER STROM

AKTIONSFORM: Projekt mit verschiedenen Aktionsphasen
PERSONEN: Steuerungsteam mindestens 3 Personen, ab 16 Jahre
DAUER: Projektphase rund 5 Monate
BENÖTIGT WIRD: Werbeflyer für das Projekt, Gruppenstunden-Konzept, Hintergrundinfo zu Erneuerbaren Energien und Ökostrom, Preise



www.kljb-eichstaett.de

Bei dem Projekt „Kirche unter Strom“ der KLJB in der Diözese Eichstätt standen Informationen zum Energiesparen und zur Stromerzeugung aus regenerativen Energien im Mittelpunkt. Wichtig waren dabei zum Beispiel Fragen wie: Was ist Ökostrom, wie unterscheidet sich dieser von normalem Strom, und ist ein Wechsel sinnvoll?

Konkretes Ziel des Projektes war es, örtliche Kirchenstiftungen davon zu überzeugen, auf Ökostrom umzusteigen. Außerdem sollten die Jugendlichen in einen Dialog mit den Verantwortlichen der kirchlichen Gebäude und Einrichtungen in ihren Dörfern treten und diese ebenfalls auf die christliche Verantwortung in Sachen Bewahrung der Schöpfung verweisen.

Das Projekt war für fünf Monate angesetzt. Nach der Anmeldung der Ortsgruppen bot der Diözesanverband zur Vorbereitung pfiffige Themen-Gruppenstunden und eine Studienfahrt zum Thema Regenerative Energien an. Im Anschluss daran waren die Ortsgruppen gefordert, mit entsprechenden Infoabenden ihre Gemeinden über Ökostrom zu informieren, sie von einer Umstellung auf Ökostrom oder gar vom Bau einer kircheneigenen Photovoltaikanlage oder Ähnlichem zu überzeugen.



Die KLJB-Ortsgruppe Breitenbrunn hat zum Beispiel im Rahmen des Projekts die gesamte Gemeinde zu einem Themenabend unter der Überschrift „Regenerative Energiequellen – Ökostrom beziehen und selbst produzieren“ eingeladen. Bei Vortrag und Diskussionsrunde waren ein Referent des Solarkreises Neumarkt sowie Mitglieder des diözesanen Ökologie-Arbeitskreises „Genesis“ anwesend.

Unter den teilnehmenden Ortsgruppen hat der Diözesanverband drei Hauptgewinne verlost: einen Besuch in der VIP-Lounge des FC-Bayern, Klettern im Hochseilgarten und die Besichtigung einer Öko-Brauerei.

ERNEUERBARE
ENERGIEN

ENTWICKELT VOM KLJB-DIÖZESANVERBAND EICHSTÄTT



Die KLJB-Ortsgruppe Pollenfeld (DV Eichstätt) bei der vom Projektteam geleiteten Themen-Gruppenstunde.



Die Gemeinden gleich von einem Stromanbieterwechsel oder eigenem Bau von Hackschnitzelheizung oder Solaranlage zu überzeugen, sind ehrgeizige Ziele. Die KLJB Eichstätt hat auf das Prinzip der kleinen Schritte gesetzt und die fundierte inhaltliche Auseinandersetzung in den Mittelpunkt gestellt. Wenn auch die Kirchenstiftungen selbst nicht sofort gehandelt haben oder handeln konnten, hat das Projekt doch Einiges bewegt: Zum Beispiel haben einige der Gemeindeglieder privat zu einem Ökostromanbieter gewechselt.



UNTERNEHMENS- VERANTWORTUNG

UNTERNEHMENS-
VERANTWORTUNG



UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG

Eine Jeans für 9,99 Euro vom Textildiscounter KiK, eine Gitarre bei Aldi für nur 29,95 Euro, und Tchibo bietet diese Woche für nur 39,99 Euro Winterjacken mit passendem Schal!

Der billige Preis kommt jedoch nicht von ungefähr. Je mächtiger ein Unternehmen ist, desto mehr kann es die Preise und Bedingungen der Produktion selbst bestimmen. Die Marktkonzentration beim Wareneinkauf steigert die Abhängigkeit der LieferantInnen. „Schneller, billiger und flexibler“ wird diktiert, und aus Angst, die Aufträge zu verlieren, versuchen die Zulieferer alles, um dies einzuhalten. Dieses Phänomen zeigt sich in vergleichbarer Weise bei den Arbeitsbedingungen. Nach Berechnungen der Kampagne für Saubere Kleidung machen die Lohnkosten eines T-Shirts gerade ein Prozent des Verkaufspreises aus. Rund 50 Prozent dagegen verbleiben im Einzelhandel.

Oft genug gehen Preisdruck und kostensparende Produktion mit der Verletzung von Menschenrechten und Umweltbelastungen einher. Eine Studie des Südwind-Instituts deckte 2008 auf, dass Aktionswaren des deutschen Discounter-Giganten Aldi in chinesischen Fabriken unter menschenverachtenden Bedingungen hergestellt werden. Für bis zu 91 Wochenstunden erhalten die Beschäftigten Löhne, von denen sie kaum leben können. Der Arbeitsdruck ist enorm, und Fehler werden mit Geldbußen bestraft. Mutterschutz gibt es nicht, auch keine Zahlungen im Krankheitsfall. Gewerkschaften zu gründen ist nicht erlaubt – so berichten diese und andere Studien. Dies passiert, obwohl sich Unternehmen eigentlich zu freiwilligen Richtlinien, etwa den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), bekennen. Aber diese sind eben freiwillig. Deren Einhaltung lässt sich nur schwer überprüfen, und es gibt keine gesetzlichen Sanktionen, erst recht, wenn Unternehmen außerhalb ihres Herkunftslandes agieren.

Durch die Konzentration auf wenige große Konzerne werden kleine Anbieter vom Markt verdrängt. Wenn immer mehr Menschen PCs, Fahrräder oder Textilien im billigen Discounter kaufen, wirkt sich dies nachteilig auf den kleineren Fachhandel aus. Kleine Anbieter können den Preisdruck nicht mitmachen. Die regionale Wirtschaft droht von den globalen Monopolen verschluckt zu werden.

So sehr der Preis gedrückt wird – an Imagepflege wird jedoch weder bei Discountern noch bei Supermärkten oder Multinationalen Unternehmen gespart. In Werbebroschüren und Plakatkampagnen stellen sich Unternehmen gerne als „grün“, „nachhaltig“ und „verantwortlich“ dar. Unternehmensverantwortung, gerne als „corporate social responsibility“ (CSR) bezeichnet, ist ein freiwilliges Maßnahmenpaket, das das verantwortliche Handeln des Konzerns unterstreichen soll. Ohne Frage: Es ist zu begrüßen, wenn Unternehmen sich ernsthaft Gedanken machen, wie sie bei einzelnen Produktionsschritten klimagünstiger produzieren können, wie sie einen Teil ihrer Erlöse in gemeinnützige Zwecke investieren können oder wie sie ihr Produktsortiment um fair gehandelte Waren erweitern können. Entscheidend ist jedoch, dass sich Unternehmen tatkräftig zu ihrer großen Verantwortung für Mensch und Natur bekennen.

