

DIALOG

Informationen und Nachrichten
zu aktuellen Themen
der verbandlichen Diskussion



BEWUSST, VERANTWORTUNGS- VOLL UND NACHHALTIG!

Beschluss der Bundesversammlung 2008: Leitfaden zum kritischen Konsum in der KLJB

Die KLJB setzt sich für die Gestaltung ländlicher Lebensräume ein. Als christlicher Jugendverband verbinden wir unser Engagement für eine nachhaltige ländliche Entwicklung mit konkreten Aktionen, die den verantwortungsvollen Umgang mit der Schöpfung, die internationale Gerechtigkeit und Solidarität sowie die Förderung regionaler Strukturen zum Ziel haben.

In verschiedenen Positionspapieren äußerte sich der Bundesverband in den letzten Jahren bereits zu Themen des nachhaltigen Lebensstils und Konsumverhaltens. Beschlüsse zu Ernährungssouveränität (2005), zu Sauberm Strom (2004), Gentechnikfreiheit in der Landwirtschaft (2004) oder der ethischen Verantwortung multinationaler Konzerne (2007) sind nur einige dieser Beispiele.

I. Kritischer Konsum – was heißt das?

Nachhaltig zu konsumieren bedeutet für die KLJB, 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 den Energieverbrauch. Das heißt für uns auch, gesellschaftliche Prozesse kritisch zu beobachten und auf Missstände aufmerksam zu machen.

VORWORT

Die KLJB erstrebt Ernährungssouveränität als Grundlage einer nachhaltigen ländlichen Entwicklung weltweit. Während dieses Konzept viele Veränderungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft erfordert, liegt eine wichtige Komponente im Konsumverhalten jeder und jedes Einzelnen. Als Konsumierende können wir durch bewusste Entscheidungen Macht ausüben und verantwortlich handeln. Ergänzend zu den durch die Bundesversammlung 2008 beschlossenen Leitlinien stellt das Dialogpapier einige Hintergründe und beispielhafte Konsumententscheidungen der KLJB heraus. Es ruft auf, über Auswirkungen und Alternativen unseres Konsums von Produkten, Energie und Ressourcen nachzudenken und entsprechend bewusst, nachhaltig und verantwortungsvoll zu handeln.

Es ist das zentrale Anliegen der KLJB, dass Jugendliche und junge Erwachsene in ihrem Umfeld Veränderungen erwirken und mitgestalten. Während oftmals viel geredet und wenig gehandelt wird, will die KLJB die genannten Prinzipien kritischen Konsums auf allen Ebenen umsetzen. Wir Konsumierende haben es in der Hand, dass aus dem **Leitfaden kein Light-Faden** wird!

Der KLJB-Bundesvorstand
Monica Kleiser, Theresia Runde
und Wolfgang Ehrenlechner

2. Kritischer Konsum – unser Beitrag!

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.

Aufbauend auf Diskussion und Umsetzung der vergangenen Jahre verpflichtet sich die KLJB zu nachfolgenden Prinzipien eines nachhaltigen und verantwortungsvollen Konsumverhaltens. Dies soll sich in allen Bereichen unseres verbandlichen Handelns beziehungsweise unseres Verbandslebens so weit wie möglich widerspiegeln, beispielsweise bei der Wahl der Häuser, die wir für Veranstaltungen buchen, der Organisation von Veranstaltungen und Gremien sowie im Büroalltag.

Die KLJB-Aktionen und Bildungsprojekte werden danach ausgerichtet. Damit werden aus dem Verband heraus Impulse für das eigene Handeln der Verbandsmitglieder und darüber hinaus gesetzt.

Anhand von drei Bereichen möchten wir konkrete Maßnahmen herausstellen, durch die nachhaltiges und bewusstes (Konsum-)Verhalten Anwendung findet.