WAS FORDERT DIE KLJB?

Mit ihrem klaren Bekenntnis zu Ernährungssouveränität, zu regionalen Wirtschaftsstrukturen und zum Fairen Handel erhebt die KLJB folgende zentralen Forderungen:

- Eindeutige Maßnahmen zu sozial verantwortlicher, nachhaltiger Produktion und zu fairen Handelsbeziehungen
- Einhaltung der Menschenrechte und der ILO-Arbeitsnormen
- Echte Nachhaltigkeit aller Produktionsschritte
- Einschränkung der Marktmacht
- Chancen für kleine und mittelständische Strukturen
- Unternehmensverantwortung als Grundlage unternehmerischen Handelns
- Politische Maßnahmen, die nachhaltiges Produzieren fördern und echte Unternehmensverantwortung einklagen.

WAS KANN MAN TUN?

Wir sind diejenigen, die Produkte kaufen oder nicht kaufen. Wir geben zu verstehen, dass uns nicht das billigste Schnäppchen wichtig ist, sondern existenzsichernde Entlohnung und umweltschonende Produktionsweisen. Ein **Boycott** ist eine zugespitzte Form des Protests durch Kaufverweigerung. Der Coca-Cola-Boycott von KLJB und BDKJ ist ein deutliches Beispiel, wie eine solche Maßnahme zu inhaltlicher Auseinandersetzung anregen, die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit und nicht zuletzt die Dialogbereitschaft des Unternehmens in Gang setzen kann.

Man kann sich auch an Kampagnen, Unterschriftenaktionen oder Eilaktionen beteiligen oder Unternehmen und politisch Verantwortliche direkt anschreiben. In der örtlichen Gemeinde, der Pfarrei, der Kantine, in der Schule oder am Arbeitsplatz könnt Ihr den Einkauf von Produkten aus sozial und ökologisch verantwortungsvoller Produktion anregen und so den Kreis der kritisch Konsumierenden erweitern.

→ Weitere Informationen:

Beschluss des Frühjahrsbundesausschuss 2009 zu verantwortungsvollem und nachhaltigem Handeln

Südwind: Aldi-Aktionswaren aus China – Arbeits- und Frauenrechte bleiben auf der Strecke, 2008

Kampagne für Saubere Kleidung: Kassensturz. Wer die Rechnung der Billiganbieter zahlt. 2009

PLANSPIEL „CHINA BLUE – BILLIG UM JEDEN PREIS?“

AKTIONSFORM: Rollenspiel/ Themenabend

PERSONEN: Mindestens 10 – 20 Personen oder mehr

DAUER: Mindestens 1,5 Stunden, Film: 90 Minuten

BENÖTIGT WIRD: Getrennte Räume für alle Gruppen (mindestens 4); Anleitung und Rollenbeschreibung für die Gruppen; Ereigniskarten, verschiedenfarbiges Papier (DIN A5), Stifte, DVD China Blue, DVD-Player; Mindestens eine Person, die sich mit der Thematik auskennt



Das vom DAKEW München-Freising entwickelte Rollenspiel ist ideal mit dem Dokumentarfilm „China Blue“ kombinierbar. Beides dient als Einstieg in die Auseinandersetzung damit, auf wessen Kosten billige Kleidung produziert wird.

Der Film

Der Film wirft einen Blick hinter die Fabrikttore der chinesischen Bekleidungsindustrie und zeigt das Leben der jungen Arbeitenden. Portraitiert wird das Leben der 17-jährigen Jasmin, die wie 130 Millionen andere Chinesinnen und Chinesen ihre verarmte ländliche Heimat verlassen hat, um Geld für sich und ihre Familie zu verdienen. Sie arbeitet in einer Jeansfabrik in Südchina, in der hauptsächlich Produkte für den nordamerikanischen und europäischen Markt gefertigt werden. Jasmins Arbeitstag beginnt um acht Uhr morgens und endet gegen drei Uhr früh. Ihr Monatslohn beträgt etwa sechzig Euro, abzüglich der Kosten für Unterkunft, eintöniges Essen und heißes Wasser. Sozialleistungen, medizinische Versorgung oder eine Gewerkschaft gibt es nicht.

Das Rollenspiel

Die Gruppe wird unterteilt in vier Kleingruppen. Jede Partei schlüpft in eine Rolle. Zusätzlich braucht man ein bis zwei Personen in der neutralen Poststelle.

Die vier Gruppen sind die Arbeitenden in den chinesischen Jeansfabriken, die Besitzer der Produktionsfirmen in China, die Verantwortlichen einer deutschen Bekleidungsfirma und die deutschen Konsumierenden. Die Gruppen können sich ausschließlich per Brief in Verbindung setzen.

Aufgabe ist es, sich gegenseitig die eigenen Bedürfnisse zu erläutern und darzustellen. Alle Parteien versuchen natürlich, die von ihnen geforderten Veränderungen zu erreichen. Ziel ist, zu einem gemeinsamen Ergebnis zu kommen.

Die Poststelle verteilt die Briefe und vermittelt zwischen den verschiedenen Parteien. Während des Spiels kann sie nach Belieben Pressemitteilungen herausgeben, die zum Beispiel positive Zwischenergebnisse, Preissteigerungen, Ereignisse aus China oder Ähnliches beinhalten und so den



Spielverlauf beeinflussen. Außerdem verteilt die Poststelle Ereigniskarten an die entsprechenden Gruppen, die wiederum Auswirkungen auf den Handlungsverlauf haben.

Ziel ist es, eine Lösung zu finden, die alle Beteiligten zufrieden stellt.

Den Abschluss des Spiels verkündet die Poststelle.

Leitfragen für die anschließende Diskussion/Handlungsansätze

- Welche Menschenrechte und ILO-Kernarbeitsnormen werden für Jasmin nicht erfüllt?
- Wie sieht ein wünschenswerter Arbeitsalltag für Jasmin aus?
- Was können wir als Gruppe tun, um auf die Missstände in der Bekleidungsindustrie aufmerksam zu machen und/oder auf Alternativen hinzuweisen?
- Informiert Euch z.B. über die Profilsuche auf www.saubere-kleidung.de über die Produktionsbedingungen in den Läden/Marken Eurer Umgebung. Schreibt den Herstellern, was Ihr davon haltet und was Ihr fordert.
- Welche Möglichkeiten gibt es, wenn ich sozial und ökologisch nachhaltige produzierte Kleidung kaufen will?

UNTERNEHMENS-
VERANTWORTUNG

ENTWICKELT VOM DIÖZESANEN ARBEITSKREIS EINE WELT DER KLJB
MÜNCHEN UND FREISING



Die DVD „China Blue“ plus Bonusmaterial könnt Ihr beziehen bei INKOTA: www.inkota.de, 7€ zzgl. Versandkosten.