2.1. Mobilität

Der Verkehr ist für einen Großteil der Treibhausgasemissionen und Luftverschmutzung verantwortlich. Auch verbandliches Leben heißt unterwegs sein, doch wir können die Art und Weise selbst gestalten.

⌘ Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel:

Durch bewusste Entscheidungen gegen den Individualverkehr lassen sich die Belastungen deutlich reduzieren. In der KLJB achten wir auf eine möglichst konsequente Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel und setzen uns politisch für den Erhalt beziehungsweise den Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs in ländlichen Räumen ein. Wir schaffen Anreize für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, zum Beispiel durch die volle Kostenerstattung bei Bahnreise.

Wenn es nicht möglich ist, zu Veranstaltungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen, versuchen wir einen Abholservice vom nächstgelegenen Bahnhof zu organisieren oder bilden Fahrgemeinschaften.

⌘ Vermeidung von Emissionen:

Um Umwelt und Klima zu schützen, ist es dringend geboten, Emissionen einzuschränken. Deshalb wollen wir ein Tempolimit von 120 km/h auf Autobahnen einhalten.¹ Da Flugreisen besonders klimaschädlich sind, unternehmen wir keine Flugreisen, zu denen es sinnvolle Alternativen gibt. Innerdeutsche Flüge sind für uns tabu! Bei nicht vermeidbaren Flugreisen gleichen wir die entstandenen Emissionen aus.²

⌘ Bei der Wahl unserer Fahrzeuge

(zum Beispiel Anschaffung unserer Verbandsautos) achten wir auf niedrigen Verbrauch und geringen Schadstoffausstoß.

2.2. Ressourcennutzung

Energie und Wasser sind lebenswichtige Ressourcen. Bewusst und schonend mit diesen umzugehen, ist unsere Verantwortung gegenüber der Schöpfung und nachfolgenden Generationen.

⌘ Sparsamer Umgang:

Für den Erhalt unserer Umwelt ist der wichtigste Schritt, mit unseren Ressourcen sorgsam umzugehen. Im Energiebereich bedeutet sparsamer Stromverbrauch die Verwendung energieeffizienter Geräte und die Verwendung des Stand-by-Modus nur dort, wo dieser für die Funktionalität des Gerätes unerlässlich ist oder zur Energieeinsparung beitragen kann. Auch durch ver-

KURZ-INFO

Kritischer Konsum

Täglich konsumieren wir auf vielfache Weise: Direkt nach dem Aufstehen nutzen wir Strom für Licht und Radio, Wasser für Dusche und Toilette; wir essen ein Brötchen, Müsli oder Cornflakes, trinken Milch, Saft oder Kaffee. Wir benutzen den Schulbus, den PKW oder das Fahrrad, schauen vielleicht noch schnell ins Internet – all diese kleinen Schritte können wir mehr oder weniger bewusst gestalten.

Kritischer Konsum heißt,

- sich mit den eigenen Konsumgewohnheiten auseinanderzusetzen,
- sich deren Auswirkungen bewusst zu werden,
- sich für möglichst nachhaltige, ökologisch und sozial verträgliche Alternativen zu entscheiden
- und damit ein Zeichen zu setzen.



1 Ein Tempolimit von 120 km/h würde den CO₂-Ausstoß von PKW auf Autobahnen direkt um mindestens 9 Prozent verringern (Studie des UBA von 1999) bzw. zu CO₂-Einsparungen von mindestens 3,3 Millionen Tonnen jährlich führen.

2 Empfehlenswerter Emissionsausgleichsrechner: www.atmosfair.de

KURZ-INFO

Regionalität

Das Prinzip der Regionalität hat zum Ziel, die Arbeits-, Lebens-, Kultur- und Erholungsräume ländlicher Regionen zu erhalten und weiter zu entwickeln. Es baut auf möglichst kurze Wege und Ressourcenschonung für die Versorgung der lokalen Bevölkerung. Damit ist es ein Gegenmodell zur zunehmend globalisierten Lebensweise.