KRIMINALFALL „XY UNGELÖST“

AKTIONSFORM: Stationenspiel in Kleingruppen

PERSONEN: 6 – 50

DAUER: 1 – 3 Tage

BENÖTIGT WIRD: Gute Logistik und Plan des Informationsflusses und der Ereignisse
(ein Beispiel findet Ihr unter www.stilvollerleben.de);
Telefone/ Handys, Liste mit Telefonnummern; Material für die zu bewältigenden
Aufgaben; ggf. Unterkunft und Verpflegung



In Form eines Kriminalfalls schickt die KLJB Würzburg Detektivinnen und Detektive auf die Suche nach der Lösung. Der DV-Vorstand wurde entführt. Doch von wem und warum?

Schnell werden die Hauptverdächtigen klar: Multinationale Konzerne, die erfahren haben, dass die KLJB kleine und mittelständische regionale Strukturen bevorzugt, regionale Vielfalt bewahren will und den Marktdruck der Konzerne verurteilt.

In einem sorgfältig ausgeklügelten System erhalten die teilnehmenden Gruppen Aufgaben und Hinweise. Konkrete Schlüssel zur Aufklärung des Falls verdienen sie sich durch das Lösen von Aufgaben. Das Mosaik fügt sich zusammen, und am Ende können die Gruppen den Fall lösen.

Doch der Weg war das Ziel, denn während sie Hinweise gesammelt haben, haben sie sich fast unbemerkt mit dem eigentlichen Thema, in diesem Fall Marktmacht und Monopolisierung, beschäftigt. Die Methode ist jedoch auch auf andere Themen übertragbar.



Die einzelnen Schritte einer solchen Aktion müssen gut durchdacht sein.

Die Aufgaben und Themen müssen an das Alter der Teilnehmenden angepasst werden.

Bei der Pressearbeit darauf achten, dass die Fälle nicht zu plakativ dargestellt werden.

AKTIONSTHEATER/ FLASHMOB

AKTIONSFORM: Öffentlichkeitswirksame Aktion, Mobilisierung
PERSONEN: Unbegrenzt
DAUER: 10 Minuten bis 2 Stunden (plus Vorbereitungszeit)
BENÖTIGT WIRD: Verkleidung, Plakate oder Handzettel (zur Information und Mobilisierung der Öffentlichkeit)



www.flash-mob.de

Der öffentliche Raum wird zur Bühne, und die Menschen, die sich dort aufhalten, spielen mit. Kreatives **Aktionstheater** ist bestens geeignet, um auf Zustände aufmerksam zu machen und für eine bestimmte Sache einzutreten. Öffentlichkeitswirksam und/oder symbolisch wird nachgespielt, was angeprangert wird. Wichtig ist eine kreative Verkleidung, die zum Thema passt und die die Vorbeigehenden aufmerksam werden lässt. Plakate o.ä. können die Botschaft unterstreichen. Beispiele für Aktionstheater sind bekannt von Protesten während des G8, von Aktionärsversammlungen großer Konzerne oder von Castor-Transporten. Wirkungsvoll ist Aktionstheater, weil es friedlich, bunt und kreativ Akzente setzt und so das politische Anliegen vermittelt.

Wie die beiden englischen Bestandteile des Namens anzeigen, handelt es sich bei einem **Flashmob** um einen blitzartigen (Flash) Auflauf vieler Menschen, die aus dem Nichts heraus alle das Gleiche tun und sich so schnell sie gekommen sind auch wieder auflösen.

Das beeindruckende Signal für die Öffentlichkeit besteht darin, dass nicht gesprochen oder laute Ansagen gemacht werden, sondern dass alles wie von Geisterhand geschieht.



Ein Beispiel dafür sind Flashmobs des Aktionsbündnisses Gerechter Welthandel und der Kampagne für Saubere Kleidung in Aldi-Filialen: Auf ein Zeichen hin sanken AktivistInnen zwischen den verdutzten Aldi-KundInnen zu Boden und blieben für 60 Sekunden liegen. Auf ihrem T-Shirt-Rücken waren Sprüche zu lesen wie „20 Stunden ohne Schlaf, doch der Auftrag ist geschafft“. Dann verließen sie den Laden wieder. Vor der Filiale verteilten sie Handzettel, die auf die Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern aufmerksam machten und die informierten, wie man sich als KundIn für die Verbesserung von Arbeitsbedingungen einsetzen kann.

Flashmob-Aktionen beeindruckten durch Gleichzeitigkeit und Stille, Aktionstheater durch Kreativität. In der Regel gilt, je mehr Personen sich beteiligen, desto wirkungsvoller. Unverzichtbar sind gute und klare Absprachen. Den Flashmob kann man entweder mit der eigenen Gruppe planen, oder zum Beispiel per Internet unter allen Interessierten bewerben.

UNTERNEHMENS-
VERANTWORTUNG

INNENSTADT-CHECK

In welcher Stadt bin ich eigentlich?

AKTIONSFORM: Stadtrundgang/Kleingruppenarbeit
PERSONEN: 5 – 20
DAUER: 2 Stunden, plus ggf. Zeit zur Weiterarbeit
BENÖTIGT WIRD: Papier, Stifte, weiteres Bastelmaterial; Kamera



BETEILIGUNG AN EILAKTIONEN

AKTIONSFORM: Protestbekundung
PERSONEN: Unbegrenzt
DAUER: 10 – 20 Minuten
BENÖTIGT WIRD: Computer oder Postkarte, Papier, Stift und Briefmarke



Alle Innenstädte sehen sich ähnlich, denn in allen Innenstädten sind die gleichen Läden und Ketten zu finden: Kaufhof, H & M, New Yorker – welche Stadt hat sie nicht?

Beim Innenstadtcheck macht sich die Gruppe auf die Suche nach den Raritäten, die die nächstgelegene Stadt von anderen unterscheidet. Dabei geht es nicht um die Sehenswürdigkeiten, sondern tatsächlich um die Geschäfte und „Konsumtempel“.

Die Gruppe begibt sich auf einen Stadtrundgang (tatsächlich oder gedanklich) und findet die Geschäfte, die die Stadt besonders machen.

Möglichkeiten zur Weiterarbeit:

- Sendet Euren Stadtspaziergang als Rätsel an die KLJB-Bundesstelle. Wir entwickeln eine „Quiz-Datenbank“ zur Frage: „In welcher Stadt bin ich eigentlich?“
- Schreibt einen Stadtführer der besonderen Art: Der Stadtführer weist auf all die Dinge hin, die man in anderen Städten nicht genauso finden kann.

Land-Variante:

Was ist besonders an unserem Ort, in unserer Umgebung? Welche Einkaufs- oder Aktionsmöglichkeiten gibt es, die es in anderen Orten nicht genauso gibt?

Wenn Mitarbeitende nach dem Einsturz des Fabrikgebäudes nicht entschädigt werden, wenn GewerkschafterInnen entlassen werden oder Missstände in Fabriken ans Licht kommen, dann gilt es, Einspruch zu erheben und an die Verantwortlichen zu appellieren.