Regionale Wirtschaftskreisläufe zeichnen sich dadurch aus, dass Produkte in der Region hergestellt und vermarktet werden. Dieses Prinzip leistet einen Beitrag zur lokalen Wertschöpfung. Der Schlüssel zum Erfolg ist hierbei der Faktor Arbeit. Kurz geschlossene Wirtschaftskreisläufe tragen zum Erhalt bzw. Ausbau von Beschäftigungsverhältnissen bei. Dies bietet wirtschaftliche und somit auch persönliche Perspektiven vor allem auch für junge Menschen in der heimatischen Region.



antwortungsvolles Heizverhalten können wir den Energieverbrauch stark einschränken. Dringend geboten ist auch, mit der wertvollen Ressource Trinkwasser sparsam umzugehen, die global immer knapper wird.

❖ **Wiederverwendung:** Die Wiederverwertung von Materialien ist ein wichtiger Bestandteil in der Wertschöpfungskette und zur Ressourcenschonung. Beispielsweise lässt sich der Verbrauch von Papier durch bewusstes Druckverhalten leicht reduzieren. Die Verwendung von Recycling-Papier und wiederbefüllbaren Verbrauchsutensilien ist ein Standard in der KfJB.

❖ **Umweltstandards:** Nachhaltigkeitskriterien sollten zum Standard öffentlicher, aber auch privater Einrichtungen werden. Wir setzen uns für den Ausbau der Erneuerbaren Energien und den Bezug von Ökostrom ein. So buchen wir bevorzugt Tagungshäuser, die mit einem Öko-Audit zertifiziert sind oder möglichst viele Umweltstandards berücksichtigen.

❖ **Gebäudesanierung:** Ein großes Potenzial der Energieeinsparung ergibt sich beim Gebäudebestand. Wir unterziehen daher unsere eigenen Gebäude einem Energiecheck und führen nach Möglichkeit eine Gebäudesanierung nach den Standards der Energieeinsparverordnung durch. Dabei setzen wir uns für

die Verwendung von ökologischen Baustoffen und regenerativen Energieträgern (etwa bei der Heizung) ein.

2.3. Einkaufsverhalten

Der Preisdruck auf vielen Lebensmitteln und Produkten geht vielfach einher mit ausbeuterischen Produktions- und Arbeitsbedingungen und umweltschädlichen Produktionsweisen. Unser Einkaufsverhalten kann ein bewusstes Zeichen setzen für faire Preise, sozial und ökologisch verträgliche regionale Produktionsweisen und Wirtschaftskonzepte.

❖ **Regional:** Die regionale Herkunft der Produkte ist uns wichtig, um regionale Läden und Märkte zu unterstützen. Wir sind bereit, Preise zu zahlen, die die Pro-

duktionskosten decken, und schätzen die Werte, die in der Region geschaffen wurden. Durch die Bevorzugung möglichst regionaler (und saisonaler) Produkte vermeiden wir außerdem lange Transportwege und den damit verbundenen Kohlendioxidausstoß.

❖ **Ökologisch:** Bei unseren Einkäufen achten wir auf Umwelt-Siegel und möglichst wenig Verpackungsmüll. Zudem achten wir auf die Langlebigkeit und die Wiederverwertbarkeit der Produkte. Auch bei Lebensmitteln, Getränken etc. entscheiden wir uns für nachhaltig produzierte und vertriebene sowie gesunde Produkte. Bei Veranstaltungen und Tagungshäusern achten wir auf regionales, ökologisches, saisonales Essen. Vegetarische Alternativen, die wir stets anbieten, haben den positiven Effekt, dass fleischlose Speisen mit wesentlich weniger Energieaufwand erzeugt werden können.³

KURZ-INFO

Fairer Handel

Ziel des Fairen Handels ist es, durch gesicherte Absatzmöglichkeiten die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kleinbauern, -bäuerinnen und Produzierenden vor Ort zu verbessern. Der Faire Handel garantiert verbindliche faire Preise, zuverlässige Handelsbeziehungen mit Bauernkooperativen und Produzierendengruppen und umweltgerechten Anbaumethoden. Damit ist der Faire Handel ein Gegenmodell zu ausbeuterischen und ungerechten Welthandelsbeziehungen. Produkte, die aus Fairem Handel stammen, werden häufig mit einem Siegel gekennzeichnet. Das TransFair-Siegel ist zum Beispiel mittlerweile zu einem internationalen verlässlichen Erkennungszeichen geworden.



³ Für ein Kilogramm Schweinefleisch müssen etwa drei Kilogramm Getreide verfüttert werden. Dazu kommen ggf. Umweltschäden durch Regenwaldabholzung für Sojaanbau und Treibhausgasemissionen der Viehhaltung.

KURZ-INFO

Discounter

Discounter wie Aldi, Lidl, Plus und Penny verbuchen gut 40 Prozent des jährlichen Lebensmittelumsatzes in Deutschland. Fragwürdig ist allerdings der Preis für diesen Erfolg.

Discounter haben im Vergleich zu Supermärkten wie Edeka und Rewe ein sehr eingeschränktes Warenangebot. Es wird nur das angeboten, was reißenden Absatz und somit hohe Rendite verspricht.

Da es nur wenige Anbieter im Lebensmitteleinzelhandel gibt, haben diese eine enorme Marktmacht gegenüber dem Zwischenhandel sowie den ProduzentInnen. Die aggressive Preispolitik hat direkte und indirekte Auswirkungen auf die Entwicklung ländlicher Räume – sowohl bei uns als auch in den Ländern des Südens. Auch die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind kritisch zu hinterfragen.



❖ **Fair:** Importprodukte konsumieren wir aus dem Fairen Handel, beispielsweise Schokolade und Tee sowie den öko-fairen KLJB-Kaffee. Wenn die Tagungshäuser, die wir für unsere Veranstaltungen buchen, diese fairen Produkte nicht führen, sorgen wir selbst dafür. Die LamuLamu-Textilien des Landjugendverlags sind ein positives Beispiel einer ökologisch und sozial verträglichen Produktion. Durch den Erwerb von T-Shirts für Kampagnen oder Aktionen unterstützen wir diesen. Wir achten darauf, bei Unternehmen einzukaufen, die faire Arbeits- und Produktionsbedingungen gewährleisten und über ökologische und soziale Siegel verfügen.

Kritischer Konsum ist für uns Ausdruck eines bewussten Lebensstils. Dies erfordert unter anderem, eigene Gewohnheiten und gesellschaftliche Prozesse zu hinterfragen. Wir sind bereit, einen angemessenen Preis zu bezahlen, der die realen Produktionskosten widerspiegelt.

Deshalb vermeiden wir den Einkauf bei Discountern⁴ und setzen uns mit der Marktmacht multinationaler Konzerne und deren geschickten Werbestrategien kritisch auseinander. Wir verzichten auf Produkte, in denen Agro-Gentechnik steckt. Nicht zuletzt achten wir darauf, nicht im Überfluss einzukaufen, sondern nur was notwendig ist.

Einige dieser Punkte setzen viele von uns bereits selbstverständlich um, andere sind schwieriger zu erreichen. Wir versuchen, diese Kriterien in unserem Verbandsalltag weitestgehend umzusetzen und unsere Aktivitäten dahingehend zu überprüfen. Dabei setzen wir auf das Prinzip der kleinen Schritte – gerade auch

im persönlichen Bereich. Darüber hinaus vertreten wir unsere Positionen und Ansprüche in der Öffentlichkeit. Wir machen auf Missstände aufmerksam und setzen uns dafür ein, Veränderungen im Konsumverhalten von Bildungshäusern, kirchlichen und gesellschaftlichen Einrichtungen zu erwirken.