Verschiedene (Menschenrechts-)Organisationen starten in solchen akuten Fällen so genannte Eilaktionen. Beruhend auf fachkundiger Recherche schildern sie den Fall, formulieren Protestbriefe und Forderungen und appellieren zum Mitmachen. Je mehr Stimmen sich in kurzer Zeit bei den Verantwortlichen melden, desto größer ist der Druck, aktiv zu werden. Auch dies ist eine wichtige Form, die Macht der Konsumierenden zu nutzen!

Aktuelle Eilaktionen finden sich zum Beispiel regelmäßig hier:

- Kampagne für Saubere Kleidung: www.saubere-kleidung.de
- INKOTA: www.inkota.de
- FIAN (FoodFirst Informations- und Aktionsnetzwerk): www.fian.de
- Campact: www.campact.de
- AVAAZ: www.avaaz.org



ALTERNATIVES WIRTSCHAFTEN

ALTERNATIVES
WIRTSCHAFTEN

ALTERNATIVES WIRTSCHAFTEN

Unser Konsum ist Teil der Wirtschaftsweise und der Wirtschaftsordnung. Wir können über unsere Nachfrage Einfluss nehmen auf die Produktion, indem wir nur Produkte und Dienstleistungen nachfragen, die unseren Wertvorstellungen entsprechen. Damit habe ich persönlich vielleicht ein gutes Gewissen – aber reicht das schon aus? Vielleicht sage ich mir ja auch, dass ich allein nicht so viel tun kann, um dem Wahn nach „immer billiger“ gegenzusteuern... Vielleicht beruhigt es mich, wenn ich mit anderen darüber spreche, versuche sie zu überzeugen, so dass wir dann gemeinsam am gleichen Strang ziehen? Das ist schon viel wert – aber ist das schon die ganze Macht, die wir als Konsumierende innerhalb einer marktwirtschaftlichen Wirtschaftsordnung haben...?

Das kapitalistische System basiert auf der individuellen Gewinnmaximierung. Unter globaler Perspektive kommt dies den eh schon reichen Ländern zugute und ist häufig verbunden mit unfairen Wirtschafts- und Handelsbeziehungen. Unregulierte internationale freie Märkte untergraben nicht nur nationale und lokale Wirtschaftssysteme, sondern zerstören bisweilen traditionelle solidarische Beziehungen in ländlichen Regionen.

WAS IST DER ANSATZ VON MIJARC UND KLJB?

Seit der Weltversammlung 2008 ist Solidarisches Wirtschaften als Schwerpunkt in der Arbeit der Internationalen Land- und Bauernjugendbewegung MIJARC verortet. Die MIJARC und die KLJB wollen durch solidarische Wirtschaftsinitiativen Alternativen zu einer kapitalistischen Wirtschaftsweise aufzeigen und damit auch die ländliche Entwicklung fördern.

Solidarisches Wirtschaften ist zwar nicht das Gegenteil von Kapitalismus, aber es versucht basierend auf ethischen Prinzipien neue Mechanismen innerhalb des Kapitalismus zu implementieren. Die Menschen werden in den Mittelpunkt der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung gestellt. Solidarisches Wirtschaften beinhaltet ein weites Feld unterschiedlicher Initiativen wie zum Beispiel Kooperativen, Selbsthilfegruppen, Mikrokredit-Initiativen, Tausch- und Unterstützungsprojekte, lokale Saatgutbanken oder die gemeinschaftliche Verwendung von Maschinen und Ähnlichem. Hierfür gibt es innerhalb der MIJARC zahlreiche Beispiele.

WIE KANN DAS KONKRET HIER BEI UNS GEHEN?

Die Aktionsideen in dieser Arbeitshilfe zeigen, wie man im kleinen oder auch größeren Rahmen die konventionellen Wirtschaftswege umgehen kann. Schrottsammelaktionen, eine Altkleidersammlung oder ein Secondhand-Markt verbinden das „Recyclen“ von als wertlos angesehenen Ressourcen mit der Finanzierung gemeinnütziger Zwecke. Die Bedeutung dieser Projekte geht allerdings weit darüber hinaus. Der materielle Mehrwert der beiden Projekte für ein alternatives Wirtschaften ist, dass die gesammelten Ressourcen auf je unterschiedliche Weise wieder in die Wertschöpfungskette integriert werden. Der ideelle Wert der beiden Aktionen ist die Beschäftigung mit dem Thema Konsum – sowohl in der Öffentlichkeit als auch für die beteiligten KLJB-Mitglieder.

Die „Regionalwert-AG“ stellt ein Modell dar, wie die Vorteile des kapitalistischen Systems (Finanzierung über Aktien) genutzt werden und gleichzeitig möglichst viele Menschen an einem nachhaltig regionalen, ökologischen und sozialen Produzieren im landwirtschaftlichen Bereich beteiligt werden können.

Das Tauschring-Projekt steigt aus dem kapitalistischen Wirtschaften aus. Mit diesem Modell können am Geldsystem vorbei Güter und Dienstleistungen für den eigenen Bedarf ertauscht werden.

Das Geldsystem als Element des Wirtschaftens und Konsumierens bekommt „Konkurrenz“ durch Regionalgeld-Initiativen. Das Regionalgeld „der Chiemgauer“ beispielsweise fördert nicht nur die regionale Wirtschaft, sondern erhöht auch die Umlaufgeschwindigkeit des Geldes und trägt dadurch zu regionalem Wirtschaftsaufschwung bei. Allerdings kommt auch das Regionalgeld – wie die Tauschringe – nicht ganz am herrschenden Wirtschaftssystem vorbei und ist somit zwar keine echte Alternative zum System, aber durchaus ein alternatives Verhalten, durch das der Wert von Geld und Kapital noch einmal in Frage gestellt werden.

SCHROTT-SAMMELAKTION

AKTIONSFORM: Gruppenaktion vor Ort
PERSONEN: Ortsgruppen, Jugendliche ab 14
DAUER: 1 Tag (plus Vorbereitungszeit)
BENÖTIGT WIRD: Handschuhe, Schweißwerkzeuge o.ä. (zum Trennen des Schrotts), Traktoren, mindestens eine Person mit Führerschein pro Gruppe, Container zum Sammeln des Schrotts



SECONDHAND-MARKT

AKTIONSFORM: Verkaufsaktion, vor Ort
PERSONEN: Gemeinde/Öffentlichkeit
DAUER: Ab 2 Stunden (plus Vorbereitungszeit)
BENÖTIGT WIRD: Alte Kleider (Kleidungsspenden), Verkaufsstand



BDKJ Trier/Second Hemd & Hose:
www.2nd-hemd.de
 FairWertung: www.fairwertung.de



Schrott ist ein wertvolles Gut. Ziel der Aktion ist es, vor Ort möglichst viel Alteisen zu sammeln. Wenn der nächste Wertstoffhof zu weit weg ist, empfiehlt es sich, Container zu organisieren und diese als zentrale Sammelstellen aufzustellen. Die vollen Container werden dann zum Schrottplatz gebracht. Das hat einen doppelten Mehrwert: Die Gruppe erhält für jedes Kilogramm einen festen Betrag. Und: Die darin enthaltenen wichtigen Rohstoffe wie Blech, Metall, Kupfer, Aluminium, Blei oder Zink können so wiederverwertet werden statt nur in Kellern herumzuliegen.