KURZ-INFO

Multinationale Unternehmen

Multinationale Unternehmen sind grenzüberschreitend tätige Konzerne mit einem sehr hohen Grad an Aktivitäten im Ausland. Zu den umsatzstärksten multinationalen Unternehmen weltweit gehören derzeit Nestlé, Procter & Gamble, Unilever, PepsiCo und Coca-Cola.

Multinationale Unternehmen, auch „global players“ genannt, forcieren die Verbreitung ihrer Produkte in der ganzen Welt. So kann es leicht zu Monopolisierung und Vereinheitlichung kommen. Geschickte Werbestrategien, enormes Kapital und viele weitere Wettbewerbsvorteile sorgen dafür, dass multinationale Konzerne kleine und mittelständische regionale Unternehmen leicht verdrängen können.



⁴ Auf der Internationalen Grünen Woche 2007 hat sich die KLJB ausführlich mit der Discounter-Problematik und deren Preisgestaltung auseinandergesetzt. Weitere Informationen unter: www.kljb.org.

KRITISCHER KONSUM ZUM ANBEIßEN

Hintergründe zum regional-öko-fairen KLJB-Brot

Bei einem Blick auf die deutsche Brot-Landschaft wird schnell deutlich: Regionale Besonderheiten der Brote sind vielerorts der industriellen Einheitsproduktion gewichen. Die Zutaten stammen nur in den wenigsten Fällen aus der näheren Umgebung, von ökologisch oder fair gehandelt keine Spur.

Hier setzt das Brot-Konzept der KLJB an. Wir haben mit Unterstützung des ökologischen Erzeugerverbandes Bioland und der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) ein KLJB-Brot entwickelt. Das schmackhafte Weizenmischbrot mit hausgemachtem Sauerteig und Cashewkernen war zum Beispiel schon beim Bundestreffen, bei der IGW oder beim Katholikentag dabei. Das KLJB-Brot ist natürlich nicht irgendein Brot. Es steht für eine nachhaltige Wirtschaftsweise und die Konsum-Grundprinzipien der KLJB: regional, ökologisch und fair! Das Brot wird vor Ort möglichst aus Zutaten gebacken, die im Umland ökologisch produziert wurden. So leisten wir einen Beitrag für die Umwelt und zur Stärkung der regionalen Wertschöpfung. Die Cashewkerne kommen aus dem Fairen Handel und symbolisieren unsere soziale Verantwortung beim Zukauf von Lebensmitteln aus Entwicklungs- und Schwellenländern. Außerdem ist Brot eines der religiösen Symbole schlechthin und passt gut in unser Verständnis von Solidarität und Schöpfungsverantwortung.

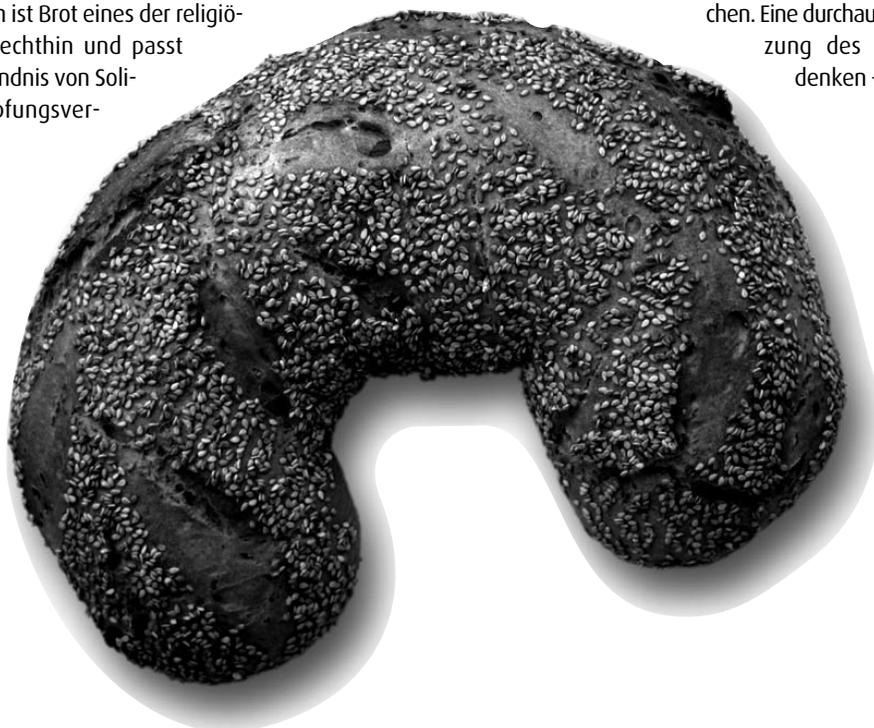


Ernährungssouveränität

Einen Ausweg aus Hunger und Armut sowie einen Beitrag zur Entwicklung ländlicher Räume sieht die KLJB durch ihre aktive Mitarbeit im Dachverband MIJARC schon seit vielen Jahren im Konzept der Ernährungssouveränität. Verkürzt beinhaltet dieser Begriff eine selbstbestimmte Landwirtschaftspolitik für alle Länder, regionale und nachhaltige Lebensmittelproduktion, den Schutz vor Billig-Importen aus dem Ausland sowie faire Preise an die Landwirtschaft. Das Hauptnahrungsmittel Brot ist für das Thema Ernährungssouveränität ein guter Aufhänger.

Die Minibrotaktion der KLJB

An Erntedank backen KLJB-Ortsgruppen aus ganz Deutschland mit Bäckereien vor Ort das KLJB-Brot als Minibrote und verteilen es gegen eine Spende. Über einen Solidaritätsfonds kommt der Erlös der Bildungsprojekten von Landjugendgruppen in ärmeren Ländern der Welt zugute. Anhand der Minibrotaktion kann die KLJB viele weltweite Zusammenhänge wie regionale Wirtschaftskreisläufe und globale Gerechtigkeit verdeutlichen. Eine durchaus gelungene Umsetzung des Leitsatzes „Global denken – lokal handeln“!



LAMULAMU

Ökologische und fair gehandelte Textilien

Mit LamuLamu schafft die KLJB nachhaltige Alternativen im Textilbereich. Seit der KLJB-Bildungskampagne „öko-fair tragen“ (1998) werden in Kooperation mit ostafrikanischen Textilunternehmen ökologische und sozial verträgliche Textilien des Labels „LamuLamu“ hergestellt.

Mit LamuLamu zeigt der Landjugendverlag beispielhaft auf, dass sich die Kriterien des Fairen Handels auch in der industriellen Textilproduktion umsetzen lassen. Die Einhaltung von sozialen Standards ist kein Wettbewerbsnachteil, sondern sichert langfristig Arbeitsplätze und Aufträge.

Vom Anbau der Biobaumwolle bis zur fertigen Konfektion steht LamuLamu für eine ökologisch und sozial voll zertifizierte Produktionskette. Von jedem verkauften T-Shirt fließen zusätzlich 50 Cent in einen Sozialfonds. Dieses Geld wird von den kenianischen Arbeiterinnen und Arbeitern selbst verwaltet und beispielsweise für Kleinkredite zur Schulbildung oder Existenzgründung eingesetzt.

Jugendverbände und andere Organisationen greifen bei Kampagnen auf öko-faire LamuLamu-T-Shirts zurück und setzen somit ein Zeichen für ökologisch und sozial verträgliche Textilproduktion. Die T-Shirts können übers Internet und Telefon direkt bestellt oder in vielen Weltläden gekauft werden.