Tradition hat die Schrottsammelaktion als wichtiges Instrument des Fundraising für das Togo-Projekt in der KLJB Oldenburg. 2008 fand bereits die siebte Aktion statt. Neun Ortsgruppen sammelten an einem Tag 48 Tonnen Schrott!

ENTWICKELT VOM KLJB-DIÖZESANVERBAND VECHTA



Es empfiehlt sich, den nächstgelegenen Wertstoffhof vorab über die Aktion zu informieren. Außerdem: Unbedingt die Aktion und den Termin frühzeitig in den Orten bekannt machen, damit die Leute den Schrott bis zu Eurer Sammelaktion aufheben!

Da Schrott sehr begehrt ist, könnten Ortsgruppen außerdem anbieten, Ställe auszuräumen oder schon fast vergessene Ecken in Kellern oder auf Grundstücken zu entrümpeln.

Über 80 Prozent der Kleidung, die in Deutschland entsorgt wird, ist noch brauchbar. Ein Secondhand-Markt bietet die Möglichkeit, zu klein gewordene Kleidungsstücke loszuwerden oder neue zu ergattern. Die Gruppen sammeln tragfähige Altkleider und bieten sie zum Verkauf an. Aus „alt“ wird so wieder „neu“ – das schont Ressourcen, erwirtschaftet Gewinne und macht zudem noch Spaß.

„Second Hemd & Hose“ heißt die Verkaufsaktion, die der BDJ und die Mitgliedsverbände im Bistum Trier bereits seit 1997 einmal jährlich durchführen. Die Verkaufsaktion wird dabei verknüpft mit Informationen über die Bolivienpartnerschaft, der auch die Erlöse zugute kommen, und einem attraktiven Rahmenprogramm.

Einen weiteren Akzent für die verantwortungsvolle Verwertung von Altkleidern setzt der BDJ (wie auch der KLJB Bundesverband) durch die Mitgliedschaft im Dachverband FairWertung. FairWertung stellt sicher, dass die Vermarktung von den nicht bei „Second Hemd & Hose“ verkauften Altkleidern nach strengen entwicklungspolitischen und ökologischen Richtlinien geschieht.

TAUSCHRINGE

AKTIONSFORM: Eigeninitiative von Einzelnen oder einer Gruppe
PERSONEN: Unbegrenzt
DAUER: Sehr unterschiedlich
BENÖTIGT WIRD: Internet bzw. Plattform für Tauschangebote
ggf. Material für die Tauschleistung



Wir alle haben weit mehr Fähigkeiten, als wir in unserem normalen Arbeitsalltag einsetzen können. Diese werden durch die Teilnahme am Tauschring geweckt und zum gegenseitigen Nutzen eingesetzt. In einem Tauschkreis oder Tauschring werden vorrangig Dienstleistungen, gelegentlich auch Waren, ohne Einsatz von Geld zwischen den Teilnehmenden getauscht. Dahinter steckt die Idee, dass jeder, der nach etwas Bestimmten sucht, auch selbst etwas anzubieten hat.

Praktisch funktioniert das so: Du hilfst Peter beim Fliesenlegen, lässt Dir dafür von Paula, die auch beim Tauschring mitmacht, die Haare schneiden. Vielleicht gibt Peter Erika Englischunterricht und lässt sich von Klaus das Motorrad reparieren – Wenn viele mitmachen, schließt sich der Kreis bestimmt. Alle tun das, was ihnen Spaß macht und geben ab, was sie nicht können oder nicht wollen.

Die meisten Tauschkreise sind lokal gebunden und auf eine bestimmte Region eingegrenzt. Neben Dienstleistungen wie „Nachhilfe geben“ oder „Babysitten“ werden gelegentlich auch Waren (etwa gebrauchte Kinderkleidung) gegen die Umrechnungseinheit getauscht. In ländlichen Tauschringen kann der Warentausch sogar eine größere Bedeutung bekommen.

Eine Idee für die KLJB? Eine Möglichkeit besteht natürlich darin, sich als Einzelperson oder auch als Gruppe an solchen Tauschring-Börsen zu beteiligen. Gibt es keinen in der Region, könnte ein Regional- oder Diözesanverband selbst einen solchen Tauschring organisieren. Dies kann mit einer Art „Pinnwand“ zunächst erst einmal als Angebot für KLJBlerinnen und KLJBler beginnen. Bei einem Zeltlager oder einer Diözesanversammlung könnte das Tauschen schon einmal erprobt werden. Zu kleinen Angeboten wie Rückenmassage, CDs, Erdbeermarmelade oder Fahrdiensten kommen nach und nach möglicherweise weitere Güter und Dienstleistungen.



Auf dem Portal www.tauschring.de findet Ihr Adressen von bereits bestehenden Tauschringen in Deutschland, Europa und sogar in Übersee. Auf den zahlreichen verlinkten Homepages könnt Ihr Euch wertvolle Anregungen holen, wie ein solcher Tauschring selbst organisiert werden könnte.

REGIONALGELD

AKTIONSFORM: Regionale Eigeninitiative
PERSONEN: Lokale Bevölkerung
DAUER: Unbegrenzt
BENÖTIGT WIRD: Wertmarken oder Gutscheine;
die Bereitschaft der Bevölkerung und des Einzelhandels



www.chiemgauer.info
www.zeit.de/2009/04/Karte-04 (Deutschlandkarte, wo es Regiogeld-Initiativen gibt)

Mit Geld wird die Möglichkeit geschaffen, Leistungen nachzufragen und miteinander in Austausch zu treten. Wenn Geld als Regionalwährung nur in einer begrenzten Region gültig ist, intensiviert das die Nachfrage nach Leistungen in dieser Region. Auf diese Weise werden regionale Wirtschaftskreisläufe gestärkt.

So genannte Regiogelder drücken Leistungen durch „Ersatzgeld“ aus. Als Einheit wird ein Wechselkurs zum Euro festgelegt. Anders als bei den Tauschringen steht die gewerbliche Orientierung der Teilnehmenden im Vordergrund. Das Regiogeld versucht, den Geldumlauf zu beschleunigen.

Ein Beispiel: Der Chiemgauer ist die größte regionale Komplementärwährung in Deutschland. Erstmals wurden Chiemgauer im Januar 2003 ausgezahlt, initiiert durch ein Schülerprojekt der 10. Klasse der Waldorfschule Chiemgau in Prien.

Das Chiemgauer Regiogeld funktioniert wie ein Gutscheinsystem oder bargeldloses Einkaufen.

Ein Chiemgauer ist einen Euro wert. Für zwei Chiemgauer kann man sich etwa einen kleinen Laib Brot, eine Tageszeitung oder ein Glas Marmelade kaufen. Aber nur im Chiemgau, in den Landkreisen Rosenheim und Traunstein. Das Regiogeld „Chiemgauer“ akzeptierten im Oktober 2008 bereits über 600 Unternehmen. Die Umsätze des Chiemgauer-Netzwerks lagen im ersten Jahr 2003 bei 70.000 Euro. 2008 wurden bereits vier Millionen Chiemgauer umgesetzt.



Die Chiemgauer-Scheine sind rot, grün, blau, lila. Sie erinnern an Monopoly-Geld. Beim Chiemgauer geht es jedoch nicht darum, möglichst viel Geld anzuhäufen, sondern ihn auszugeben. Behält man einen Schein länger als drei Monate, muss man eine Verlängerungsmarke kaufen.

Eine weitere Besonderheit der lokalen Währung ist der so genannte „Regionalbeitrag“ von fünf Prozent. Dieser Regionalbeitrag, der beim Rücktausch des Unternehmens abgezogen wird, kommt gemeinnützigen Vereinen (drei Prozent) und der Kostendeckung des Herausgebers (zwei Prozent) zugute.

Inzwischen gibt es allein in Deutschland 28 Regionalwährungen, etwa 30 weitere sind in Planung.



ENTWICKELT VON EINEM SCHÜLERPROJEKT
DER WALDORFSCHULE CHIEMGAU

ALTERNATIVES
WIRTSCHAFTEN

GRÜNDUNG EINER AKTIENGESELLSCHAFT

AKTIONSFORM: Langfristige Eigeninitiative
PERSONEN: Berufstätige, denen nachhaltiges Wirtschaften am Herzen liegt
DAUER: Einige Monate bis Jahre
BENÖTIGT WIRD: Gleichgesinnte in einer bestimmten Region



www.regionalwert-ag.de

Wem es nicht reicht, nur punktuell Zeichen zu setzen, der und die kann sich an einem Freiburger Modellprojekt ambitionierte Pläne anschauen:

In der **Regionalwert AG** haben sich Bürgerinnen und Bürger zu einer Aktiengesellschaft zusammengeschlossen, die Landwirtschaft und Regionalwirtschaft rund um Freiburg sozial, ökologisch und wirtschaftlich nachhaltig gestalten will. Die Aktionärinnen und Aktionäre stellen dem Unternehmen nicht nur Kapital zur Verfügung und beteiligen sich somit finanziell an regionalen Prozessen, sondern sie gestalten diese aktiv mit. Ihr Ziel ist es, eine wirtschaftlich erfolgreiche und sozial-ökologisch vertretbare Wertschöpfungskette vom Acker bis auf den Teller aufzubauen.

Dazu erwirbt die Aktiengesellschaft landwirtschaftliche Betriebe sowie Unternehmen aus vor- und nachgelagerten Bereichen in der Region Freiburg und verpachtet diese an qualifizierte Unternehmen. Die wirtschaftlichen Erträge der Regionalwert AG stammen aus Pachtzahlungen und Beteiligungen. In der Unternehmensstrategie steht jedoch die wirtschaftliche Gewinnorientierung gleichwertig neben der sozial-ökologischen Wertbildung.

Die Bürgeraktiengesellschaft vermittelt den Kontakt zwischen den Kapitalgebenden und den Partnerbetrieben. Dieser Dialog erlaubt, die Wirkung des eingesetzten Geldes nachvollziehbar zu beeinflussen. Das Kapital soll für eine nachhaltige Sicherung und Steigerung eines mehrdimensionalen Wohlstands aller Beteiligten unter sorgsamem Umgang mit der Naturgrundlage eingesetzt werden.

Diese sozial-ökologische Wertschöpfung wird jährlich als Rendite auf die Aktie ausgewiesen. Die Regionalwert AG steht für sozial-ökologische Nachhaltigkeitswerte (die „zweite Rendite“) wie Beschäftigungsstruktur, Entlohnung, Qualität der Arbeitsplätze, Bodenfruchtbarkeit, Ressourcenverbrauch, Biodiversität, Anwendung der EG-Bio-Verordnung, Wertschöpfung und Engagement in der Region, Dialog in der Wertschöpfungskette.



Für KJLB-Gruppen könnte eine solche AG eine durchaus reizvolle Perspektive sein, die nachhaltiges Wirtschaften fördert. Ein KJLB-Mitglied übernimmt einen Hof und andere beteiligen sich im Rahmen einer solchen Regionalwert AG. Warum nicht! Klar ist, dass der Weg von den ersten idealistischen Vorstellungen bis zur Gründung einer eigenen Aktiengesellschaft nicht überstürzt angegangen werden soll. Hierbei sind direkte Gespräche mit den Gründungsvätern und -müttern der Regionalwert AG Freiburg ratsam. Sie teilen sicher gerne ihre Erfahrungen mit Widerständen und Fallstricken dieses Vorhabens. Externe Beratung hilft dabei, geeignete Lösungen für vor Ort zu finden. Sicher keine Aktionsidee, die innerhalb weniger Wochen zu erledigen ist, jedoch trotz oder gerade wegen aller Herausforderungen ein sehr reizvolles Projekt!



MEHR ZUM THEMA

MEHR ZUM
THEMA

LINKS

Alle hier aufgeführten Links findet Ihr auch auf unserer Website www.stilvollerleben.de

Kampagnen und Initiativen

Supermarktinitiative

Die Supermarktinitiative ist ein Zusammenschluss von rund 20 Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften, die die Einkaufsmacht der großen Supermärkte aufdecken und zu begrenzen versuchen. Zudem fordert die Initiative die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards in der gesamten Lieferkette. Seit Juli 2009 ist die KLJB Unterstützerin der Supermarktinitiative.

www.supermarktmacht.de

Kampagne für Saubere Kleidung

Die »Kampagne für Saubere Kleidung« (international: Clean Clothes Campaign = CCC) entstand 1990 in den Niederlanden und ist heute in zwölf europäischen Ländern aktiv. Rund 20 Trägerorganisationen, darunter die KLJB, unterstützen in der deutschen Kampagne die Bemühung um bessere Arbeitsbedingungen und Sozialstandards in der Bekleidungsindustrie.

www.saubere-kleidung.de

Portale für weitere Informationen und Verbrauchertipps

www.oeko-fair.de

Das Internet-Portal der Verbraucher Initiative e.V. stellt Produkte, Aktivitäten und Organisationen vor, die sich für ökologische, sozial gerechte oder öko-faire (Konsum-) Alternativen einsetzen. Enthält auch ein öko-faires Branchenbuch.

www.ecoshopper.de

Unabhängiges Verbraucherportal für den bewussten Konsum. Eine Suchmaschine vergleicht rund 75.000 ökologisch und sozial verträgliche Produkte und hält zusätzlich nützliche Verbraucherinformationen bereit.

www.ecotopten.de

Verbraucherkampagne für nachhaltigen Konsum des Öko-Instituts. In das Produktranking fließen Qualitätssiegel, Produkttests, Umweltverträglichkeit und der Preis gleichrangig ein. Zusätzlich gibt es Tipps zum Kauf und zur sparsamen Nutzung.

www.verivox.de

Verivox vergleicht kostenlos Tarife für Energie und Telekommunikation und ermöglicht einfache und schnelle Anbieterwechsel. Zum Service gehören außerdem eine kostenfreie Beratung per Telefon und E-Mail sowie zahlreiche Hintergrundinformationen.

www.fair-feels-good.de

Die erste bundesweite Kampagne zum Fairen Handel. Materialien und Hintergrundinformationen.

www.label-online.de

Das Portal der Verbraucher Initiative e.V. informiert über rund 300 Label des umweltgerechten und sozial verträglichen Konsums, vergleicht und bewertet die Vergleichskriterien.

www.blauer-engel.de

Übersicht über mit dem Blauen Engel ausgezeichnete Produkte. Der Blaue Engel setzt seit 1978 Maßstäbe für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen, die von einer unabhängigen Jury nach definierten Kriterien ausgezeichnet werden.

www.nachhaltige-produkte.de

Die „Initiative Nachhaltig handeln.“ will die Marktchancen nachhaltiger Produkte vor allem in den Konsumbereichen Wohnen und Einrichten sowie Textilien und Bekleidung verbessern. Im Mittelpunkt der Aktivitäten steht das Thema „Klimafreundlich einkaufen“.

<http://de.einkaufsnetz.org>

Auf diesen Seiten stellt Greenpeace Informationen und Materialien über gutes Essen und gute Produkte zusammen.

Verbraucherzentralen

Portal der Verbraucherzentralen Deutschlands: www.verbraucherzentrale.de

Verbraucherzentrale Bundesverband:

www.vzbv.de/go

Verbraucher Initiative e.V.:

www.verbraucher.org

Viele Städte und Gemeinden haben mittlerweile eigene Portale zusammengestellt, wie und wo vor Ort kritisch und nachhaltig konsumiert werden kann. Informiert Euch über solche Angebote in Eurer Region!

Plattformen für Austausch und Informationen

www.bdkj.de/kritischerkonsum

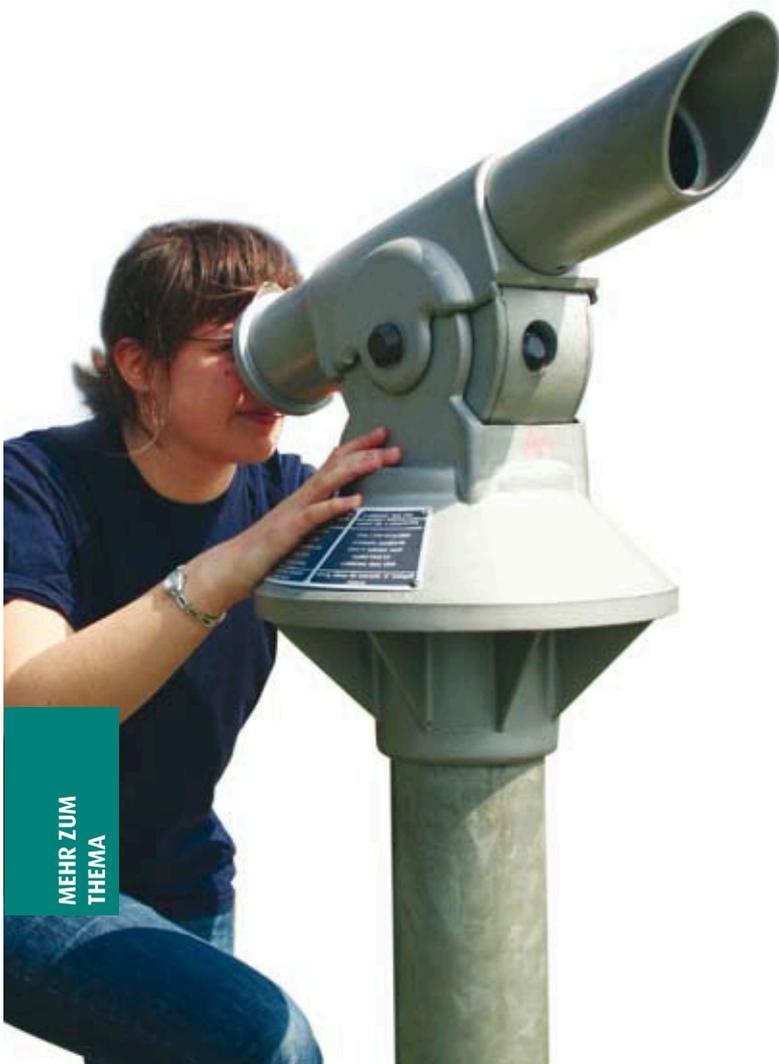
Das Aktions- und Informationsportal des Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ).

Auch soziale Netzwerke haben sich mittlerweile speziell rund um das Themengebiet des nachhaltigen Konsumierens gebildet:

www.bewegung.taz.de

(Zusammenschluss der Online-Community fairdo und dem Aktionsportal der Tageszeitung taz)

www.utopia.de



FILME

Home

Zahlreiche Luftaufnahmen unseres Planeten fordern dazu auf, die Umweltzerstörung zu stoppen und die Erde zu retten. Auf YouTube zu sehen.

Energie – Der Film

Der Film von Christian Schrenk und seinem Team von Docuholics begleitet in Form eines Road-Movies eine junge Frau, die sich mit Gleichgesinnten auf den Weg macht, um konstruktive und saubere Auswege aus der bevorstehenden Katastrophe zu suchen. www.energiefilm.com

Eine unbequeme Wahrheit – Die drohende Klimakatastrophe und was wir dagegen tun können.

Ein Dokumentationsfilm von Al Gore über die globale Erwärmung, 2007.

Uranium – is it a country?

Auf der Spurensuche nach der Herkunft von Atomstrom.

Ein Dokumentarfilm (2008) über den Rohstoff Uran. Kostenlos zu bestellen bei www.strahlendesklima.de

Unsere kleine Welt

Der Kurzfilm einer Gruppe der Fakultät Gestaltung an der Hochschule Augsburg entstand 2008 im Rahmen des Projekts „Illustration und Infografik zum Thema Ökologie und Klimawandel“. Er zeigt eine unterhaltsame Geschichte darüber, wie unser Konsumverhalten den Klimawandel vorantreibt. www.hs-augsburg.de/klima

We feed the world – Essen global

Ein Dokumentarfilm aus dem Jahr 2006 von Erwin Wagenhofer über Ernährung und Globalisierung. www.we-feed-the-world.at

Let's make money

Erwin Wagenhofer dokumentiert in dem 2008 erschienen Film ungeschminkt, was die Geldströme weltweit anrichten. www.letsmakemoney.at

Unser täglich Brot

Nikolaus Geyrhalters Film aus dem Jahr 2007 gewährt eindrucksvolle Blicke in die Welt der industriellen Nahrungsmittelproduktion und der High-Tech-Landwirtschaft. www.ourdailybread.at

Wal Mart – Der hohe Preis der Niedrigpreise.

Produzent Robert Greenwald zeigt in diesem Dokumentarfilm von 2005 die Machenschaften des größten US-amerikanischen Einzelhändlers Wal Mart auf. www.walmartmovie.com

Über Wasser

Der Dokumentarfilm von 2008 erzählt in drei Geschichten von der existentiellen Bedeutung des Wassers für die Menschheit: im überfluteten Bangladesch, in der Steppe Kasachstans, in den dichtbesiedelten Slums von Nairobi. www.ueber-wasser.de

Der große Ausverkauf

Der Dokumentarfilm von Florian Opitz aus dem Jahr 2008 thematisiert in vier ineinander verwobenen Erzählsträngen aus verschiedenen Kontinenten das abstrakte und umstrittene Phänomen „Privatisierung“.

The story of stuff

Der zwanzigminütige animierte Kurzfilm von Anne Leonard aus dem Jahr 2007 beleuchtet den langen Weg unserer alltäglichen Produkte: Er beginnt beim Anbau der Rohstoffe, geht über die Herstellung, den Vertrieb und unseren eigenen Konsum, und endet noch lange nicht im heimischen Mülleimer. www.utopia.de/wissen/bildungsluecken/the-story-of-stuff

Der verlorene Geschmack

Dr. Max vom ZEIT Wissen-Magazins hat sich im Sommer 2008 auf die Suche nach der Vielfalt für die Geschmackspapillen gemacht und eine Tomatenplantage besucht. Im Video erklärt er, wo der Geschmack der Tomate geblieben ist. www.zeit.de/video/player?videoID=20080806b35ee5

Meatrix

Der vierminütige englischsprachige Flash-Animationsfilm „The Meatrix“, der 2006 von Free Range Graphics für das Sustainable Table Programm des Global Resource Action Center for the Environment (GRACE) produziert wurde, stellt in tragisch-humorvoller Anlehnung an den Film „Matrix“ die Qualen der Tiere in der Massentierhaltung dar und setzt sie in einen direkten Zusammenhang mit der Verseuchung der Umwelt und den Schäden für die Menschheit. www.themeatrix.com

Unser Planet

In ihrem Film von 2006 gehen die drei Schweden Michael Stenberg, Johan Söderberg und Linus Torell mit beeindruckenden Bildern der Frage nach, wie lange unsere Erde die ungebremste Ausbeutung durch den Menschen noch verkraften kann. www.greenpeace.de

LITERATUR

zum Kritischen Konsum

Busse, Tanja: **Die Einkaufsrevolution.** Konsumenten entdecken ihre Macht, Blessing: 2006. Analyse und Reportage unterschiedlicher Bereiche unseres Konsums und dessen Auswirkungen.

Grimm, Fred: **Shopping hilft die Welt verbessern.** Der andere Einkaufsführer, Goldmann Verlag: 2006. Hintergründe und Ideen für das Einkaufen mit gutem Gewissen, mit ausführlichem Serviceteil.

Schlumberger, Andreas: **50 einfache Dinge, die Sie tun können, um die Welt zu retten und wie Sie dabei Geld sparen,** Heyne: 2006.

Kotteder, Franz: **Die Billig-Lüge.** Die Tricks und Machenschaften der Discounter, Droemer/Knaur: 2007. Beschreibt anschaulich Zusammenhänge und Hintergründe der kleinen Preise der Discounter.

Meschnig, Alexander/Stuhr, Mathias: **Wunschlos unglücklich.** Alles über Konsum, EVA Europäische Verlagsanstalt: 2005.

Leitsch, Fritz: **ECO-World,** Branchenbuch für ethischen Konsum 2009/2010: Der Einkaufsratgeber für einen gesunden, genussvollen und nachhaltigen Lebensstil.

Brot für die Welt, EED, BUND (Hrsg.): **Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt,** Fischer Verlag: 2008. Wissenschaftlicher Anstoß für einen Kurswechsel in Wirtschaft und Gesellschaft.

Leo Hickman, **Fast nackt: Mein abenteuerlicher Versuch, ethisch korrekt zu leben,** Pendo: 2006. Unterhaltsame Selbsterfahrung eines Journalisten, der versucht, sein Leben ethisch korrekt auszurichten.

Leo Hickman, **Und Tschüss!** Was wir anrichten, wenn's uns in die Ferne zieht, Pendo: 2008. Hickman beschreibt Probleme des Tourismus und Möglichkeiten, wie Reisen auch anders gestaltet sein kann.

Klaus Füsser, **Bin ich einen Klimasau?** Klima schützen und damit besser leben, Riemann: 2008. Handlicher Ratgeber durch das Dickicht der Klimatipps, zeigt effektive Einsparungen – für Klima und Geldbeutel.

Bernhard Pötter, **Tatort Klimawandel – Täter, Opfer und Profiteure einer globalen Revolution,** Oekom: 2008. Pötters Reise zu den Tatorten des Klimawandels vermittelt uns eine Vorstellung von der „globalen Revolution“, die uns bevorsteht.

Michael Streck, **Die Klimaprioritäten – Was wir jetzt zur Rettung der Umwelt tun müssen,** Campus: 2008.

Markus Raschke: **Fairer Handel.** Engagement für eine gerechte Weltwirtschaft, Grünwald: 2008. Geschichte, Gruppen, Positionen – umfangreiche Darstellung des Fairen Handels aus christlicher Motivation.

KLJB Landesverband Bayern: **Auf Dich kommt es an.** Methoden und Tipps, die Welt zu verbessern. Werkbrief für die Landjugend, 2008.

Impressum

Herausgeberin:
Katholische
Landjugendbewegung
Deutschlands e.V.
Drachenfelsstraße 23
53604 Bad Honnef
Tel.: 0 22 24/94 65-0
Fax: 0 22 24/94 65-44
bundesstelle@kljb.org
www.kljb.org

Inhalte:
Ulrich Böll, Dominik Duballa,
Johanna Elsässer, Monica Kleiser,
Hans Thomas Pospischil,
Susanne Rauh (Koordination)

Vielen Dank an die vielen
Mitwirkenden innerhalb der
KLJB und der befreundeten
Organisationen und Verbänden!

Endredaktion:
Johanna Elsässer

Korrektorat:
Ute Ackermann

Design:
www.wws-web.de

Fotos:
photocase.com©Koosi van tutte/M.Koos (Titelfoto),
Thomas-Max-Müller/PIXELIO (7),
©2009 iStockphoto (11, 39), Brot für die Welt (14),
Johannes Bader (15), Daniel Gerst (18),
magda25/Photocase (25),
TransFair e.V. (27, 29, 31, 32, 45),
GEPA (32), H.-G. Oed/BMU (33),
Egon Häbich/PIXELIO(43), China Blue (47),
Aktionsbündnis Gerechter Welthandel (49),
P. Kirchhoff/PIXELIO (50), BDKJ Trier (53),
Chiemgauer e.V. (55),
photocase.com©cw-design (60)

Gedruckt mit umweltfreundlichen,
ölfreien Druckfarben auf 100 % Recyclingpapier

Erscheinungsdatum:
August 2009