Für die Einhaltung fairer, sozialer und ökologischer Kriterien in der gesamten Textilindustrie tritt die KLJB unter anderem im Rahmen ihrer Mitgliedschaft in der Kampagne für Saubere Kleidung ein.

www.lamulamu.de
www.landjugendverlag.de
www.saubere-kleidung.de



COCA-COLA-BOYKOTT

Verzicht als Gewinn



Der Wert einer Marke und damit die Macht der Konzerne, so die Meinung von kritischen BeobachterInnen, misst sich längst nicht mehr am gehandelten Produkt, sondern an dessen Image. Die Werbeslogans der großen Marken sind geprägt von Worten wie „Verantwortung“, „Nachhaltigkeit“, „Kompetenz“, „Sicherheit“. Davon, wie die Produktionsbedingungen in der Realität zum Teil aussehen, ist nicht die Rede.

Um ein Zeichen für kritischen Umgang mit den Praktiken von multinationalen Konzernen zu setzen, fasste der Frühjahrsbundesausschuss der KLJB 2007 den Beschluss, auf den Kauf und Verkauf von Produkten der Coca-Cola GmbH vorerst zu verzichten. Dem Beschluss liegen Berichte von Partnerorganisationen aus Indien und Kolumbien zugrunde, die über schwere Verstöße des Konzerns gegen die Gewerkschaft- und Meinungsfreiheit (Kolumbien) Einschränkungen beim Zugang zu Wasser sowie Umweltzerstörungen (Indien) klagen. Seit dem Beschluss ist die KLJB zusammen mit dem Dachverband BDJ im Dialog mit der Coca-Cola GmbH Deutschland. Bei verschiedenen Gelegenheiten appellieren die Jugendverbände an die ethische, soziale und ökologische Verantwortung des Konzerns. Viele Diözesanverbände und Ortsgruppen machen durch Aktionen und Veranstaltungen auf die Problematik aufmerksam und setzen selbst auf fair gehandelte, regionale und ökologische Alternativen. Regionale Vielfalt ist uns wichtig – bei jedem Schluck!

VOR DER EIGENEN HAUSTÜRE ...

Die energieautonome KLJB-Bundestelle

Schon seit vielen Jahren wird in der KLJB über Ressourcenschutz, eine zukunftsfähige Energieversorgung, Klimaschutz, Regionalentwicklung und ähnliche Themen diskutiert. Die KLJB wäre aber nicht die KLJB, wenn dem Reden nicht sogleich auch das Handeln folgen würde.

Angefangen hat es mit einem Umweltcheck – erstmal prüfen, wo es Optimierungspotenziale gibt.

An erster Stelle stand der Wechsel des Stromanbieters – die KLJB bezieht schon seit 2001 Ökostrom. Im nächsten Schritt wurden an der KLJB-Bundestelle alle Glühbirnen durch Energiesparlampen ersetzt, an jedem Arbeitsplatz gibt es einen zentralen Stromschalter, so dass es keinen Stand-by-Betrieb gibt, und beim Einkauf neuer Geräte wird auch auf die Verbrauchswerte und Energieeffizienz geachtet. Einsparen ist gut – selbst Strom produzieren noch besser. Der Bundesverband errichtete deshalb auf dem Garagenflachdach eine Photovoltaikanlage. Die 21 Quadratmeter Solarmodule können bei optimaler Ausrichtung eine Spitzenleistung von bis zu 1,5 Kilowatt erreichen. Da die Anlage teilweise verschattet ist, liegt der durchschnittliche Jahresertrag bei etwa 980 Kilowattstunden, die ins Stromnetz eingespeist werden. Diese Strommenge entspricht immerhin dem durchschnittlichen Halbjahresverbrauch eines Single-Haushaltes. Eine große Schautafel am Gebäude informiert über die Sonnenstromerträge, und an der KLJB Bundesstelle sind immer wieder Gruppen zu Besuch, die sich über die ökologischen Maßnahmen informieren.

Da der Energieverbrauch der Bundesstelle deutlich höher liegt als die eigene Solarstromproduktion, wurden weitere Überlegungen angestellt. Die Heizungsanlage an der KLJB-Bundestelle musste erneuert werden, möglichst durch ökologische Alternativen zum herkömmlichen Heizkessel. Die Lösung: Ein mit Pflanzenöl betriebenes Blockheizkraftwerk (BHKW). Dieses produziert sowohl Wärme für die Heizung als auch Strom. Dieser wird wiederum ins öffentliche Stromnetz eingespeist und durch das Erneuerbare Energien Gesetz (EEG) vergütet. Das BHKW hat eine elektrische Leistung von acht Kilowatt, die Wärmeleistung beträgt etwa 18 Kilowatt. Seit Mitte Dezember 2006 ist es in Betrieb. Als Kraftstoff wird Rapsöl aus der Region eingesetzt – der Verbrauch liegt bei etwa drei Litern pro Stunde, was laut Herstellerangaben einem Wirkungsgrad von 91 Prozent entspricht.

Im ersten Jahr wurden durch das BHKW über 30.000 Kilowattstunden Strom produziert, viel mehr, als an der KLJB-Bundestelle verbraucht wird. Damit ist die KLJB zur Netto-Stromerzeugerin geworden und könnte sich auch direkt selbst mit Energie versorgen – energieautonom eben.





HILFEN FÜR DIE RECHERCHEARBEIT

Internet

www.ecoshopper.de

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

www.ecotopten.de

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

www.verivox.de

Kompass durch den Tarif-Dschungel: Verivox vergleicht kostenlos Tarife für Energie und Telekommunikation und ermöglicht einfache und schnelle Anbieterwechsel. Zum Verbraucherservice gehören außerdem eine kostenfreie Beratung per Telefon und E-Mail sowie zahlreiche Hintergrundinformationen.

www.fairdo.net

Plattform für engagierte Menschen, Gruppen und Organisationen, die sich für Themen wie Umwelt- und Klimaschutz, fairen Handel, politisches oder soziales Engagement und einen bewussten Lebensstil interessieren.

Bücher

Busse, Tanja:

Die Einkaufsrevolution.

Konsumenten entdecken ihre Macht, Blessing: 2006.

Grimm, Fred:

Shopping hilft die Welt verbessern.

Der andere Einkaufsführer, Goldmann Verlag, 2006.

Hickman, Leo:

Fast nackt.

Mein abenteuerlicher Versuch, ethisch korrekt zu leben, Pendo Verlag, 2006.

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/Knauer, 2007.

Grießhammer, Rainer:

Der Klima-Knigge,

Booklett Brodersen & Company, 2007.

Aktuelle Informationen finden sich natürlich immer auch auf unserer Homepage:

www.kljb.org

Menüpunkt „Kritischer Konsum“.

Impressum:

DIALOG – Informationen und Nachrichten zu aktuellen Themen der verbandlichen Diskussion

Herausgeber: Bundesvorstand der Katholische Landjugendbewegung Deutschland e.V. (KLJB) www.kljb.org

Inhalte: Susanne Rauh, Monica Kleiser (verantwort.)

Mitarbeit: Johanna Elsässer, Helke Neuendorff, Franz Pöter

Schlussredaktion: Johanna Elsässer

Korrektur: Ute Ackermann

Fotos: KLJB (5), Pixelio-Brandt (1), Pixelio-Gabi Schoenmann (1), Pixelio-Bernd Sterzl (1), Pixelio-Matthias Ruhbaum (1), istockphoto.com (1), TransFair (1), GEPA (1), BDKJ (1)

Layout: WWS, Aachen, www-web.de

Verlag: Landjugendverlag GmbH,

Drachenfelsstraße 23, 53604 Bad Honnef-Rhöndorf

Tel.: 02224/9465-0, Fax: 02224/9465-44,

E-Mail: info@landjugendverlag.de

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier mit ölfreien, umweltfreundlichen Druckfarben

bei der Druckerei Druckpunkt, Bedburg

Erscheinungsdatum: Juli 2008

Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend