



Projekte, Materialien und AnsprechpartnerInnen zum Themenbereich „Geld – Werte – Lebensstile“

Eine Recherche der
Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung
ANU Bayern e.V.
im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums
für Umwelt und Gesundheit



Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Gesundheit



Nachhaltigkeit lernen



Herausgeber:
Bayerisches Staatsministerium
für Umwelt und Gesundheit

Recherche:
Heidi Tiefenthaler

Redaktion:
Marion Loewenfeld, Mareike Spielhofen,
Heidi Tiefenthaler
Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung,
ANU Bayern e.V.
Welserstr. 23, 81373 München
www.umweltbildung-bayern.de

München, Oktober 2009

Inhaltsangabe

	Seite
Einführung	4
1 Konsum, Lebensstil und Werte	5
Inhalte: Nachhaltiger Konsum, neue (Kinder-)Armut in Deutschland, zukunftsfähiger Wohlstand, nachhaltige Geldanlagen, Klima schützen – Geld sparen	
1.1 Projekte	5
1.2 Kampagnen	18
1.3 Wettbewerbe, Preise	19
1.4 Materialien, Literatur	20
1.5 Links	26
2 Nachhaltiges Wirtschaften	29
Inhalte: Fairer Handel/Eine Welt/gerechte Verteilung; Unternehmensethik/Corporate Citizenship/-Responsibility/-Social Responsibility; Korruption/Subventionen/ Steuergerechtigkeit	
2.1 Projekte	29
2.2 Kampagnen	34
2.3 Wettbewerbe, Preise	37
2.4 Materialien, Literatur	38
2.5 Links	42
3 Regionalwirtschaft	45
Inhalte: Regionales Wirtschaften, Regionalwährungen, Tauschringe/Zeitbanken; solidarisches Wirtschaften, Eigenarbeit/Subsistenzwirtschaft	
3.1 Projekte	45
3.2 Kampagnen	48
3.3 Materialien, Literatur	49
3.4 Links	50
4 Natur als Ressource (Grünes Gold)	53
Inhalte: Der Wert der Biodiversität; gerechter Zugang zu Ressourcen; Patente auf Leben	
4.1 Projekte	53
4.2 Kampagnen	55
4.3 Wettbewerbe, Preise	56
4.4 Materialien, Literatur	56
4.5 Links	59

Einführung

Die Vereinten Nationen haben die Jahre 2005 bis 2014 zur Weltdekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (BNE) ausgerufen. Diese internationale Initiative soll dazu beitragen, die Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung weltweit in den Bildungssystemen zu verankern. Denn Bildung kann und soll Menschen ermuntern und befähigen, mit Engagement und Partizipation eine zukunftsfähige Gesellschaft zu gestalten.

Jedes Jahr der Dekade ist einem speziellen Thema gewidmet. Damit können die Aktivitäten der AkteurInnen besser fokussiert, neue PartnerInnen gewonnen und die Anliegen der BNE besser kommuniziert werden. 2010 steht „Geld“ im Mittelpunkt der Bildungsinitiative und damit ein Themenkomplex, der nicht zu den klassischen Sujets der Umweltbildung gehört. Die vorliegende Sammlung soll die MultiplikatorInnen im Bereich der BNE ermuntern, sich diesen spannenden Themenbereich zu erschließen, neue Netzwerke zu knüpfen und somit auch eine größere Breitenwirkung zu erzielen. Die vorgestellten Projekte, die recherchierten AnsprechpartnerInnen, Kontaktdaten, Infoquellen und Materialien helfen dabei, eigene Projekte zu entwickeln und verschiedene Zielgruppen anzusprechen. Die Recherche erfolgte stichpunktartig und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die genannten Beispiele stehen stellvertretend für viele andere im jeweiligen Themenbereich.

Inhaltlich unterteilt sich die Sammlung in die vier großen Themenbereiche „Konsum, Lebensstil und Werte“, „Nachhaltiges Wirtschaften“, „Regionalwirtschaft“ und „Natur als Ressource“. Da der letzte Punkt eher zu den klassischen „grünen“ und damit besser beschriebenen Umweltbildungsthemen gehört, wurde der Schwerpunkt eher auf die anderen Bereiche gelegt, die viel interessantes Neuland für die BNE bieten. Am Anfang der Kapitel grenzen Stichpunkte den jeweiligen Themenbereich ein; es folgen beispielhafte Projekte, Kampagnen, Wettbewerbe und Preise, Materialien, Literatur und hilfreiche Links – jeweils in alphabetischer Reihenfolge. Wo immer möglich sind Webseiten zur weiteren Information, AnsprechpartnerInnen und Kontaktmöglichkeiten vermerkt. Bei Materialien und Literatur wurden günstige oder kostenlose Alternativen bevorzugt berücksichtigt.

1. Konsum, Lebensstil und Werte

Inhalte:

Nachhaltiger Konsum

Neue (Kinder-)Armut in Deutschland

Zukunftsfähiger Wohlstand

Nachhaltige Geldanlagen

Klima schützen – Geld sparen

1.1 Projekte zu Konsum, Lebensstil und Werten

„Carrotmob“ in München

Die Idee des Carrotmob kommt aus den USA (www.carrotmob.de). Kritische VerbraucherInnen schließen sich zusammen und kaufen zu einem vereinbarten Zeitpunkt alle gemeinsam in einem besonders umweltverträglich arbeitenden Laden ein. Damit wird das Prinzip des Boykotts umgedreht und nachhaltiges Wirtschaften belohnt. Green City plant voraussichtlich am 17. Oktober 2009 den ersten Carrotmob in München. Die NGO spricht kleine Läden an und wählt dann jenen aus, der zusagt, die höchste Prozentzahl des Mehrertrages in den Klimaschutz zu investieren. Hauptsächlich über das Internet (Mailinglisten, Twitter, Facebook) werden die VerbraucherInnen über Ort und Zeit der geplanten Aktion informiert und zum gemeinsamen Einkauf aufgerufen. Die klimafreundlichen Maßnahmen werden dann durch ExpertInnen der Green City Energy GmbH vorgeschlagen und im Laden umgesetzt. Die Aktion soll den nachhaltigen Konsum thematisieren und auf die Verantwortung der VerbraucherInnen aufmerksam machen.

Zielgruppe: Jugendliche und erwachsene KonsumentInnen

Kontakt: Green City e.V., Silvia Gonzalez, Goethestr. 34, D-80336 München, Tel. +49-(0)89-8906680, silvia.gonzalez@greencity.de, www.greencity.de

Cashless-München

Cashless-München ist ein Präventionsprojekt, das der Verschuldung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen vorbeugen will. Ziel ist es Wissen, Fähigkeiten und persönliche Kompetenzen zu vermitteln, die einen verantwortlichen und selbständigen Umgang mit Geld ermöglichen. Dazu gehören Haushaltsplanung, Wissen über Verschuldungsrisiken und ein bewusster Umgang mit Konsum und Werbung. In methodisch jugendgerechter Form werden Themen erarbeitet, die erste Verschuldungsrisiken bergen, wie beispielsweise Handyverträge, das erste eigene Auto oder der Auszug von zuhause. Neben der klassischen Präventionsarbeit realisierte Cashless-München bereits verschiedene Kunstprojekte zu den Themen Geld und Schulden (siehe auch Material). Material, Veranstaltungen und Projektstage werden für (Berufs-)Schulen, berufsvorbereitende Maßnahmen oder Jugendzentren angeboten.

Zielgruppe: Jugendliche, junge Erwachsene

Kontakt: Cashless München, Paul-Heyse-Str. 22, D-80336 München, Tel. +49-(0)89-514106983, info@cashless-muenchen.de, www.cashless-muenchen.de

Einkaufsberater „Produkte aus Nachwachsenden Rohstoffen“

Viele Dinge des täglichen Lebens werden aus Erdöl erzeugt. Ein Teil dieser Produkte kann auch aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt werden. Doch welche Produkte sind schon auf dem Markt und wo kann man sie kaufen? Als Orientierungshilfe dazu erstellt das ÖBZ München in Zusammenarbeit mit BürgerInnen einen Einkaufsberater. Dabei erhält die Gruppe Unterstützung und Beratung durch Fachleute und lernt dabei selbst viele Produkte und Arbeitstechniken kennen. Durch das Projekt soll die Urteils- und Handlungskompetenz sowohl der Mitwirkenden als auch der NutzerInnen des Einkaufsberaters gefördert werden.

Zielgruppe: Erwachsene

Kontakt: Münchner Umwelt-Zentrum e.V. im Ökologischen Bildungszentrum München, Dorothea Bigos, Engelschalkinger Straße 166, D-81927 München, Tel. +49-(0)89-93948972, dorothea.bigos@oebz.de, www.oebz.de

Fit, fair und frisch – Was kommt auf den Tisch?

Das Projekt behandelt die Themen gesunde, regionale Ernährung und Fairer Handel. Ziel ist es, Kinder im Rahmen eines (Schul-)Projektes für die Folgen ihres Einkaufs- und Ernährungsverhaltens zu sensibilisieren. Sie lernen Produktionswege alltäglicher Nahrungsmittel und deren sozialen und ökologischen "Rucksack" kennen und recherchieren rund um Produkte eines gesunden und fairen Frühstücks. Sie lernen, aktiv mit den Medien Computer, Internet und digitaler Kamera umzugehen und gestalten mit Hilfe eines Redaktionssystems eine eigene Website. Sämtliche Materialien, wie Spielanleitungen, Arbeitsaufträge und Hintergrundberichte finden sich zum Herunterladen auf der Website www.praxis-umweltbildung.de.

(Quelle: www.praxis-umweltbildung.de/erna_web.php)

Zielgruppe: Kinder und Jugendliche (10 bis 15 Jahre)

Kontakt: Ökoprojekt – MobilSpiel e. V., Welsenstr. 23, D-81373 München, Tel. +49-(0)89-7696025, oekoprojekt@mobilspiel.de, www.mobilspiel.de/oekoprojekt

Fußball – Faires Spiel in der Einen Welt

Das (Schul-)Projekt zum Thema Freizeit informiert Kinder und Jugendliche über Fußballproduktion, Kinderarbeit und das Leben in anderen Ländern. Ziel ist es, durch die Beschäftigung mit dem eigenen Freizeitverhalten am Beispiel Fußballspielen junge Menschen für eine kritische Auseinandersetzung mit dem Thema Konsum sowie einen nachhaltigen Lebensstil zu sensibilisieren und ihnen Handlungsmöglichkeiten in ihrem eigenen Lebensumfeld aufzuzeigen (z.B. Fairer Handel). Das Projekt ist in Einzelbausteinen dar-

gestellt, alle Methoden und Spielanleitungen sind beschrieben und können unter www.praxis-umweltbildung.de kostenlos heruntergeladen werden. Ausgearbeitete Ablaufpläne bieten Ideen, Anregungen und Anleitungen für einen Projekttag, eine Projektreihe aber auch für Einzelstunden zu den Themen Freizeit und Fußball.

(Quelle: www.praxis-umweltbildung.de/frei_fuss_hintergrund_projektbeschr.php)

Zielgruppe: Kinder, Jugendliche (9 bis 14 Jahre)

Kontakt: Ökoprojekt – MobilSpiel e. V., Welsenstr. 23, D-81373 München, Tel. +49-(0)89-7696025, oekoprojekt@mobilspiel.de, www.mobilspiel.de/oekoprojekt

Gemeinschaftliches Leben und Wohnen im Alter – soziale und ökologische Aspekte

Der Bund Naturschutz in Würzburg führt laufend Veranstaltungen zu alternativen Wohn- und Lebensstilen durch. Interessierten werden in einem etwa einstündigen Vortrag die vielfältigen Möglichkeiten des Lebens und Wohnens im Alter aufgezeigt, zum Beispiel Senioren-Wohngemeinschaften, Mehrgenerationenhäuser und andere Wohnprojekte. Es werden erfolgreiche Gemeinschaftsprojekte vorgestellt und Ursachen für ein mögliches Scheitern aufgezeigt. Soziale Aspekte stehen dabei im Vordergrund. Ökologische Aspekte wie Carsharing, baubiologische Materialien, energiesparende Heizung und Einkaufen regionaler Öko-Produkte werden im gemeinsamen Gespräch erörtert. Die TeilnehmerInnen tauschen sich anschließend in Kleingruppen über eigene Lebenswünsche und Wohnbedürfnisse aus. Das abschließende Plenumsgespräch bietet die Möglichkeit weitere Treffen zu vereinbaren. Auch Besichtigungen von bestehenden Wohnprojekten sind möglich. Oft ergeben sich aus den Impulsveranstaltungen konkrete Wohnprojekte.

Zielgruppe: Erwachsene, Senioren

Kontakt: Bund Naturschutz in Bayern e.V., Kreisgruppe Würzburg, Klaus Isberner, Luitpoldstraße 7a, D-97082 Würzburg, Tel. +49-(0)931-43972, klaus.isberner@nb-wuerzburg.de, www.wuerzburg.bund-naturschutz.de

Handy... und wann klingelt's bei dir?!

Das (Schul-)Projekt regt Jugendliche an, ihren persönlichen Handygebrauch zu reflektieren und kritisch zu hinterfragen. Sie betrachten die gesellschaftliche und individuelle Handynutzung aus verschiedenen Perspektiven und lernen durch das Wissen um seine Risiken einen reflektierten, selbstbestimmten und verantwortungsbewussten Umgang mit dem Mobiltelefon. Konkrete Probleme wie Verschuldung, sozialer Druck und Ausgrenzung sollen in das Bewusstsein rücken und es wird ein Gegenbild zur Werbung entwickelt. Ziel des Projekts ist es, Verantwortung zu übernehmen und das eigene Wissen über das Internet an andere Jugendliche weiterzugeben. Ergebnisse und methodische Praxisanregungen finden sich unter www.handy-trendy.de. Methoden und Anleitungen sind beschrieben und können unter www.praxis-umweltbildung.de kostenlos heruntergeladen werden.

(Quelle: www.praxis-umweltbildung.de/handy_web.php)

Zielgruppe: Kinder, Jugendliche (12 bis 15 Jahre)

Kontakt: Ökoprojekt – MobilSpiel, Welsnerstr. 23, D-81373 München, Tel. +49-(0)89-7696025, oekoprojekt@mobilspiel.de, www.mobilspiel.de/oekoprojekt

Hot Spots - Kunstprojekt

Die besondere Aura stillgelegter Tankstellen hinterfragt unser sinnliches, technisches und soziales Können und Wollen. Dieser Herausforderung – zusammengefasst mit der Frage „Was kommt nach dem Öl?“ – möchten die Künstlerinnen K. Bergdolt (Nürnberg, Deutschland), E. Monoian (Dubai, VAE) und A. Rosenthal (Pittsburgh, USA) nachgehen. In ihrem für das Jahr 2010 projektierten Vorhaben „Hot Spots“ sollen KünstlerInnen der ganzen Welt allein oder in interdisziplinären Teams Ideen und Visionen entwickeln. Ausstellungsorte für die Ergebnisse ihrer Auseinandersetzung werden aufgelassene Tankstellen weltweit sein. So sollen die Symbole einer an ihrem Ende stehenden Technologie zur Quelle und zum Ausgangspunkt für Neues werden – als Hot Spots technologischer und gesellschaftlicher Reformation. Die vor Ort gezeigten Installationen sollen von Ausstellungen in München, Dubai und Pittsburgh begleitet werden. Ein internationales studentisches Grafikdesign- und Posterprojekt zu den Fragen „Was kommt nach dem Öl?“ und „Wie kann die Kunst sich zu diesem Thema auf nachhaltige Weise positionieren?“ ist derzeit in der Jamar-Gallery in Dubai zu sehen und wandert dann weiter nach Pittsburgh und München. Weitere (internationale) Kooperationen aus dem Kunstvermittlungs- und Umweltbildungsbereich sind gefragt. Ein erster Partner ist mit der Jörg-Lederer-Volksschule in Kaufbeuren bereits gewonnen. Im Rahmen von „4job“, einem Projekt der Robert-Bosch Stiftung, werden im Frühjahr 2010 SchülerInnen gestaltend im Gesamtprojekt tätig sein. Anfragen, Bewerbungen oder Kontaktaufnahmen sind erwünscht.

Zielgruppe: Jugendliche, SchülerInnen, Erwachsene

Kontakt: Karin Bergdolt, post@karin-bergdolt.de, Elizabeth Monoian, Ann Rosenthal, Tel. +49-(0)9151-8309524, www.hot-spots.net, http://4job.jlvs.de

Ikarus – Klimawandel und Lebensstile

„Ikarus Vogelheld“ ist ein Theaterstück zum Thema Träume und Visionen, aber auch Verantwortung und Grenzen des menschlichen Handelns. Die Partner, der Landesbund für Vogelschutz (LBV) in Bayern und das Kinder- und Jugendtheater Pfütze, wollen mit diesem Projekt für die Notwendigkeit einer Lebensstiländerung sensibilisieren. Vor dem Hintergrund der Ikarusgeschichte geht es dabei nicht nur um Wissen, sondern auch um Werte und die schwierige Suche nach nachhaltigen Alternativen. Das sinnlich-emotionale Erlebnis der Theateraufführung in der Natur veranlasst das Publikum zur Reflexion über das Gesehene und dessen Botschaft. Die MitarbeiterInnen des Theaters Pfütze haben sich für das Projekt mit den Inhalten und Methoden der Bildung für nachhaltige Entwicklung vertraut gemacht. Im Gegenzug besuchten die UmweltpädagogInnen des LBV das Theater und lernten dessen Möglichkeiten kennen. Die hierbei gemachten Erfahrungen wurden in mehreren Workshops vertieft, in denen auch gemeinsam die Themen und Handlungs-

stränge des Stückes und des Begleitmaterials konzipiert wurden. Die gemeinsame Entwicklung von Materialien und Projekten, die in der Vor- und Nachbereitung des Theaterstückes eingesetzt und durchgeführt werden können, ist geplant.

Zielgruppe: Kinder, Jugendliche, Erwachsene, MultiplikatorInnen

Kontakt: LBV, Klaus Hübner, Eisvogelweg 1, D-91161 Hilpoltstein, Tel. +49-(0)9174-47750, info@lbv.de, www.lbv.de

Jeder seiner Schulden Schmied?

„Jeder seiner Schulden Schmied?“ war ein Projekt von Cashless-München mit Jugendlichen der Freizeitstätte piffTEEN und des Jugendtreffs Harthof. Ziel war es, die Erfahrungen Jugendlicher und junger Erwachsener im Umgang mit Geld kreativ in Fotos zu übersetzen. Der Zugang zu den Jugendlichen erfolgte über die Jugendtreffpunkte Harthof und piffTEEN des KJR München-Stadt. Mittels Interviews, schriftlichen Befragungen und eigens für das Projekt geführten „Tagebüchern“ wurden Erlebnisse, Gefühle und Fakten zum Umgang mit Geld und zur finanziellen Situation gesammelt. Dieses Material bildete die empirische Basis für die Fotomotive. Bei der Konzeption und Realisierung wurde Wert darauf gelegt, den »Geist« der Aussagen möglichst zu erhalten. Die Foto-Szenen und die zugehörigen Kommentare bildeten eine Einheit zum jeweiligen thematischen Hintergrund (Kosten der Mobilität; Liebe und Geld; Werbung; Schulden und Bank; Geld und Familie). Aus den Fotos entstanden eine Ton-Dia-Show (DVD) und eine Wanderausstellung, die bei Cashless-München angefordert werden können. Infolyer zur Ausstellung unter www.cashless-muenchen.de/index.php?id=128.

(Quelle: www.cashless-muenchen.de/index.php?id=130)

Zielgruppe: Jugendliche, junge Erwachsene (15 bis 24 Jahre)

Kontakt: Cashless München, Paul-Heyse-Str. 22, D-80336 München, Tel. +49-(0)89-514106983, info@cashless-muenchen.de, www.cashless-muenchen.de

Klischee ade! So lebst du und wie lebe ich? Adiós clichés! Así vives tú y cómo vivo yo?

In einem Wettbewerb setzten sich Berliner SchülerInnen kreativ mit den politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und familiären Unterschieden zwischen der eigenen und der Welt eines Partnerschülers aus Zentralamerika auseinander. Inhaltlich standen soziale und wirtschaftliche Aspekte – besonders das Konsum- und Einkaufsverhalten – im Vordergrund. Die SchülerInnen arbeiteten selbständig an Projekten zum Thema „Ein Tag im Leben eines Partnerschülers“. Sie konnten eigene Präsentationsformen (Drehbücher, Theaterstücke, Comics) wählen und bekamen Hilfestellung bei der Informationssuche und dem Kontaktieren von Theater- und MedienpädagogInnen. Das jeweils beste Werk jeder Schule wurde umgesetzt und zur Belohnung Nord-Süd-Begegnungen zwischen den SchülerInnen organisiert. (Dekade-Projekt 2008/2009)

(Quelle: www.kate-berlin.de/klischee-ade-de.html und www.bne-portal.de, Dekade-Projekte)

Zielgruppe: Kinder und Jugendliche

Kontakt: Kontaktstelle für Umwelt und Entwicklung (Kate) e.V., Ute Falkner, Greifswalderstr. 4, D-10405 Berlin, Tel. +49-(0)30-44053110, falkner@kateberlin.de, www.kateberlin.de

KonsumGlobal – die Stadtführung zum Thema nachhaltiger Konsum und Globalisierung

Mit dieser Stadtführung bekommen Jugendliche, mittlerweile in 15 deutschen Städten, einen Einblick in die Auswirkungen ihres Konsumverhaltens. Die Weltreise einer Jeans ist dabei ebenso Thema wie der Anbau von gentechnisch verändertem Soja für unsere Fleischproduktion. All dies geschieht mit interaktiven Methoden direkt in der Innenstadt vor den jeweiligen Geschäften. Durchgeführt werden die Führungen von Jugendlichen, die sich ehrenamtlich engagieren. Teil des Projektes ist die Vernetzung der Aktiven untereinander mittels Internetplattform und bundesweiter Treffen. (Dekade-Projekt 2007/2008, 2009/2010). In Bayern finden Führungen in München, Kempten und Nürnberg statt; Planungen gibt es für Passau, Würzburg und Landshut. Ein auf Niedersachsen begrenztes Teilprojekt läuft unter dem Namen „Konsumensch“.

(Quelle: www.konsum-global.de und www.bne-portal.de, Dekade-Projekte)

Zielgruppe: Jugendliche

Kontakt: JANUN e.V., Jochen Dallmer, Goebenstr. 3a, D-30161 Hannover, Tel. +49-(0)511-3940415, info@janun.de, www.janun.de, www.konsum-global.de, www.konsumensch.net. Für Bayern: www.jbn.de/konsumglobal.html

Leben gestalten lernen – Werte

Immer wenn Menschen handeln, stellt sich die Frage nach gut, richtig, falsch etc. Welches sind die Maßstäbe, anhand derer wir unser Verhalten oder das der anderen beurteilen wollen? Wie gehen wir mit erworbenen Kompetenzen um? In diesem Projekt hat der Landesbund für Vogelschutz Bayern gemeinsam mit ErzieherInnen und PädagogInnen der Bildung für nachhaltige Entwicklung sieben Werte identifiziert, die im Elementarbereich wichtig erscheinen und die mit Inhalten und Methoden der Bildung für nachhaltige Entwicklung gefördert werden können. Werten wie Lebensfreude, Mut, Lernbereitschaft und Offenheit, Verantwortungsbewusstsein oder Vertrauen wurden Themen der Bildung für nachhaltige Entwicklung zugeordnet wie Energie, Ernährung, Spielzeug etc. Daraus entsteht eine Materialsammlung, die es Eltern, ErzieherInnen oder anderen PädagogInnen ermöglicht, gezielt das Thema Werte in die tägliche Erziehungsarbeit zu integrieren.

Zielgruppe: Kinder (3 bis 6 Jahre), Eltern, ErzieherInnen, PädagogInnen

Kontakt: LBV, Klaus Hübner, Eisvogelweg 1, D-91161 Hilpoltstein, Tel. +49-(0)9174-4775-40, k-huebner@lbv.de

Marken, Mode und Moneten

Das (Schul-)Projekt „Marken, Mode und Moneten“ behandelt die Themen Konsum, Werbung, Lebensstile und Kinderarbeit. Ziel ist es, Kinder und Jugendliche für die Folgen ihres Konsumverhaltens zu sensibilisieren und sie anzuregen, hinter die Kulissen der Bekleidungs- und Modeindustrie zu schauen. Sie werden in ihrem Selbstbewusstsein gestärkt und ermuntert, ihren eigenen Stil zu entwickeln, ohne sich von anderen beeinflussen zu lassen. Sie erwerben Kompetenzen für ein nachhaltiges Konsumverhalten und entwickeln Solidarität mit Kindern in armen Ländern. Sämtliche Materialien, wie Spielanleitungen, Arbeitsaufträge und Hintergrundberichte können kostenlos unter www.praxisumweltbildung.de heruntergeladen werden.

Zielgruppe: Kinder und Jugendliche (9 bis 14 Jahre)

Kontakt: Ökoprojekt – MobilSpiel e. V., Welsnerstr. 23, D-81373 München, Tel. +49-(0)89-7696025, oekoprojekt@mobilspiel.de, www.mobilspiel.de/oekoprojekt

MoKi – Money & Kids Förderung der Finanzkompetenz für Kinder in der Nachmittagsbetreuung der Offenen Ganztagschulen

Das Projekt wurde von ExpertInnen aus den Bereichen SchuldnerInnen- und VerbraucherInnenberatung, Wohlfahrt, Wissenschaft, Bildung, Bank und Verwaltung entwickelt. Es richtet sich an das Nachmittagsangebot von Ganztagsgrundschulen. Ziel ist, Kindern mit verschiedenen Methoden spielerisch den verantwortungsvollen Umgang mit Geld zu vermitteln. Sie sollen befähigt werden, sich selbständig mit Geld- und Finanzfragen auseinanderzusetzen. Dazu gehört, dass sie lernen, ihre eigenen Wünsche und Bedürfnisse zu reflektieren und Konsumwünsche zu hinterfragen. Als Material steht ein Ordner mit konkreten Arbeitsanleitungen in fünf Modulen sowie ein Paket mit Spielen, Filmen und Hilfsmitteln zur Verfügung. Jedes Modul spricht die kognitiven, analytischen, kreativen und motorischen Fähigkeiten der Kinder an. (Dekade-Projekt 2007/2008)
(Quelle: www.bne-portal.de, Dekade-Projekte)

Zielgruppe: Kinder (6 bis 10 Jahre)

Kontakt: Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen, Nicole Goedecke, Schwannstr. 3, D-40476 Düsseldorf, Tel. +49-(0)211-4566666, infoservice@munlv.nrw.de, www.munlv.nrw.de

Nachhaltigkeitsmarketing im LOHAS-Trend. Was kann die Umweltbildung zur Ausbreitung des nachhaltigen Konsums beitragen?

Das Projekt hat zum Ziel, Umweltbildungseinrichtungen zu qualifizieren, damit diese neue Zielgruppen (LOHAS) gezielter ansprechen können. Der nachhaltige Konsum soll mit Hilfe dieses Projektes zum Massenphänomen werden. Dazu teilt sich das Projekt in drei Phasen: 1. Erhebungsphase, in der Marktforschung betrieben wurde, um die Zielgruppe zu erfassen. 2. Praxisphase, in der die Erkenntnisse in konkrete Maßnahmen umgesetzt werden. 3. Transferphase, in der die Praxiserfahrungen übertragen werden sollen. Ent-

standen sind bisher eine Broschüre über LOHAS und eine Kurzfassung der Marktforschung als Publikation. (Dekade-Projekt 2009/2010)
(Quelle: www.bne-portal.de, Dekade-Projekte)

Zielgruppe: MultiplikatorInnen

Kontakt: stratum GmbH, Richard Häusler, Boxhagener Straße 16, Alte Pianofabrik, D-10245 Berlin, Tel. +49-(0)30-22325270, r.haeusler@stratum-consult.de, www.stratum-consult.de

Plakatwandaktion zum Thema „Lifestyle - Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit“

Ziel der Plakatwandaktion war es, Jugendliche mit einer attraktiven Aktion über die Agenda 21 zu informieren. Das Projekt des Naturerlebnis zentrums Burg Schwaneck erstreckte sich über den gesamten Landkreis München. Acht Jugendgruppen setzten sich anhand des Buches „So lebt der Mensch“ mit Lebensweisen und -bedingungen in verschiedenen Ländern auseinander. Die Fragen, was ein nachhaltiger oder ein verschwenderischer Lebensstil ist und was Gerechtigkeit für alle bedeutet, standen dabei im Mittelpunkt. Anschließend sollten sich die Jugendlichen ihrer „Bilder“ von einem zukunftsfähigen Lebensstil bewusst werden. Von vier KünstlerInnen unterstützt, lernten und erprobten sie verschiedene Gestaltungstechniken. In einer koordinierten, öffentlichkeitswirksamen Aktion gestalteten die Gruppen schließlich eigene Plakatwände in ihren jeweiligen Heimatgemeinden. Den Standort bestimmten die Gruppen selbst; die Wände blieben 14 Tage stehen. Das Projekt löste einen Schneeballeffekt aus, weil die Gruppen ihren Freunden und Bekannten von der Aktion erzählten und ihnen die selbst gestalteten Wände zeigten. Das Agieren im öffentlichen Raum intensivierte diesen Effekt zusätzlich. Die Jugendlichen erreichten mit ihrer Botschaft die jeweiligen Gemeinden, informierten die Presse und waren stolz auf ihr „Produkt“.

(Quelle: www.naturerlebniszentrum.org/fileadmin/file_archive/Plakatwandaktion.pdf)

Zielgruppe: Jugendliche

Kontakt: Naturerlebniszentrum NEZ, Burgweg 10, Burg Schwaneck, D-82049 Pullach, Tel. +49-(0)89-74414029, www.naturerlebniszentrum.org

Projekt Stadtkaffee Berlin

Ziel des Projektes ist es, BerlinerInnen und Berlin-Begeisterte für einen reflektierten Konsum zu sensibilisieren. Exemplarisch wurde das Thema „Kaffee“ als zweitwichtigster gehandelte Rohstoff (nach Erdöl) herangezogen. Dafür wurden MultiplikatorInnen (SchülerInnen, FachschülerInnen von Gastronomiefachschulen, Studierende, WeltladenmitarbeiterInnen) geschult. Sie sollen in ihrem Berufsalltag die Grundidee des Fairen Handelns und des nachhaltigen Konsums anhand des Themas Kaffee umsetzen und weiterverbreiten. Bildungsseminare, Vorträge und Workshops zum Rohstoff Kaffee, zu den unfairen Welthandelsbedingungen sowie zu alternativen Konsummöglichkeiten für die Öffentlichkeit ergänzen das Programm. (Dekade-Projekt 2008/2009)

(Quelle: www.bne-portal.de, Dekade-Projekte)

Zielgruppe: Erwachsene, MultiplikatorInnen

Kontakt: Projekt Stadtkaffee Berlin, Susanne Hacker, Christburger Str. 38, D-10405 Berlin, Tel. +49-(0)30-44042066, kaffee@baobab-infoladen.de, www.berlinerbohne.de

Schnittstelle Haushalt – ein Beitrag zur Wertediskussion und Armutsprävention

Die derzeitige gesellschaftliche Entwicklung ist durch ein Auseinanderdriften der Einkommensentwicklung mit wachsendem Armutsrisiko gekennzeichnet. Oft fehlen in sogenannten „Armutshaushalten“ die grundlegenden Kenntnisse der Haushaltsführung (Wo kaufe ich was? Wie bereite ich eine Kindermahlzeit zu?). Gleichzeitig sind private Haushalte aber die primäre Sozialisationsinstanz für die nachwachsende Generation und deshalb besonders wichtig für eine nachhaltige Entwicklung. Sie sind Orte der Alltagskultur und kompetentes Haushalten schafft hier Lebensqualität und Wohlergehen. Die Studierenden der Fachakademie für Hauswirtschaft stellten im Projekt „Schnittstelle Haushalt“ ärmeren Menschen oder Familien ihre Fachkompetenz zu Verfügung und arbeiteten mit anderen Akteuren des Nürnberger „Netzes gegen Armut“ zusammen. Sie gingen dabei unmittelbar auf die Betroffenen zu, suchten diese also in ihrer Lebenswelt auf. Diese bewusst gewählte Niederschwelligkeit (Setting-Ansatz), kommt Menschen in schwierigen Lebenslagen entgegen, denn sie nehmen herkömmliche Beratungsangebote mit sogenannter „Kommstruktur“ aus Unsicherheit meist nicht in Anspruch. Die Studierenden setzten im Projekt auf direkte Partizipation: Je unmittelbarer das Lernangebot an den praktischen Alltag anknüpft (z.B. gemeinsames Einkaufen oder Kochen) und je mehr die Menschen das zu Erlernende in ihrem Alltag selbst entwickeln und ausprobieren können, desto erfolgreicher wird es integriert. Es erfolgt eine Befähigung und Qualifizierung sowohl der Studierenden (Bewusstsein für gesellschaftliche Verantwortung) als auch der Teilnehmenden (Alltagskompetenzen).

Zielgruppe: SchülerInnen (berufl. Schulen), Menschen in sozialen Notlagen

Kontakt: Fachakademie für Hauswirtschaft, Carmen Hübner, Pilotystrasse 4, D-90408 Nürnberg, Tel. +49-(0)911-5398544, carmenhuebner@t-online.de

Selbermachen statt machen lassen

Das Kempodium ist ein innovatives Bürgerzentrum mit vielfältigen Angeboten. Es handelt sich um eine Modelleinrichtung, in der Menschen Aspekte eines nachhaltigen Lebensstils durch eigenes Tun erfahren und erproben können. In Laienprojekten, Kursen, Schulprojekten, auf Märkten, kulturellen Veranstaltungen und durch individuelle Engagementmöglichkeiten kann man sich nach dem Motto „Selbermachen statt machen lassen“ handwerklich, sozial und kulturell betätigen. (Dekade-Projekt 2005/2006)

(Quelle: www.bne-portal.de, Dekade-Projekte)

Zielgruppe: SchülerInnen, Erwachsene, MultiplikatorInnen

Kontakt: Kempodium, Allgäuer Zentrum für Eigenversorgung, Tom Otto, Untere Eicher Str. 3, D-87435 Kempten, Tel. +49-(0)831-5402130, info@kempodium.de, www.kempodium.de

„Straßenkinder“

„Straßenkinder“ ist ein Agenda-21-Projekt des Naturerlebniszentrum Burg Schwaneck. Ziel ist es, Empathie für arme Menschen aufzubauen, die eigene wirtschaftliche Situation schätzen zu lernen und einen kleinen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen von Straßenkindern zu leisten. Verschiedene Methoden ermöglichen den TeilnehmerInnen, sich auf das Thema einzulassen. In einer Gruppe von zehn bis 15 TeilnehmerInnen wird in drei Bausteinen das Thema Straßenkinder erarbeitet. Es beginnt mit der Frage „Was brauchen wir im Leben wirklich?“ Auf verschiedenen Karten stehen Begriffe wie Kino, saubere Luft, Mitbestimmung oder das Recht nicht geschlagen zu werden. Die Gruppe soll nun durch Diskussion und Argumentation einen Konsens darüber finden, welche Begriffe für ein lebenswertes Leben unabdingbar sind. Anschließend informieren sich die TeilnehmerInnen mithilfe von Texten und Bildern über den Alltag von Straßenkindern auf der ganzen Welt. Die durch die Berichte ausgelösten Gefühle werden im Gespräch reflektiert. Dann überlegt die Gruppe, welche Karten des Prioritätenspiels wohl ein Straßenkind für unverzichtbar gehalten hätte. In der Citybound-Aktion (Erlebnispädagogik in der Stadt), sollen die TeilnehmerInnen nun selbst aktiv werden. In einer zweistündigen Aktion versuchen sie wie ein Straßenkind durch Schuhe putzen und andere (ausschließlich legale) Leistungen Geld zu beschaffen. Vom Einfallsreichtum der „Straßenkinder“ hängt es ab, wie viel Geld für eine Spende an ein echtes Straßenkinderprojekt zusammenkommt. Nebenbei halten sie noch nach geeigneten Schlafplätzen Ausschau. Die TeilnehmerInnen sehen so ihre Gemeinde und die MitbürgerInnen mit ganz anderen Augen. Nach der Cityboundaktion werden die Erfahrungen ausgetauscht. Die Spende an ein Straßenkinderprojekt wird gemeinsam organisiert.

(Quelle: www.naturerlebniszentrum.org/fileadmin/file_archive/strassenkinder.pdf)

Zielgruppe: Kinder, Jugendliche (7. bis 9. Klasse)

Kontakt: Naturerlebniszentrum NEZ, Burgweg 10, Burg Schwaneck, D-82049 Pullach, Tel. +49-(0)89-74414029, a.schlehufer@kjr-muenchen-land.de, www.naturerlebniszentrum.org

Süßes Leben - überquellende Kinderzimmer - Konsumbewusste Erziehung der Kinder

Mit dem Projekt sollen Münchner Eltern und ErzieherInnen ihr Konsumverhalten und dessen Folgen reflektieren und in einer konsumbewussten Erziehung unterstützt werden. Langfristiges Ziel ist es, dass Eltern wie auch ErzieherInnen in Kitas bewusster einkaufen und dadurch ein sorgsamerer Umgang mit Ressourcen stattfindet. Auf den kostenlos angebotenen Elternabenden erstellen die ReferentInnen mit den Eltern Konsumbiografien bezogen auf den Kinderalltag. Dabei wird vermittelt, wie Kindergeburtstage oder Weihnachten und andere Feste heutzutage als Konsumveranstaltungen gefeiert werden. In

Gruppenarbeit werden Alternativen zum materiellen Konsum erarbeitet. Der Austausch ermöglicht eine bewusste Einschätzung des erzieherischen Handelns und die Eltern finden wieder Zugang zu ihren eigentlichen Werten. (Dekade-Projekt 2008/2009)
(Quelle: www.bne-portal.de, Dekade-Projekte, www.caritas-muenchen-innenstadt.de/Page022991.htm)

Zielgruppe: Eltern, ErzieherInnen

Kontakt: Caritas-Zentrum Innenstadt, Helga Gabler, Landwehrstr. 26, D-80336 München, Tel. +49-(0)89-23114930, Helga.Gabler@caritasmuenchen.de, www.caritas-muenchen-innenstadt.de/Page022991.htm

Wand€lwerte

Das Projekt Wand€lwerte in Hannover setzt sich mit Wertewandel und nachhaltigem Lebensstil auseinander, indem Restwertstoffe in neue Produkte verwandelt werden. Ziel ist es, einen langfristigen Prozess in Gang zu setzen, der die Werte der Gemeinschaft, der Umwelt, des Teilens und des sparsamen Verbrauchs von Ressourcen in den Vordergrund stellt. Ein Prozess, der eben nicht zeigt, was nicht getan werden soll, sondern zeigt, wie es anders gehen kann. Workshops bieten die Möglichkeit, die eigene Kreativität zu entwickeln, Kosten zu sparen und dadurch auch ärmere Bevölkerungsschichten einzubinden und gemeinsam mit einfachen Mitteln Lösungsstrategien für das eigene Leben zu entwickeln. Im Laufe der Jahre hat sich ein Netzwerk gebildet, das immer mehr Verbände, Vereine, Kirchen, Berufsbekleidungshersteller, Designer, Schulen usw. mit einbezieht. Die Ausstellung „Wandelwerke“ dokumentiert die Entwicklung des Projektes. (Dekade-Projekt 2006/2007)
(Quelle: www.wandelwerte.de/produkte.htm)

Zielgruppe: Kinder, Jugendliche, Erwachsene

Kontakt: mensch und region, Birgit Böhm, Tel. +49-(0)511-4444 54, info@mensch-und-region.de, Silvia.Hesse@Hannover-Stadt.de, www.mensch-und-region.de, www.wandelwerte.de

„Was geht ab?“ Ein nachhaltiger Freizeitführer von jungen Leuten – für junge Leute

Jugendliche integrieren in ihr Freizeit- und Konsumverhalten nur selten Gesichtspunkte einer nachhaltigen Entwicklung. Bestrebungen, dies zu ändern, laufen häufig aufgrund ihres schulischen oder familiären Kontextes oder der angewandten Methoden ins Leere. Dies gilt insbesondere für Jugendliche aus sozial schwachen Milieus. Im Projekt „Was geht ab?“ testen Jugendliche aus überwiegend bildungsfernen Milieus altersgemäße Freizeitangebote der Region, die sie selbst ausgewählt haben. Anschließend bewerten sie die Angebote anhand eines selbst entwickelten Fragebogens auf ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung. So lernen sie, sich mit ihrem eigenen Konsumverhalten auseinanderzusetzen und über mögliche globale Zusammenhänge nachzudenken. Im Rahmen offener Angebote werden verschiedene Themenfelder der Bildung für nachhaltige Ent-

wicklung (z.B. ökologische Landwirtschaft, fairer Handel etc.) erarbeitet. Anschließend werden die Ergebnisse in einen professionellen Jugend-Freizeitführer zusammengefasst und veröffentlicht.

(Quelle: <http://muhramsee.lbv.de/bne-projekte.html>)

Zielgruppe: Jugendliche aus sozial schwachen Milieus

Kontakt: LBV-Umweltstation Altmühlsee, Dagmar Blacha, Schlosstr. 2, 91735 Muhr am See, Tel. +49-(0)9831-4820, d-blacha@lbv.de, <http://altmuehlsee.lbv.de>

Weil wir es wert sind!

Nachhaltige Entwicklung muss auch Jugendliche aus benachteiligten Milieus erreichen, denn zu dieser Gruppe gehören fast 37 Prozent aller Jugendlichen. Das Projekt von OroVerde „Weil wir es wert sind!“ will sie für Nachhaltigkeit, Klimaschutz und den Regenwald begeistern und gleichzeitig ihr Selbstwertgefühl und ihre Gestaltungskompetenzen fördern. Deshalb sucht die Tropenwaldstiftung Schulklassen (vorerst im Raum Bonn/Köln), die – zusammen mit PraxisexpertInnen – Agenturen oder Schülerfirmen gründen und Kampagnen zum Thema Regenwald entwickeln. Sie können dabei unter mehr als zehn verschiedenen Kampagnenmodellen wählen oder auch eigene Ideen einbringen. Warum nicht mal mit einer Graffiti-, einer Hip-Hop- oder Filmkampagne, durch ein Sportevent oder eine Kunstausstellung die Menschen aufrütteln und für den Regenwald begeistern? Jede Kampagne endet mit einem eigenständig organisierten Abschlussevent. Hier erfahren die Jugendlichen öffentliche Anerkennung und Respekt für ihr Engagement und erleben sich als wertvoll. OroVerde entwickelt gemeinsam mit den interessierten PädagogInnen das Programm, unterstützt bei der Projektbetreuung und übernimmt die Materialkosten. Außerdem wird das Projekt dokumentiert. Das Ziel: die Entwicklung von Unterrichtsmaterialien, die ein Nachahmen der Projekte in möglichst vielen Hauptschulen ermöglichen. Projektstart ist im Februar 2010. Weitere Informationen und Bewerbung unter www.oroverde.de/lehrer/weil-wir-es-wert-sind.html

(Quelle: www.oroverde.de/lehrer/weil-wir-es-wert-sind.html)

Zielgruppe: Jugendliche aus sozial schwachen Milieus (12 bis 17 Jahre)

Kontakt: OroVerde, Kaiserstraße 185-197, D-53113 Bonn, Tel. +49-(0)228-242900, info@oroverde.de, www.oroverde.de

Werde Energiespar-Fuchs! Kinder aus einkommensschwachen Haushalten sparen Energie

Das Augsburger Pilotprojekt für Kinder zeigt auf, wie Familien mit wenig Einkommen das Klima schützen und zugleich finanziell profitieren können. Es ergänzt das Energiesparprojekt des Katholischen Verbandes für Soziale Dienste, das sich an einkommensschwache Erwachsene wendet. Über die kommunale Jugendarbeit und das Amt für Jugend und Familie werden Kinder aus ärmeren Haushalten für die Ausbildung zum Energiesparfuchs gewonnen. Sie erhalten ein Messgeräte, ein Sachbuch und ein Energiespartagebuch und erfahren alles, was sie über Stromfresser und Co. wissen müssen. Ein Energiesparberater

oder eine –beraterin zeigt ihnen schließlich im eigenen zuhause, wo sie Energie und Wasser sparen können. Zu den zentralen Bausteinen des Projektes zählen ein experimentierendes Lernfeld mit verschiedenen Methodenangeboten und verbindliche Absprachen mit freiwilliger Selbstkontrolle. Ein Theaternachmittag zum Thema und ein Besuch des Trinkwasserweges der Stadtwerke Augsburg begleiten die Ausbildung. Außerdem verbringen die Sparfuchse drei Tage in der Ressourcenerlebniswelt der Umweltstation Legau.

Zielgruppe: Kinder (8 bis 12 Jahre)

Kontakt: Umweltstation Augsburg und NANU! e.V., Sabine Schwarzmann, Dr.-Ziegenspeck-Weg 10, D-86161 Augsburg, Tel. +49-(0)821-3246074, info@us-augsburg.de, www.nanu-augsburg.de, www.us-augsburg.de

Wildniscamp am Falkenstein, Themen- und Länderhütten

Das Wildniscamp ist eine dauerhafte Bildungseinrichtung der Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald. Die sogenannten Länderhütten dienen als Unterkunft und als internationale Begegnungsstätte. Sie sind den traditionellen, einfachen Behausungen von Menschen in verschiedenen Schutzgebieten der Erde nachempfunden und bieten so Anknüpfungspunkte für die Bildungsarbeit mit den Gruppen. Vor allem SchülerInnen der Jahrgangsstufen sieben bis 13 reflektieren durch die Auseinandersetzung mit dem Fremden den eigenen Lebensstil und kulturelle Leitbilder. Das pädagogische Konzept des Wildniscamps setzt auf selbst gesteuertes Lernen in der Gemeinschaft. (Dekade-Projekt 2008/2009)

(Quelle: www.bne-portal.de, Dekade-Projekte, www.nationalpark-bayerischer-wald.de/detail/umweltbildung/einrichtungen/wcf/laenderhuetten.htm)

Zielgruppe: Jugendliche (7. bis 12. Klasse)

Kontakt: Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald, Lukas Laux, Freyunger Str. 2, D-94481 Grafenau, Tel. +49-(0)8552-9600 134, poststelle@fonpv-bay.bayern.de, www.nationalpark-bayerischer-wald.de

www.yomag.net

Youth dialogue on consumption lifestyle and sustainability

Yomag ist das europäische Mitmach-Internetmagazin des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen von und für junge Leute. Es soll Jugendliche anregen, sich kreativ und im Austausch mit Gleichaltrigen mit Lebensstilen, Globalisierung, nachhaltiger Entwicklung, aber auch dem Musik-Markt, dem Internet oder dem Einfluss von Medien und Werbung auseinanderzusetzen. Neben Texten können auch Bilder oder Videos veröffentlicht werden. Wenn nötig, bekommen die SchülerInnen Hilfestellung von Profis. Für LehrerInnen ist Yomag ein vielseitiges Werkzeug im Unterricht. Die Aussicht auf eine Veröffentlichung im Internet und ein Feedback von Jugendlichen aus anderen europäischen Ländern steigert die Motivation der SchülerInnen, eigene Texte zu verfassen und sich mit Themen intensiv auseinander zu setzen. Schulklassen oder Freizeitgruppen, die Interesse haben

über das Internet zu kommunizieren, können sich bei Yomag als Jung-Journalisten bewerben. Derzeit sind 25 Schulen an Yomag beteiligt. (Dekade-Projekt 2005/2006)

(Quelle:

www.verbraucherbildung.de/projekt01/d/www.verbraucherbildung.de/schlaglichter/archiv/yomag.html, www.bne-portal.de, Dekade-Projekt)

Zielgruppe: Jugendliche

Kontakt: Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv), Elke Salzmann, Markgrafenstr. 66, D-10969 Berlin, Tel. +49-(0)30-258000, salzmann@vzbv.de, www.vzbv.de, www.yomag.net

Zukunft verkaufen

Im Rahmen des Kunstunterrichts entwickelten Schülerinnen der Marienschule in Münster ein halbes Jahr lang gemeinsam mit dem Designer Krystian Lembke Konzepte und Werbemittel zum Thema nachhaltige Entwicklung. Ziel war es, sich kreativ mit dem Thema auseinanderzusetzen – die gute Idee sollte attraktiv verkauft werden. Aus den Werken der Schülerinnen – insgesamt 60 Plakate und eine Schulfibel – ist ein transportables Kunstwerk geworden. Die Plakatausstellung kann bei der Arbeitsstelle Weltbilder ausgeliehen werden.

(Quelle: www.zukunftspfad-nrw.de/8PR-Zukunft.htm)

Zielgruppe: Jugendliche

Kontakt: Arbeitsstelle Weltbilder, Fachstelle für Interkulturelle Pädagogik und Globales Lernen, Althausweg 156, D-48159 Münster, Tel. +49-(0)251-72009, info@arbeitsstelle-weltbilder.de, www.arbeitsstelle-weltbilder.de, www.zukunftspfad-nrw.de

1.2 Kampagnen zu Konsum, Lebensstil und Werten

Alternativer Weltspartag

Anstatt ausschließlich auf Rendite und Risiko zu achten, wollen immer mehr InvestorInnen ihr Geld verantwortlich anlegen. Ein Bündnis rund um das Nord Süd Forum München veranstaltet jährlich in der letzten Oktoberwoche einen Informationsabend zu nachhaltigen Geldanlagen. Fachleute stellen dort ihre Angebote zu Konten, Sparverträgen, längerfristigen Investments und Versicherungen vor. Nach allgemeinen Informationen gibt es Gelegenheit für Einzelgespräche mit den AnbieterInnen. Damit sollen die Münchner BürgerInnen angeregt und befähigt werden, mit ihrem Geld verantwortungs- und sinnvoll umzugehen.

Zielgruppe: Erwachsene

Kontakt: Nord Süd Forum München, Schwanthalerstr. 80, D-80336 München, Tel. +49-(0)89-85637523, info@nordsuedforum.de, www.nordsuedforum.de

Klima-Wald-Aktie

„Werden Sie Klima-Wald-Aktionär!“ – so wirbt seit 2008 das Landshuter Umweltzentrum für seinen Klimawald. Er entsteht auf einer früher landwirtschaftlich genutzten Fläche in Siebensee. Mit dem Erwerb einer „Klima-Wald-Aktie“ finanzieren die BürgerInnen eine Baumpflanzung und helfen so mit, den Anteil des Klimagases CO₂ in der Atmosphäre nachhaltig zu verringern. Für zehn Euro erhalten die Aktionäre so eine tägliche „Aus-schüttung“ in Form von Sauerstoff und mehr als 100 Jahre „wachsenden Gewinn“ für künftige Generationen. Mindestens einmal jährlich findet ein Aktionstag statt, an dem jeder Klimaschutzipate seinen Baum auch selbst pflanzen kann.

(Quelle: www.la-umwelt.de/umwelt/?Klima-Wald)

Kontakt: Landshuter Umweltzentrum e.V., Jodoksgasse 589, D-84028 Landshut,
Tel. +49-(0)871-9745555, info@la-umwelt.de, www.la-umwelt.de

Kreativwerkstatt Nachhaltiger Konsum. Lebensstile – Geschäftsmodelle – Gemeinschaft und Produkte 2050

Zu einer „Kreativwerkstatt Nachhaltiger Konsum“ hat der Rat für Nachhaltige Entwicklung im Oktober 2009 eingeladen. Neues Denken, kreative Ideen und zukunftsweisende Geschäftsmodelle für die Stärkung des nachhaltigen Konsums zu entwickeln war das Ziel der Veranstaltung. Im Fokus standen die Themenbereiche „Lebensmittelversorgung“, „Freizeit und Mobilität“ sowie „Wohnen der Zukunft“. Es sollten zukunftsfähige Szenarien für Lebensstile, neue Geschäftsmodelle, gesellschaftliche Innovationen und Produkte der Zukunft entwickelt werden. Die Kreativwerkstatt lud Interessierte und ExpertInnen aus verschiedenen Branchen, Tätigkeitsbereichen und Disziplinen ein, ihre Impulse und Ideen zu vernetzen und weiterzuentwickeln. Die Ergebnisse der Kreativwerkstatt und Informationen zu möglichen Folgeprojekten sollen auf der Webseite www.nachhaltiger-warenkorb.de veröffentlicht werden.

(Quelle: www.nachhaltigkeitsrat.de/termine/veranstaltungen-des-rates/nachhaltiger-konsum-13-10-2009/)

Kontakt: Rat für Nachhaltige Entwicklung, Geschäftsstelle c/o GTZ, Potsdamer Platz 10, D-10785 Berlin, Tel. +49-(0)30-408190121, yvonne.zwick@nachhaltigkeitsrat.de, www.nachhaltigkeitsrat.de

1.3 Wettbewerbe, Preise zu Konsum, Lebensstil und Werten

Die D-Mark-Detektive

Die gemeinnützige, christliche Stiftung Opportunity International ruft alle SchülerInnen dazu auf, vergessene D-Mark-Münzen, -Scheine und Fremdwährungen aus vergangenen Urlaubstagen zusammensuchen. Die Organisation tauscht das Geld ein und fördert mit dem Erlös sogenannte „Microschools“. Das sind Schulen, die auf private Initiativen von

KreditnehmerInnen der Stiftung zurückgehen. Sie entstehen dort, wo keine anderen Schulen vorhanden sind. Die erfolgreichsten SchülerInnen und Klassen werden mit Preisen belohnt. (offizieller Beitrag zur UN-Dekade). Anmeldung unter www.dmarkdetektive.de

1.4 Material/Literatur zu Konsum, Lebensstil und Werten

Bayerisches Landesamt für Umwelt (Hrsg.): **Cleverer Umweltschutz – nachhaltiger Konsum**. Augsburg 2006, 7 S. Kostenloser Download unter www.lfu.bayern.de/umweltwissen/doc/uw_18_cu_konsum.pdf

Die Broschüre liefert Tipps, Anregungen und viele weiterführende Links zum nachhaltigen Konsum.

Rat für Nachhaltige Entwicklung (Hrsg.): **Der Nachhaltige Warenkorb. Einfach besser einkaufen. Ein Ratgeber**. Berlin 2009, 74 S., kostenlos heruntergeladen unter www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/Broschuere_Nachhaltiger_Warenkorb_September_2009.pdf oder kostenlos bestellen unter

www.nachhaltigkeitsrat.de/de/dokumente/bestellservice/?size=ooasbrfdexctpgr&blstr=0

Die Broschüre des Rates für Nachhaltige Entwicklung ist jetzt in dritter, überarbeiteter Auflage erschienen. Vom täglichen Lebensmitteleinkauf über größere Anschaffungen bis hin zur privaten Geldanlage hilft der Ratgeber bei der Produktauswahl. Die neue Auflage führt alle seriösen, häufig auf Produkten zu findenden Nachhaltigkeitssiegel auf und bewertet ihre Aussagekraft. Neu sind Rechentabellen zum Kostenvergleich und Antworten auf knifflige Fragen wie: Kaufe ich besser konventionell erzeugte Äpfel aus meiner Region oder ökologisch angebaute aus Neuseeland?

Bayerisches Landesamt für Umwelt (Hrsg.): **Der Ökologische Fußabdruck**. Augsburg 2008, 7 S. Kostenloser Download unter

www.lfu.bayern.de/umweltwissen/doc/uw_86_oekologischer_fussabdruck.pdf

Der Ökologische Fußabdruck drückt aus, welche Auswirkungen z.B. der Konsum des Einzelnen auf die Umwelt hat. Die informative Broschüre liefert Wissenswertes zu Geschichte und Methodik des Ökologischen Fußabdrucks.

Denkmal-Film GmbH: **Der Schein trügt. Eine Expedition in die Rätsel des Geldes**.

Dokumentarfilm von Claus Strigel. Bezug der DVD unter www.denkmal-film.com/BestellSchein.html. Kosten: 19,90 € (privat) bzw. 58,00 € (öffentlich), jeweils

zzgl. Versandkosten.

Die folgenreichste Erfindung der Menschheit ist ebenso genial wie fatal, sagt der ehemalige Banker und Geldforscher Bernard Lietaer. Ein Zaubermittel, das alles bedeutet und doch keinerlei Wert hat. Diesen erhält es erst durch Mangel. Armut garantiert seinen Wert: Hätten alle genug Geld, hätte es keinen Wert. Lietaer ist überzeugt davon, dass die gegenwärtigen Herausforderungen der Menschheit innerhalb des globalen monopolistischen Geldsystems nicht zu lösen sind. Probleme und mögliche Alternativen diskutieren

im Film neben Lietaer, Jochen Hörisch, Paul Singer, Joaquin de Melo, Warren Buffet und The Naked Cowboy.

Acevedo, J.: **Die Kinder zuerst**. 2008, 74 S., A4, vierfarbig mit Kartoneinband. Bezug: 5,- € plus Versandkosten (Schulbestellungen versandkostenfrei) bei Nord Süd Forum München, Tel. +49-(0)89-85637523, info@nordsuedforum.de, www.nordsuedforum.de. „Die Kinder zuerst“ ist ein Comic über die Ursachen und Folgen von (Kinder-)Armut. Julian, Bruna, Barbara und Chutín machen sich auf die Suche nach Antworten: Warum gibt es Menschen, denen es schlecht geht? Warum investiert der Staat nicht ausreichend in Gesundheit und Bildung? Warum müssen Kinder unter Landvertreibung, Armut und Korruption leiden? Der peruanische Comiczeichner und Medienpädagoge Juan Acevedo zeichnet die heutige Welt und ihre Probleme aus Kindersicht und zeigt dabei, dass Kinder nicht nur Opfer, sondern auch Personen mit Ideen, eigenem Willen und der Fähigkeiten sind, etwas zu verändern. Der Comic eignet sich als informative Lektüre für Kinder, Jugendliche und Erwachsene, aber auch als Unterrichtsmaterial. (Quelle: www.nordsuedforum.de/nosfo/materialien/allgemeinesmaterial.shtml)

Palmer, B.: **Eine Stadt macht blau. Politik im Wandel – das Tübinger Modell**. Kiepenheuer & Witsch, Köln 2009, 223 S., 8,95 €, ISBN 978-3-462-04113-2.

Der Tübinger Oberbürgermeister beschreibt in diesem Buch, wie seine Kommune mit ambitioniertem Klimaschutz nicht nur CO₂, sondern auch viel Geld einspart und gleichzeitig die Lebensqualität und den Zusammenhalt in der Stadt steigert. Eine gute Informations- und Inspirationsquelle für aktive BürgerInnen und KommunalpolitikerInnen.

Bayerische Evangelische Umweltstiftung (Hrsg.): **einfach – 7 Bibeltage zum Lebensstil**. 1998, 2. Aufl., 180 S., 4,- € (zzgl. Versand). Bezug: online unter www.bayern-evangelisch.de/www/engagiert/bestellung_umwelt.php oder per Fax unter +49-(0)89-54821920.

Eine praktisch-theologische Fundgrube für alle, die in Pfarramt, Gemeinde und Schule, in Gesprächskreisen und religiös interessierten Gruppen zusammenbringen wollen, was in der Praxis oft auseinander fällt: Natur und Glauben, Frömmigkeit und Lebensstil, Gott und die Welt. Thematisch sind die sieben Bibeltage zum Lebensstil den Grundbegriffen Sonne, Wasser, Brot, Weg, Wahrheit, Leben und Zeit zugeordnet. Begleitend zum Buch gibt es eine Ausstellung, die in 16 Postern dessen Quintessenz aufbereitet. (Lebensstil-Ausstellung, 16 Poster, DIN A1, 40,- € (zzgl. Versand). Bezug: siehe oben)

Kath. Landesarbeitsgemeinschaft Kinder und Jugendschutz Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): **Elternwissen Konsum**. Münster 2006, 16 S., 0,30 € (zzgl. Versand). Bezug: <http://materialdienst.aj-bayern.de> (Kosumerziehung und Schulden).

Die Broschüre bietet Eltern eine Grundinformation zum Thema Kosumerziehung. Sie eignet sich als Begleitmittel für Elternseminare und -abende.

Spiegel-Verlag (Hrsg.): **Geld! Von den Fuggern zur Finanzkrise: Eine Chronik des Kapitals**. Spiegel Geschichte, Ausgabe 04/2009, 6,80 € (zzgl. Versand). Bezug: <http://shop.spiegel.de>

SpekulantInnen, GeldverleiherInnen und Glücksritter haben seit Jahrhunderten die Geschichte ganzer Länder beeinflusst und bereits mittelalterliche KönigInnen waren auf ihre Bankiers angewiesen. Das Themenheft „Geld“ aus der Reihe „Spiegel Geschichte“ zeigt auf, wie sich die zunehmende Macht des Kapitals von den Anfängen des modernen Finanzwesens an in Staatspleiten und Börsenkrähen manifestierte.

Upgang, M.: **Gewinn mit Sinn.** Wie Sie Ihr Geld sicher anlegen – mit gutem Gewissen. oekom, München 2009, 192 S., 18,90 €, ISBN 978-3-86581-174-5

Die Weltwirtschaft ächzt unter den Folgen der Finanzkrise. Wem kann man jetzt noch vertrauen, wie soll man sein Geld zukunftssicher anlegen? Dieser Finanzratgeber gibt Tipps und Ratschläge für den Umgang mit Geld nach ethischen und ökologischen Kriterien. Mechthild Upgang führt in die verschiedenen Finanzmarktprodukte ein und erläutert die Risiken und Renditechancen.

Glück zum Kaufen? Film zur Schuldenprävention von Cashless-München. DVD, 10 Min., kostenlos. Bezug: Cashless München, Tel. +49-(0)89-514106983, info@cashless-muenchen.de, www.cashless-muenchen.de

Wünsche und Bedürfnisse zu haben ist etwas Urmenschliches. Aber können wir diese über Konsum stillen? Und wer oder was beeinflusst uns bei der Konsumententscheidung? Dass gerade junge Menschen unter den Folgen unserer Konsumgesellschaft, z.B. Verschuldung, leiden, zeigt der Fall Christian. Er schildert anschaulich den Weg in die Schulden, das anfängliche Ignorieren derselben, aber auch die Angstzustände, bevor sich Christian schließlich an eine Münchner Schuldnerberatungsstelle wendet. Der Film bietet LehrerInnen und PädagogInnen eine gute Hinführung zu den Themen Geld und Schulden und eignet sich für Jugendliche ab etwa 14 Jahren.

Rauscher, E., Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur (Hrsg.): **Gut leben lernen statt viel haben wollen: Handbuch der VerbraucherInnenbildung.** Wien 2008, 158 S., ISBN 978-3-9519897-1-6. Kostenloser Download unter www.umweltbildung.at/cms/download/1093.pdf

Das Handbuch bietet in einer sehr hohen Dichte Hintergrundinformationen und Anregungen für den Unterricht zum Themenbereich Konsum und Lebensstil. Es eignet sich eher zum gezielten Nachschlagen als zum Durchlesen.

Aktion Jugendschutz Baden-Württemberg e.V. (Hrsg.): **Jung, lässig & pleite?** Konsumlust und Schuldenlast bei Kindern und Jugendlichen. Stuttgart 2001, 73 S., 5,- € (zzgl. Versand). Bezug: <http://materialdienst.aj-bayern.de> (Kosumerziehung und Schulden). Die Dokumentation einer Fachtagung liefert wesentliche Fakten und Hintergründe zur immer häufiger auftretenden Verschuldung von Jugendlichen.

Aktion Jugendschutz Bayern e.V.: **Kaufen tut gut?** Zeitschrift Ausgabe 2/00, München 2000, 2,10 € (zzgl. Versand). Bezug: <http://materialdienst.aj-bayern.de> (Kosumerziehung und Schulden).

Die Ausgabe 2/00 der Zeitschrift „proJugend“ stellt dar, dass es nicht Ziel der Kosumerziehung sein kann, die Jugendlichen gänzlich vom Kaufen abzuhalten. Vielmehr sollte sie

ihre Kritikfähigkeit gegenüber Konsumangeboten und ihre Sensibilität für die eigenen Bedürfnisse fördern. Die Förderung von Selbstständigkeit, Gestaltungsmöglichkeiten und Genussfähigkeit sollten dabei im Vordergrund stehen.

Hauenschild, K., Monschaw, B. von (Hrsg.): **Kinder erfahren nachhaltiges Wirtschaften**. Eine Handreichung für die Grundschulpraxis. Aus der Reihe: Umweltbildung und Zukunftsfähigkeit, Band 6., Peter Lang, Frankfurt/Main 2009, 129 S., mit CD, 13,80 €, ISBN 978-3-631-59295-3

Nachhaltige Schülerfirmen eröffnen handlungsorientiert und praxisnah Zugänge zu grundlegenden Aspekten des nachhaltigen Wirtschaftens. In diesem Sammelband werden theoretische Bezugsrahmen und praktische Möglichkeiten der Verankerung nachhaltiger Schülerläden im Sinne einer Handreichung für Lehrende vorgestellt. Die beiliegende CD enthält zahlreiche Arbeitmaterialien für den Einsatz im Unterricht rund um das Thema nachhaltigkeitsorientierte ökonomische Bildung in der (Grund-)Schule.

Pötter, B.: **König Kunde ruiniert sein Land**. Wie der Verbraucherschutz am Verbraucher scheitert. Und was dagegen zu tun ist. oekom, München 2006, 166 S. 14,80 €, ISBN 978-3-936581-92-8

König Kunde hat die Macht - und nutzt sie, um den Preis zu drücken. Das geht nicht selten auf Kosten der Umwelt, der Produktqualität und der Sozialleistungen, meint taz-Redakteur Bernhard Pötter. Dabei lässt sich durch kleine Verhaltensänderungen große Wirkung erzielen – damit aus Schnäppchenjägern verantwortungsvolle KonsumentInnen werden.

Forum Umweltbildung; Österr. Lebensministerium (Hrsg.): **KonsuManiac**. Aufrufbar im Internet unter www.umweltbildung.at/konsumaniac/index.html

Der KonsuManiac ist ein interaktives Tool zur spielerischen Bewertung des eigenen Konsumverhaltens für die Bereiche Nahrungsmittel, Drogeriewaren und Bekleidung. Bei einem fiktiven Einkauf sollen kurze Informationen zu den jeweiligen Produktalternativen zu einer bewussten Konsumententscheidung verhelfen und die persönliche Wahlfreiheit vor Augen führen. Aber Achtung: Wer die Wahl hat, hat die Qual – und schnell zeigt sich, wie nachhaltig man wirklich einkauft.

Energieagentur Regio Freiburg GmbH (Hrsg.): **Klimaschutz als Kapitalanlage**. ECO-Watt – Das Einsparkraftwerk mit Bürgerbeteiligung. Freiburg 2008, 40 S., 7,50 € (zzgl. 3,00 € Versand). Bezug: www.energieagentur-regio-freiburg.de/verlag/broschueren/ecowatt

Schultze, M. u.a.: **Moneten, Kohle, Kies und Schotter**. Ökotopia, Münster 2002, 128 S., 5,50 €, ISBN 978-3931902995.

Das Buch bietet eine Vielfalt an Geschichten, Spielen, Bastelanregungen und Aktionsvorschlägen, um Kindern ab fünf Jahren die Welt der Wirtschaft begreiflich zu machen. ErzieherInnen und GrundschullehrerInnen finden hier Ideen.

Umweltbundesamt (Hrsg.): **Nachhaltiger Konsum**. Die Zukunft sichern. 25 Poster, 68 x 98 cm, deutsch/englisch. Kostenloser Download unter www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/3096.pdf

Auf 25 zweisprachigen großformatigen Postern erhalten VerbraucherInnen praxisnahe Beispiele aus Deutschlands nachhaltiger Konsumwelt. Das Spektrum reicht von fair gehandelten Waren über Gütesiegel für Blumen, Textilien oder landwirtschaftliche Produkte bis zur nachhaltigen Fisch- oder Forstwirtschaft. Auch Beiträge zum Bauen, zum nachhaltigen Tourismus, zur Ressourcenproduktivität oder zur Umwelterziehung sind enthalten.

Forum Umweltbildung (Hrsg.): **Nachhaltiger Konsum & Lebensstil**. Folder. Kostenloser Download unter www.umweltbildung.at/cms/download/1104.pdf

Sehr hilfreiche Material- und Linksammlung des österreichischen Forum Umweltbildung. Sie bietet auf einen Blick eine Fülle aktueller Anregungen zum Thema.

Bolscho, D., Hauenschild, K. (Hrsg.): **Ökonomische Bildung mit Kindern und Jugendlichen**. Aus der Reihe: Umweltbildung und Zukunftsfähigkeit, Band 5. Peter Lang, Frankfurt/Main 2008, 241 S., 23,20 €, ISBN 978-3631579008

Ökonomische Bildung ist ein wichtiger Bestandteil der Allgemeinbildung und die Förderung ökonomischer Kompetenzen bei Kindern und Jugendlichen gehört zum Bildungsauftrag aller Schulstufen und -formen. In dem Sammelband werden theoretische Referenzrahmen und die Möglichkeiten, ökonomische Bildung in der Schule zu verankern, aus verschiedenen Perspektiven diskutiert.

Sozialreferat der Landeshauptstadt München, Caritas München (Hrsg.): **Spaß kostet nichts**. Kino-Spot, 90 Sek. Bezug/Verleih: SIB im Caritas-Zentrum Innenstadt, P. Schubert, Tel. +49-(0)89-23114930, pschubert@caritasmuenchen.de; Landeshauptstadt München, Sozialreferat, Frau Kaindl, Tel. +49-(0)89-23322126. Film-Version (35-mm), Kautions ca. 250,00 € (zzgl. Versandkosten). Vorab sollte geklärt werden, ob ein örtliches Kino zur Vorführung bereit ist und evtl. auch die digitale Version verwendet werden kann. Eine DVD (für die Vorführung mit dem Notebook) kann kostenlos bestellt werden (Spenden erwünscht).

Jugendliche sind starken Werbeimpulsen ausgesetzt, können aber oft die Auswirkung von Verträgen und ihre eigene wirtschaftliche Leistungsfähigkeit nicht richtig einschätzen. Außerdem besteht ein ständiger und hoher Konsumdruck, weil sie in ihren Altersgruppen „mithalten“ möchten. Hier setzt der Kino-Spot „Spaß kostet nichts“ an. Konsum oder das, was gerade „in“ ist, wird nicht verteufelt. Vielmehr sollen die jungen Menschen in einer stark von Konsum geprägten Welt ihre realistischen wirtschaftlichen Möglichkeiten und das, was im Leben alternativ wichtig sein kann, in den Blick bekommen. Der Spot kann ein erster Denkanstoß zum Thema „Geld, Konsum und Schulden“ sein und eignet sich gut für den Abschluss einer Veranstaltung.

Otto-Group (Hrsg.): **Trendstudie 2009: Die Zukunft des ethischen Konsums**. 2009, 120 S. Kostenlos abrufbar unter www.ottogroup.com/uploads/media/Otto_Group_Trendstudie_2009_Ethischer_Konsum.pdf

Frauen, Menschen mit höherem Bildungsabschluss und die 48- bis 67-Jährigen griffen im Jahr 2009 trotz stagnierender Löhne öfter zu nachhaltigen Produkten als noch zwei Jahre zuvor. Das ist ein Ergebnis der „Otto Group Trendstudie 2009“, für die nach 2007 zum zweiten Mal 1.000 Personen über ihr Konsumverhalten befragt wurden. Ethischer Konsum, heißt es in der Studie, könne der zentrale „Innovationsmotor“ werden.

Bunge, C., Katzschner, A.: **Umwelt, Gesundheit und soziale Lage** – Studien zur sozialen Ungleichheit gesundheitsrelevanter Umweltbelastungen in Deutschland. Bericht des Umweltbundesamtes, Nr. 02/2009, Kennnummer 3801. Kostenloser Download unter www.umweltbundesamt.de/uba-info-medien/mysql_medien.php?anfrage=Kennnummer&Suchwort=3801

Wer arm ist, lebt häufiger in einer Umwelt, die krank machen kann. Das belegen sozial- und umweltepidemiologische Studien. Sozial Benachteiligte wohnen beispielsweise häufiger an stark befahrenen Straßen. Der UBA-Bericht stellt ausgewählte Studien aus Deutschland vor, die empirische Befunde zur sozialen Verteilung von Umweltbelastungen und deren gesundheitlichen Wirkungen liefern.

Deutsche Umwelthilfe (Hrsg.): **Umweltgerechtigkeit**. Handlungsmöglichkeiten für mehr soziale Gerechtigkeit durch kommunalen Umweltschutz. Radolfzell 2009, 39 S. Kostenloser Download unter www.duh.de/umweltgerechtigkeit.html

Ärmere Menschen leben häufig in stärker belasteten Umwelten und für sie ist es schwerer, die Kosten zu tragen, die durch zunehmende Umweltbelastungen und Umweltschutzmaßnahmen entstehen. Ein Kongress der Deutschen Umwelthilfe im Frühjahr 2009 behandelte die sich daraus ergebenden Herausforderungen und Chancen für die Kommunen. Thema waren Verkehr und Lärm, Klimaschutz und Energiesparen sowie Stadtentwicklung und Grünflächen.

Diefenbacher, H.; Zieschank, R.: **Wohlfahrtsmessung in Deutschland. Ein Vorschlag für einen neuen Wohlfahrtsindex**. Heidelberg/Berlin 2008. Kostenloser Download unter www.beyond-gdp.eu/download/BMU_UBA_Endbericht_v20_endg.pdf

Die EU-Kommission warb im September 2009 für eine neue Definition von Wohlstand. Neben dem Bruttoinlandsprodukt sollen künftig auch andere Kriterien – wie beispielsweise ein Umweltindex – zur Wohlstandsmessung herangezogen werden. Der vorliegende Bericht zeigt, wie so eine Messung aussehen könnte. Der Heidelberger Volkswirt Hans Diefenbacher und der Umweltwissenschaftler Roland Zieschank von der renommierten Forschungsstelle für Umweltpolitik der Freien Universität Berlin haben ihn bereits im November 2008 vorgelegt.

Baier, A., Müller, C., Werner, K.: **Wovon Menschen leben**. Arbeit, Engagement und Muße jenseits des Marktes. oekom, München 2007, 305 S., 24,90 €, ISBN 978-3-86581-075-5

Wovon leben Menschen? Was macht ihnen Mut? Wofür setzen sie sich ein? Rund zwei Drittel der in unserer Gesellschaft notwendigen Arbeit ist unbezahlt – Hausarbeit, Eigenarbeit oder ehrenamtliche Tätigkeiten. Welche Bedeutung diese »andere Ökonomie« im Alltag hat, zeigen die Autorinnen anhand von 28 ausführlichen Porträts.

Arbeitsgemeinschaft Schuldnerberatung der Verbände (AG SBV): **Unterrichtshilfe Finanzkompetenz.**

Großen Konsumwünschen von Kindern und Jugendlichen steht fehlende Finanzkompetenz gegenüber. Das Internetangebot „Unterrichtshilfe Finanzkompetenz“ ist ein „Werkzeugkoffer“, den die Arbeitsgemeinschaft Schuldnerberatung der Verbände zusammengestellt hat. Auf der Website **www.unterrichtshilfe-finanzkompetenz.de** finden LehrerInnen didaktische Orientierung und acht ausgearbeitete Lernmodule für den Unterricht der Sekundarstufe I allgemein bildender Schulen und der Sekundarstufe II berufsbildender Schulen. In den Arbeitshinweisen werden Aufbau und Funktionsweise der Website erläutert. Die verschiedenen Module beinhalten den Unterrichtsstoff, Methodenvorschläge, Links, Literaturhinweise und Arbeitsblätter. (Dekade-Projekt 2007/2008)

www.cashless.de

Vielfältiges Material zu den Themen Geld und Schulden bietet der Materialdienst des Jugendprojektes Cashless-München unter www.cashless-muenchen.de/index.php?id=94. Unter anderem wurden die Erfahrungen aus fünf Jahren Präventionsarbeit zu LehrerInnenmappen gebündelt. Auf Anfrage kann – soweit noch vorhanden – Schulungsmaterial zu den Themen Handy, Internet, Konto und Karte, Haushaltsgründung, Führerschein und Auto, Wünsche, Bedürfnisse und Werbung weitergegeben werden.

1.5 Links zu Konsum, Lebensstil und Werten

www.bewusst-wie.de

„Bewusst wie!“ ist ein Projekt der Verbraucherzentrale Bayern. Das Infoportal zum nachhaltigen Konsum bietet laufend Anregungen rund um den bewussten Lebensstil und vier Mal im Jahr gebündelte Informationen zu bestimmten Themenschwerpunkten.

<http://de.freecycle.org>

Das weltweite Verschenk-Netzwerk organisiert in regionalen Gruppen den Austausch kostenlos abzugebender Gegenstände. Was für den einen wertlos geworden ist, kann ein anderer vielleicht noch gut gebrauchen.

www.dialogprozess-konsum.de

Im Februar 2004 haben das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und das Umweltbundesamt (UBA) den nationalen Dialogprozess zur Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster gestartet. Er soll eine akteursübergreifende Verständigung über Ziele und innovative Maßnahmen ermöglichen und helfen, bereits bestehende Initiativen zu vernetzen. Die Website informiert über aktuelle Entwicklungen und Aktivitäten.

www.ecoshopper.de

Ein umfangreiches Verbraucherportal mit Einkaufsführer und Ratgeber für bewussten Konsum.

www.energiesparclub.de

Ab sofort können Lehrkräfte mit ihren SchülerInnen ein Energiesparkonto nutzen und die CO₂-Bilanz ihrer Schule verbessern. Das Online-Konto erfasst, dokumentiert und bewertet den Verbrauch von Heizenergie, Strom und Wasser. Es gibt SchülerInnen ein Gefühl für den Energiekonsum ihrer Schule und die damit verbundene Kosten- und Klimabelastung. Erhöhte Verbrauchswerte fallen auf und der Erfolg eigener Einsparmaßnahmen lässt sich nachvollziehen.

www.footprint.at, www.footprintnetwork.org, www.fussabdruck.at, www.latschlatsch.de, www.umweltbildung.at/fussabdruck

Verschiedene deutsche und österreichische Webseiten zur Theorie und zum Berechnen des (persönlichen) ökologischen Fußabdrucks.

www.karmakonsum.de

Hier tauschen sich die sogenannten LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) über Themen wie Geld, erneuerbare Energien und Spiritualität aus. LOHAS sind in der Regel gut verdienende Menschen, die gerne mit gutem Gewissen konsumieren möchten und deshalb Wert auf gesunde und sozial-ökologisch unbedenkliche Produkte legen.

www.label-online.de

Das Internetportal der Verbraucher Initiative e.V. (Bundesverband der kritischen Verbraucherinnen und Verbraucher) informiert über rund 300 Label, die in Deutschland verwendet werden. Der Schwerpunkt liegt bei Zeichen, die über umweltgerechte, sozial verträgliche und gesundheitlich unbedenkliche Produkte informieren.

www.lifeguide.de

Auf lifeguide.de finden sich nach Städten geordnet konkrete Tipps, für einen ökologischen und sozialen Lebensstil.

www.lohas.de

Neue Werte, neues Bewusstsein, das Bedürfnis nach Entschleunigung – auf lohas.de erfährt man, was einen „LOHA“ ausmacht, wie er lebt und wo er einkauft.

<http://marktcheck.greenpeace.at>

Greenpeace Österreich hat mit „Marktcheck“ eine Datenbank erstellt, in der über 3.000 Produkte nach ökologischen, sozialen und ethischen Aspekten bewertet werden. Nicht alles lässt sich auf Deutschland übertragen, trotzdem bietet die Seite interessante Anregungen und Informationen.

www.nachhaltig-einkaufen.de

Die Website der Verbraucher Initiative e. V. bietet Informationen und praktische Tipps und Informationen zu Unternehmensverantwortung und nachhaltigem Konsum. Beratungsschwerpunkte sind: „Klimafreundlich & Stromsparend“, „Umweltfreundlich & Tier-schützend“ sowie „Fair & Sozial“.

www.transfair.org

Alles über das Transfair-Siegel und den Handel mit fairen Produkten.

www.utoxia.de

Die Internet-Plattform will mit „strategischem Konsum“ dazu beitragen, den Markt in eine positive Richtung zu lenken. Der umfangreiche Ratgeberteil soll dabei helfen und die Blog-„Community“ für die nötige Vernetzung sorgen.

www.verbraucherbildung.de

Der Bundesverband der Verbraucherzentrale bietet Lehrenden in Schule und Erwachsenenbildung Unterrichtseinheiten, welche die Konsumkompetenzen allgemein und die Kompetenzen für eine nachhaltigere Lebensgestaltung im Speziellen vermitteln. Weitere Angebote der Webseite sind Fachbeiträge, Online-Kurse, kurze Wissenstests, aktuelle Nachrichten, Termine und sogenannte „Brennpunkte“ zu aktuellen Themen, die komplexere Sachverhalte aufbereiten. Die jeweiligen Jahresthemen der UN-Dekade BNE werden auf der Plattform redaktionell begleitet und spezielle Unterrichtseinheiten angeboten. (Dekade-Projekt 2007/2008)

www.youthxchange.net

Die internationale Plattform der UNEP soll PädagogInnen und jedem Einzelnen helfen, nachhaltige Lebensstile zu begreifen und weiterzuvermitteln.

www.zukunft-einkaufen.de

Das Portal möchte dazu beitragen, dass Kirchen und andere Institutionen durch die systematische Umstellung auf öko-fairen Konsum ein sichtbares Zeichen für einen nachhaltigen Konsum setzen. (Dekade-Projekt 2009/2010)

2. Nachhaltiges Wirtschaften

Inhalte:

Fairer Handel/Eine Welt/gerechte Verteilung

Unternehmensethik/Corporate Citizenship/-Responsibility/-Social Responsibility

Korruption/Subventionen/Steuergerechtigkeit

2.1 Projekte zu nachhaltigem Wirtschaften

Bunte Gärten Leipzig

Der Verein Brückenschlag wurde 2000 mit dem Ziel gegründet, AsylbewerberInnen in Leipzig zu unterstützen. Bald entstand die Idee, in einer Kleingartenanlage gemeinsam zu gärtnern. Ziel war es, einen interkulturellen und sozialen Lebensraum für Flüchtlinge zu schaffen, der sinnvolle Betätigung, Kommunikation, Beratung und Weiterbildung miteinander verknüpft. Mittlerweile werden Gemüse, Kräuter und Blumen angebaut, die an Restaurants, auf dem Markt oder über den vereinseigenen „Bunten Laden“ verkauft werden. Von dem Erlös werden Internetanschluss, Abos, Miete, Computerprogramme, zusätzliche Deutsch- und Vorschulkurse, eine Kinderbibliothek und ein Handarbeitsraum mit Nähmaschinen finanziert. Neuerdings gibt es auch ein „Intercultural Catering“: Drei Frauen, die eine Fortbildung zur Existenzgründung durchlaufen haben, bieten exotische Leckereien für verschiedene Anlässe an. Der Erfolg des Projektes sind verbesserte Sprachkenntnisse, wiedererlangtes Selbstbewusstsein, eine allgemeine Qualifizierung für einen leichteren Einstieg ins Berufsleben und eine bessere Integration.

(Quelle: www.bunte-gaerten.de)

Zielgruppe: Erwachsene, AsylbewerberInnen

Kontakt: Brückenschlag e.V., Projekt Bunte Gärten Leipzig, Anke-Maria Kops-Horn, Schulstraße 38, D-04316 Leipzig, Tel. +49-(0)341-6514960, bunte-gaerten@brueckenschlag.info, www.bunte-gaerten.de

Fairer Valentinstag

Es ist üblich geworden, dass sich SchülerInnen des Bistums Eichstätt am Valentinstag Rosen schenken, die in einer Sammelaktion von der Schülermitverwaltung (SMV) organisiert werden. Im Projekt „Fairer Valentinstag“ reflektierten die SchülersprecherInnen verschiedener Schularten und Mitglieder der SMV ihr Konsumverhalten am Valentinstag und die damit verbundenen Leitbilder und Gefühle. Sie setzten sich mit dem Weltblumenmarkt und dessen Spielregeln auseinander und importierten schließlich gemeinsam und in Kooperation mit einem ortsansässigen Blumenladen fair gehandelte Rosen für die Aktion am Valentinstag. Da diese viel teurer sind, führten die Jugendlichen unter Einbeziehung von Presse und Schülerzeitungen selbständig jugendgerechte Informations- und Bildungsveranstaltungen an ihren Schulen durch, um Akzeptanz für die Aktion zu finden. Schließlich wurden noch Denkanstöße für einen wertschätzenden Umgang mit den ver-

schenkten Rosen gegeben, die üblicherweise oft auf dem Nachhauseweg der SchülerInnen verdurstet oder erfroren sind. Durch Vernetzung mit dem Eine-Welt-Laden, des Bistums und dem Umweltzentrum in Eichstätt konnten im Zuge des Projektes weitere Akteure wie Banken, Einzelhandel und die für Kirchenschmuck zuständigen MesnerInnen für die Verwendung von Blumen aus dem Flower Label Programm (FLP) gewonnen werden.

Zielgruppe: Jugendliche, Erwachsene

Kontakt: Caroline Fischer, Agraringenieurin und selbständige Umweltpädagogin, Am Kirchbuck 3, D-91795 Obereichstätt, Tel. +49-(0)8421-3302, caroline.fischer@altmuehl.net

genialsozial – Deine Arbeit gegen Armut

An einem von der Sächsischen Jugendstiftung bekannt gegebenen Aktionstag werden junge Leute freiwillig aktiv und suchen sich selbstständig für einen Tag einen Arbeitsplatz. Dazu bekommen sie in der Schule einen Flyer mit Informationen für den Arbeitgeber und eine Arbeitsvereinbarung ausgehändigt, womit sie auf Unternehmen, Institutionen, Vereine, Kirchengemeinden oder Privatpersonen zugehen. Es werden Arbeiten erledigt, die schon lange gemacht werden sollten. Für die Tätigkeiten wird ein Lohn vereinbart. Das erarbeitete Geld wird von den SchülerInnen gespendet, teils für humanitäre Hilfsprojekte im Ausland, teils für eigene soziale Projekte der Schulen vor Ort. Bei einer dreitägigen Jurytagung setzen sich die sächsischen SchülerInnen intensiv mit Fragen von Armut, Entwicklungshilfe und -politik auseinander und wählen die zu fördernden Projekte aus. In den Jahren 2005 bis 2008 haben etwa 75.000 SchülerInnen an „genialsozial“ teilgenommen und ca. 850.000 Euro erarbeitet. (Dekade-Projekt 2009/2010)
(Quelle: www.genialsozial.de)

Zielgruppe: Jugendliche

Kontakt: Sächsische Jugendstiftung, Christoph Jahn, Könnertitzstraße 25, D-01067 Dresden, Tel. +49-(0)351-4820807, cjahn@genialsozial.de, www.genialsozial.de, www.saechsische-jugendstiftung.de

Handel im Wandel. Nachhaltiges Wirtschaften in einer globalisierten Welt.

In diesem integrativen Projekt entwickeln Kinder mit und ohne Behinderung spielerisch Handlungsmöglichkeiten für einen gerechten und umweltfreundlichen Welthandel und einen nachhaltigen Lebensstil. An sechs Vormittagen nehmen sie den globalen Handel am Beispiel von Zucker, Reis, T-Shirts, Blumen, Spielzeug und Kosmetik kritisch unter die Lupe. In selbst gewählten Identitäten (KünstlerInnen, SchauspielerInnen, WirtschaftsforscherInnen und HandwerkerInnen) entwickeln sie anschließend faire und umweltfreundliche Alternativen und präsentieren ihre Ergebnisse. In „Boom-City“ werden dann verschiedene öko-faire Produkte und Dienstleistungen angeboten und mit der Spielgeldwährung „Globis“ fair bezahlt.

(Quelle: www.umweltbildung.bayern.de/aktionen/praxis/doc/oekoprojekt_mobilspiel.pdf)

Zielgruppe: Kinder mit und ohne Behinderung (6 bis 10)

Kontakt: Ökoprojekt – MobilSpiel e.V., Steffi Kreuzinger, Welsersstr. 23, 81373 München, Tel. +49-(0)89-7696025, oekoprojekt@mobilspiel.de, www.mobilspiel.de/oekoprojekt/kids.html.

Juniorenfirmen auf dem Weg zum nachhaltigen Wirtschaften

Ziel des Projekts ist die Förderung unternehmerischen Denkens und Handelns unter dem Leitbild des nachhaltigen Wirtschaftens. Auszubildende und BerufsschülerInnen in Berlin sollen sich im Rahmen eigens gegründeter Juniorenfirmen einen Raum für kreative Ideen nachhaltigen Wirtschaftens erarbeiten, nachhaltige Produkte und Dienstleistungen als Geschäftsmodell entwickeln und am Markt umsetzen. Juniorenfirmen sind Miniaturfirmen mit realen Funktionen und Marktbeziehungen, die unter dem Schirm eines Unternehmens gegründet werden. In einer ersten Phase konnten zehn Unternehmen gewonnen werden, in denen Juniorenfirmen eingerichtet werden. Im Gegensatz zu einer rein theoretischen Vermittlung nachhaltigen Wirtschaftens, werden hier die Auswirkungen des Handelns und der Entscheidungen, aber auch die teilweise gegenläufigen Interessen und Dimensionen der Nachhaltigkeit erfahrbar. (Dekade-Projekt 2008/2009)

(Quelle: www.nachhaltige-juniorenfirmen.de)

Zielgruppe: Auszubildende, BerufsschülerInnen

Kontakt: UnternehmensGrün e.V., Dr. Nina Scheer, Wielandstr. 17, D-10629 Berlin, Tel. +49-(0)30-32599683, info@unternehmensgruen.de, www.unternehmensgruen.de, www.nachhaltige-juniorenfirmen.de

Marktplatz Gute Geschäfte München

Ziel des Marktplatzes ist es: in nur knapp zwei Stunden Kooperationen zwischen lokalen Wirtschaftsunternehmen und gemeinnützigen Einrichtungen zu initiieren. So können neue Partnerschaften für eine sozialere Gesellschaft entstehen. Inhalte einer Kooperation können einzelne abgeschlossene Aufgaben, Projekte oder Sachspenden in der und für die gemeinnützige Einrichtung sein. Die teilnehmenden Unternehmen profitieren von den vielfältigen und kompakt präsentierten Möglichkeiten für ein freiwilliges Engagement ihrer Mitarbeiter (Corporate Volunteering). Es unterstützt deren Persönlichkeitsentwicklung und erhöht den Bekanntheitsgrad und Ansehen des Unternehmens. Für die beteiligten gemeinnützigen Organisationen bedeutet der Marktplatz die Möglichkeit auf schnelle Unterstützung, einen höheren Bekanntheitsgrad und damit verbunden möglicherweise auch ein größeres Verständnis und eine höhere Wertschätzung für die geleistete Arbeit.

(Quelle: www.gute-geschaefte-muenchen.de)

Zielgruppe: gemeinnützige Organisationen, Unternehmen

Kontakt: Freiwilligen-Agentur Tatendräng München, Monika Nitsche, Thierschstr. 17, D-80538 München, Tel. +49-(0)89-2904465, tatendräng@freiwilligenagentur.de, www.gute-geschaefte-muenchen.de

Misch mit – Bürgerhaushalt 2010/11

In Kommunen mit sogenannten Bürgerhaushalten oder auch Bürgerbeteiligungshaushalten entscheiden die BürgerInnen mit, wie das Geld der Kommune verwendet wird. Diese neue Art der Öffentlichkeitsbeteiligung wurde in Deutschland erstmals 1998 erprobt und mittlerweile in immer mehr Kommunen realisiert. Im Berliner Bezirk Marzahn-Hellersdorf geht man noch ein Stück weiter. Der Bezirk hat entschieden, dass auf Kinder- und Jugendthemen besonderer Wert gelegt werden soll. Das Kinder- und Jugendbüro wurde beauftragt ihre Themen für den Bürgerhaushalt 2010/11 herauszufinden und einzubringen. Bei Auftaktveranstaltungen, in Jugendfreizeiteinrichtungen und durch Networking in den verschiedenen Stadtteilen wurden die speziellen Wünsche der Kinder und Jugendlichen gesammelt. Im Februar 2009 konnten die gesammelten Vorschläge der Bezirksbürgermeisterin übergeben werden. Von insgesamt 160 Vorschlägen aus den verschiedenen Stadtteilen stammten 14 von Kindern und Jugendlichen.

(Quelle: www.kijubue.de/misch-mit-buergerhaushalt-201011)

Zielgruppe: Kommunen, Kinder und Jugendliche

Kontakt: Kinder- und Jugendbüro Marzahn-Hellersdorf, Kastanienallee 55, D-12627 Berlin, Tel. +49-(0)30-9339466, info@kijubue.de, www.kijubue.de

Nachhaltige Schülergenossenschaften

Nachhaltige Schülergenossenschaften sind eine gute Unterrichtsmethode zur Förderung der Gestaltungskompetenz. Sie schärfen die Sinne für einen schonenden Umgang mit knappen Ressourcen und für Emissions- und Abfallvermeidung. Außerdem bieten sie ein handlungsorientiertes Trainingsfeld zur Stärkung der Persönlichkeit und der Sozialkompetenzen. Die Themen globale Gerechtigkeit und nachhaltiges Wirtschaften werden in allen Facetten praxisorientiert diskutiert und erlebt. Ein weiteres Ziel ist die Vermittlung von zukunftsfähigem Unternehmergeist. In Niedersachsen sind gegenwärtig 262 SchülerInnen in 11 Genossenschaften beteiligt und demnächst soll es das Projekt auch bundesweit geben. Ein Info-Flyer zum Herunterladen gibt die wichtigsten Infos zur Gründung einer Schülergenossenschaft:

[http://217.195.36.211/gvf_online/gvvordlc.nsf/0/1CDE89A91264C9D6C12575DF00427773/\\$file/FlySchgenov4.pdf](http://217.195.36.211/gvf_online/gvvordlc.nsf/0/1CDE89A91264C9D6C12575DF00427773/$file/FlySchgenov4.pdf) (Dekade-Projekt 2008/2009)

(Quelle: www.genossenschaftsverband.de)

Zielgruppe: Jugendliche

Kontakt: Genossenschaftsverband Norddeutschland e.V., Joachim Prahst, Hannoversche Str. 149, D-30627 Hannover, Tel. +49-(0)511-9574540, joachim.prahst@genoverband.de, www.genoverband.de

Spieglein, Spieglein an der Wand – Nachhaltiges Wirtschaften am Beispiel von Lifestyle und Kosmetik

Das (Schul-)Projekt regt Jugendliche an, ihren persönlichen Schönheitsbegriff zu reflektieren und kritisch zu hinterfragen. Kreativ und selbständig erarbeiten sich die Heranwachsenden eigene Handlungsalternativen für ihr Stylingverhalten im Alltag. Ziel des Projektes ist es, Jugendlichen nachhaltiges Wirtschaften zu vermitteln und ihnen aufzuzeigen, wie sie selbst durch nachhaltigen Konsum dazu beitragen können. In diesem Projekt wird nachhaltiges Wirtschaften am Beispiel von Kosmetik bearbeitet. Was die Jugendlichen hierbei auf Kosmetik bezogen lernen, können sie auf andere Themenbereiche ihres Alltagskonsums übertragen. Alle Methoden und Anleitungen sind beschrieben und können von der Website www.praxis-umweltbildung.de heruntergeladen werden.

(Quelle: www.praxis-umweltbildung.de/kosmetik_web.php)

Zielgruppe: Kinder, Jugendliche (12 bis 15)

Kontakt: Ökopjekt – MobilSpiel e. V., Welsenstr. 23, D-81373 München, Tel. +49-(0)89-7696025, oekopjekt@mobilspiel.de, www.mobilspiel.de/oekopjekt

Weltweit Wichteln - Kinder für eine gerechte Welt

Bei dem Projekt handelt es sich um eine kirchliche und ökumenische Mitmachaktion für Kindergärten, Grundschulen und Kindergottesdienste mit internationalen Partnern. Sie vermittelt entwicklungsbezogene Inhalte und ermöglicht interkulturelle Erfahrungen. Das Projekt hat zum Ziel, Toleranz zu fördern, Vorurteile abzubauen, andere Kulturen wertzuschätzen, den Fairen Handel zu fördern und ein Bewusstsein für Natur schonendes, ökologisches Wirtschaften zu fördern. Anhand einer Handpuppe, die entweder im Weltladen gekauft oder in der Gruppenstunde individuell gestaltet werden kann, wird ein bestimmtes Land thematisiert. Anschließend werden die Puppen mit Brief an die ausländische Partnergruppe verschickt und so ein direkter Kontakt hergestellt. (Dekade-Projekt 2009/2010)

(Quelle: www.weltweit-wichteln.org)

Zielgruppe: Kinder

Kontakt: Weltweit Wichteln, Carolin Starz, Vogelsangstr. 62, D-70197 Stuttgart, Tel. +49-(0)711-6367844, info@weltweit-wichteln.org, www.weltweit-wichteln.org

ZweitSinn - heute out, morgen hip. Ein KMU-Netzwerk für das zweite Leben gebrauchter Möbel

Das Projekt hat zum Ziel, Altmöbel zu restaurieren, statt sie wegzuerwerfen. So werden das Müllaufkommen, der Ressourcenverbrauch und der CO₂-Ausstoß verringert und gleichzeitig sinnvolle Qualifizierungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten für benachteiligte Jugendliche, Menschen mit Behinderung und Langzeitarbeitslose geschaffen. Dafür wurde ein Netzwerk aus Entsorgern, DesignerInnen, KünstlerInnen, Werkstätten für Menschen mit Behinderung, Beschäftigungsgesellschaften und weiteren AkteurInnen geschaffen. Gemeinsam entwickelten sie die Möbelmarke „ZweitSinn“. Das aufgebaute KMU-Netzwerk

soll schließlich in eine GmbH überführt oder in ein bereits bestehendes Unternehmen integriert werden. (Dekade-Projekt 2009/2010)
(Quelle: [www.bne-portal](http://www.bne-portal.de), Dekade-Projekte)

Zielgruppe: HandwerkerInnen und KünstlerInnen, KMU, Menschen mit Behinderung, Langzeitarbeitslose
Kontakt: Institut für Umweltforschung (INFU), Dr.-Ing. Werner Baumann, Otto-Hahn-Str.6, D-44227 Dortmund, Tel. +49-(0)231-7554095, w.baumann@infu.uni-dortmund.de
www.infu.uni-dortmund.de, www.zweitsinn.de

2.2 Kampagnen zu nachhaltigem Wirtschaften

Aktiv gegen Kinderarbeit

Der Verein EarthLink koordiniert das bundesweite „Aktionsnetzwerk gegen ausbeuterische Kinderarbeit“. Es unterstützt Menschenrechtsorganisationen, Eine-Welt-Läden, Kirchengruppen oder auch SchülerInneninitiativen, die sich dafür engagieren, dass in ihrer Stadt keine öffentlichen Gelder für Produkte aus ausbeuterischer Kinderarbeit verwendet werden. 2007 waren es bereits 80 deutsche Städte und Gemeinden, die Produkte von Kinderhand ablehnten. Die Website www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de berichtet über die aktuellen Entwicklungen und stellt Möglichkeiten vor, aktiv zu werden. Unter <http://blog.aktiv-gegen-kinderarbeit.de> informieren die Mitglieder des Netzwerkes laufend über ihre lokalen Aktivitäten und freuen sich über neue MitstreiterInnen. (Dekade-Projekt 2006/2007)
(Quelle: www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de)

Kontakt: EarthLink e.V. - The People & Nature Network, Bernhard Henselmann, Frohschammerstr. 14, D-80807 München, Tel. +49-(0)89-35652102, info@aktiv-gegen-kinderarbeit.de, www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de, www.earthlink.de

Bayern gegen ausbeuterische Kinderarbeit

Der Bayerische Landtag hat im Juli 2007 als erstes deutsches Landesparlament einen Beschluss gegen ausbeuterische Kinderarbeit gefasst. Der Freistaat Bayern achtet seither darauf, dass bei der öffentlichen Beschaffung keine Produkte gekauft werden, bei deren Herstellung gegen die Jugendarbeitsschutzgesetze verstoßen wird. Vor allem bei kritischen Waren wie Textilien, Teppichen oder Natursteinen wird in Zweifelsfällen eine entsprechende Erklärung vom Produzenten verlangt. Auf der Webseite www.bayern-gegen-ausbeuterische-kinderarbeit.de informiert das Eine-Welt-Netzwerk Bayern über Hintergründe der ausbeuterischen Kinderarbeit, bietet Hilfen bei der Umsetzung des bayrischen Landtagsbeschlusses und gibt einen Überblick über die im Kinderschutz aktiven bayrischen Kommunen.

Kontakt: Eine Welt Netzwerk Bayern e.V., Weiße Gasse 3, D-86150 Augsburg, Tel. +49-

(0)89-35040796, info@eineweltnetzwerkbayern.de, www.eineweltnetzwerkbayern.de,
www.bayern-gegen-ausbeuterische-kinderarbeit.de

Kick for One World

Anlässlich der Fußballweltmeisterschaft 2010 in Südafrika hat sich ein Bündnis verschiedener Nichtregierungsorganisationen gebildet, um für eine gerechte Weltmeisterschaft einzutreten. Zum einen setzen sie sich dafür ein, dass die WM 2010 vor allem für die Menschen im südlichen Afrika eine Bereicherung wird – sowohl sozial als auch ökonomisch. Das Bündnis fordert die FIFA und die Regierung Südafrikas auf, vorrangig lokalen HändlerInnen und südafrikanischen Unternehmen außerhalb und innerhalb der Bannmeile ein Verkaufsrecht einzuräumen. Außerdem sollen durch kostenlose öffentliche Übertragungen (Public Viewings) auch die Menschen in den Townships die Spiele sehen können. Zum anderen soll die Kampagne die Menschen in Deutschland für die Entwicklungsprobleme und -chancen des Landes sensibilisieren und motivieren, sich für ein gerechtes Südafrika einzusetzen.

(Quelle: www.kick-for-one-world.net)

Kontakt: Koordination Südliches Afrika (KOSA) e.V., August-Bebel-Str. 62, D-33602 Bielefeld, Tel. +49-(0)521-986485152, kosa@kosa.org, www.kosa.org, www.kick-for-one-world.net

Made by Kinderhand

Die Münchner Kampagne macht auf das Schicksal von Millionen Kindern aufmerksam, die sich weltweit bei ausbeuterischen und gefährlichen Arbeiten quälen. Ziel ist, über die unhaltbaren Zustände aufzuklären, Produktalternativen vorzustellen sowie Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Kontakt: Agendakoordination Eine Welt, Heinz Schulze, Referat für Gesundheit und Umwelt, Bayerstr. 28a, D-80336 München, Tel. +49-(0)89-23347561, kinderarbeit@nordsuedforum.de, www.kinderhand.nordsuedforum.de

München Café

Global denken, lokal handeln – das ist das Motto der Kampagne „München Café“. Der Kaffee aus verschiedenen Arabicasorten sichert Kleinbauern und deren Kooperativen in Mittel- und Südamerika faire Preise für ihre Produkte. Mit dem höheren Einkommen können sie Alphabetisierungskurse sowie Kredit- und Ausbildungsprogramme für eine ökologische Landwirtschaft finanzieren. Zusätzlich gehen fünf Cent pro verkauftem Päckchen an das Klimabündnis München-Amazonas. Es unterstützt die Ashaninka, eine Volksgruppe, die im peruanischen Urwald lebt und für den Erhalt ihres Lebensraumes kämpft. Verkauft wird der München Café in verschiedenen Weltläden, Hopfisterei-Filialen und Naturkostläden oder per Versand.

Versand und Liste der Verkaufsstellen: Fairkauf Handelskontor eG, Brecherspitzstr. 8, D-81541 München, Tel. +49-(0)89-30904490, vertrieb@fairkauf-handelskontor.de, www.muenchen-cafe.de

Saubere Kleidung

Die Kampagne für saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign, CCC) wird von einem Netzwerk von über 300 Gewerkschaften und NROs, Verbraucherorganisationen, kirchlichen Gruppen, Eine-Welt-Läden, Recherche-Institutionen und Frauenrechtsorganisationen getragen. Sie existiert heute in zwölf europäischen Ländern und setzt sich für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der weltweiten Bekleidungs- und Sportartikelindustrie ein. Hierzu werden VerbraucherInnen informiert, wird mit Unternehmen verhandelt, werden Organisationen der ArbeiterInnen unterstützt und öffentliche Kampagnen durchgeführt.

(Quelle: www.saubere-kleidung.de)

Kontakt: Kampagne für saubere Kleidung, c/o Vereinte Evangelische Mission VEM, Christiane Schnura, Rudolfstr. 135, D-42285 Wuppertal, Tel. +49-(0)202-89004316, ccc-d@vemission.org, www.vemission.org, www.saubere-kleidung.de

Die Blumenkampagne

Etwa drei Milliarden Euro geben die BundesbürgerInnen jährlich für Schnittblumen aus. Damit hat Deutschland den höchsten Schnittblumenverbrauch in Europa. Jede dritte Schnittblume auf dem Weltmarkt wird in Äquatornähe angebaut, oft unter sehr schlechten Arbeitsbedingungen. FIAN koordiniert seit 1991 eine bundesweite Blumenkampagne, in der Brot für die Welt und terre des hommes sowie zahlreiche internationale Organisationen und Gewerkschaften mitwirken. Nach langjähriger Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit hat die Blumenkampagne 1999 mit Importeuren und Floristen das „Flower Label Programm“ (FLP) auf Grundlage des Internationalen Verhaltenskodex initiiert. Wichtige Kriterien sind: Gewerkschaftsfreiheit, Festanstellung und Existenz sichernde Löhne, Verbot der Diskriminierung von Frauen sowie Schutz der Gesundheit und der Umwelt durch Reduktion des Pestizideinsatzes. VerbraucherInnen können helfen die Situation zu verbessern, indem sie beim Blumenkauf auf das FLP-Siegel achten und den Handel immer wieder gezielt an seine Verantwortung erinnern.

(Quelle:

www.fian.de/fian/index.php?option=content&task=view&id=100&Itemid=13

Kontakt in München: Arne Klevenhusen, Bruckenfischerstr. 25, D-81547 München, Tel. +49-(0)89-69381438, fian_muc@gmx.de, www.fian.de

„Wir bringen den Stein ins Rollen ...!“

Für Schulen und Bildungseinrichtungen organisiert KATE - Kontaktstelle für Umwelt & Entwicklung im Herbst 2009 eine Schwerpunktkampagne zu Kinderrechten. In der indischen Steinindustrie arbeiten Kinder unter sklavenähnlichen Verhältnissen. Der deutsche Markt bezieht inzwischen ein Drittel aller Steine und auch Steinplatten, Bodenbeläge, Fliesen und Arbeitsplatten von dort. An der Kampagne können sich Schulen, einzelne Klassen, Kindergärten und andere Bildungseinrichtungen der Region beteiligen. Ziel ist es, genug Geld zu sammeln, um in Indien einen Steinbruch von Kinderarbeit zu befreien und damit rund 500 Familien zu helfen. Außerdem sollen Kinder und Jugendliche über das Thema Kinderrechte aufgeklärt und für die Problematik sensibilisiert werden. Schulen und Gruppen, die sich an dieser Aktion beteiligen, werden inhaltlich, methodisch, mit Informationsmaterial und ReferentInnen unterstützt.

(Quelle:

www.globaleslernen.de/coremedia/generator/ewik/de/03__Aktionen/Kampagnen-Detailseiten/Wir_20bringen_20den_20Stein_20ins_20Rollen.html)

Kontakt: KATE - Kontaktstelle für Umwelt & Entwicklung, Daniela Kirchner, Blumenstr. 19, D-70182 Stuttgart, Tel. +49-(0)711-2483970, teamassistentz@kate-stuttgart.org, www.kate-stuttgart.org

2.3 Wettbewerbe, Preise zu nachhaltigem Wirtschaften

Erklär's mal einfach – Finanzkrise und Armut

Der Lateinamerikaverein Talide e.V. lobte Preisgelder von insgesamt 1.800 Euro für Cartoonisten und Karikaturisten aus, die sich am Wettbewerb zum Thema „Erklär's mal einfach – Finanzkrise und Armut“ beteiligten. Gesucht wurde nach kritischen und satirischen Betrachtungen, die die Ursachen und Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise auf Korn nehmen und dabei die Widersprüche und Konflikte im kleinen wie im großen Zusammenhang aufgreifen.

Kontakt: TALIDE e.V., Waldemarstr. 33, D-18057 Rostock, Tel. +49-(0)381-2003028, talide@gmx.de, <http://cartoons.talide.de>, www.talide.de

Fairtrade-Towns

In Australien, Belgien, Schweden und 15 anderen Länder gibt es sie bereits länger: die „Fairtrade-Towns“. Seit Januar 2009 können sich nun auch deutsche Kommunen für den Titel bewerben. Mit Saarbrücken und Neuss hat Deutschland inzwischen seine beiden ersten Fairtrade-Städte. Weitere Informationen: www.fairtrade-towns.de

Hauptstadt des Fairen Handels

Die Servicestelle Kommunen in der Einen Welt zeichnet jedes Jahr deutsche Kommunen für ihr Engagement für den Fairen Handel aus. Für die besten Aktionen gibt es Preisgel-

der von insgesamt 100.000 Euro. Weitere Informationen: www.service-eine-welt.de/hauptstadtffh/hauptstadtffh-start.html

oikos Student Entrepreneurship Award

Für diesen Preis können sich Projekte bewerben, die zukünftigen Führungskräften Wissen zum nachhaltigen Handeln vermitteln. Darüber hinaus würdigt er Initiativen, die Hochschulen zu nachhaltigen Lernorten machen. Der Preis wird in zwei Kategorien verliehen und ist mit 1.000 Euro dotiert. Weitere Informationen: www.oikos-international.org/projects/award

2.4 Material, Literatur zu nachhaltigem Wirtschaften

ICLEI – Local Governments for Sustainability (Hrsg.): **Buy fair - Leitfaden für die öffentliche Beschaffung von Produkten aus Fairem Handel**. 12 S. Kostenloser Download unter www.service-eine-welt.de/images/text_material-539.img

Die Broschüre ist ein praxisnaher Ratgeber für öffentliche Verwaltungen, die fair gehandelte Produkte kaufen möchten. Sie beinhaltet eine Einführung in den Fairen Handel, Hinweise zur Minimierung rechtlicher Unklarheiten in der Beschaffung, Textbeispiele, die konkret für Ausschreibungen genutzt werden können, und Vorschläge für weiterführende Aktivitäten.

Entwicklungsland D – Eine Ausstellung über uns und die Welt. Bezug und weitere Informationen unter www.eineweltnetzbayern.de/entwicklungsland_d/index.shtml

Stark reduziert und deshalb provozierend: Die Ausstellung „Entwicklungsland D“ des Eine-Welt-Netzwerkes Bayern stellt Fotos aus den Ländern des Südens Aussagen aus dem deutschen Alltag gegenüber. Keine langen Texte, keine Grafiken, keine Zahlen – die Kontraste sprechen für sich.

Holzapfel, J. u. a.: **Expedition Welt. Vom Abenteuer, sich zu engagieren**. oekom, München 2008, 302 S., 16,90 €, ISBN 978-3-86581-089-2

Acht Monate lang reisten Jan, Tim und Matti durch Asien, Afrika und Lateinamerika und besuchten 33 „SozialunternehmerInnen“: Menschen, die nicht tatenlos zusehen, wenn etwas schief läuft, sondern auf eigene Faust gesellschaftliche Probleme bekämpfen. Sie handeln unternehmerisch, ohne an finanzielle Vorteile für sich selbst zu denken. Die drei weltreisenden Wirtschaftsstudenten porträtieren die „Spezies“ SozialunternehmerInnen und geben konkrete Tipps, wie junge Menschen selbst aktiv werden können.

Nord Süd Forum München, Agenda-21-Koordination Eine Welt (Hrsg.): **Fairer Einkauf in München - gewusst wo!** München 2008, 35 S. Kostenloser Download unter www.nordsuedforum.de/nosfo/kampagnen/fairer_einkauf.shtml.

Die Broschüre liefert praktische Einkaufstipps für VerbraucherInnen, die in München nach ökologisch- und sozialverträglichen Produkten suchen. Der Führer kann auch in größerer

Stückzahl kostenlos beim Nord Süd Forum München (bitte vorher anrufen, Tel. +49-(0)89-85637523) oder in der Stadtinformation im Münchner Rathaus, Marienplatz, abgeholt werden.

Nord Süd Forum München, Agenda-21-Koordination Eine Welt (Hrsg.): **Fairer Einkauf in München 4 Kids**. München 2008, 38 S. Kostenloser Download unter www.nordsuedforum.de/nosforessourcen/doc/nosfo/einkaufsfuehrer_kids_ansichts.pdf oder Abholung (siehe oben).

Dieser faire Einkaufsführer eignet sich gut für die Bildungsarbeit mit Kindern. Sie erfahren darin, unter welchen Bedingungen einige Produkte hergestellt werden und was sie beim Einkauf tun können, um ein wenig Verantwortung zu übernehmen.

Brot für die Welt (Hrsg.): **Finanzkrise**. Zeitschrift Global Lernen, Ausgabe 2009-1. Kostenloser Download unter www.friedenspaedagogik.de/service/zeitschrift_global_lernen oder kostenloser Bezug bei: Schulprojektstelle Globales Lernen, Büro Stuttgart, „Brot für die Welt“, Stafflenbergstr. 76, D-70184 Stuttgart, Tel. +49-(0)711-21590

Die globale Finanzkrise zeigt eindrücklich, wie stark die Lebensstile der westlichen Welt mit den Lebensbedingungen in den sogenannten Entwicklungsländern verknüpft sind. In diesem Heft werden ausgewählte Aspekte des Themas beleuchtet. Die Jugendlichen können zunächst nachvollziehen, wie die Krise ihren Anfang genommen hat und welche Ursachen diskutiert werden. Weiterhin geht es darum, die möglichen Auswirkungen auf die Entwicklungsländer zu erfahren und die staatlichen Rettungsmaßnahmen zu bewerten. Schließlich geht es darum, welche Regeln und moralischen Grundsätze die Wirtschaftsordnung in Zukunft prägen sollten.

Universität Bremen (Hrsg.): **Finanzkrise**. BNE-Journal, Ausgabe 6, März 2009. Online zu lesen unter www.bne-portal.de, Journal Bildung für nachhaltige Entwicklung
Das BNE-Journal beschäftigt sich mit der Frage, ob in der gegenwärtigen Finanzkrise eine Chance zu einer nachhaltigen Entwicklung steckt.

Landesmediendienste Bayern e.V. (Hrsg.): **Fokus Afrika**. Reihe FilmBildung, Ausgabe 7/2009, 4 S. Bezug auch in größeren Mengen kostenlos bei Landesmediendienste Bayern e.V., Tel. +49-(0)89-38160920, Fax 0 89/38 16 09-20, info@landesmediendienste-bayern.de, www.landesmediendienste-bayern.de

Zur Fußballweltmeisterschaft 2010, die auf afrikanischem Boden ausgetragen wird, stellen die Landesmediendienste Bayern auf vier Seiten 60 Filme zum Thema Afrika vor. In den Spiel-, Sach- und Dokumentarfilmen geht es um wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Probleme, mit denen die afrikanischen Staaten konfrontiert sind: Aids und Armut, die Folgen von Kolonialismus und Bürgerkriegen. Aber auch der Alltag afrikanischer Familien und die Wünsche und Hoffnungen der Jugendlichen sind Thema. „Fokus Afrika“ eignet sich für die schulische und außerschulische pädagogische und politische Filmarbeit.

Geldkiste – Materialien für Schule und Jugendarbeit

Im Rahmen seiner entwicklungspolitischen Bildungsarbeit plant der Oikocredit Förderkreis Bayern Anfang 2010 eine Materialkiste rund um das Thema Geld herauszugeben. Das Angebot wird sich an Lehrkräfte in Schulen sowie an DozentInnen, ReferentInnen und ehrenamtliche MitarbeiterInnen in der außerschulischen Jugendbildungsarbeit richten. Die Materialsammlung soll Arbeitshilfen, Spiele, Filme, CD-ROMs, Unterrichtsentwürfe sowie Hintergrundinformationen, Link- und Literaturlisten zu folgenden Themenschwerpunkten enthalten: 1. Was ist Geld? (Geschichte, Funktion, Finanzsystem, Regionalgeld, Geld & Besitz); 2. Geld verantwortlich einsetzen (ethisches Investment, nachhaltiges Wirtschaften, Entwicklung durch Mikrokredite, Ver- und Entschuldung von Entwicklungsländern, Schuldenerlass und internationales Insolvenzverfahren); 3. Oikocredit – in Menschen investieren (Ethisches Investment zur Armutsbekämpfung). Die Geldkiste steht voraussichtlich im Februar an zwei Standorten zum Ausleihen gegen Kautions- und Versandkosten zur Verfügung. Weitere Informationen Ende 2009 auf der Homepage des Förderkreises oder bei Oikocredit Bayern, Karin Günther, Lorenzer Platz 10, D-90402 Nürnberg, Tel. +49-(0)911-376900, bayern.fk@oikocredit.org, www.oikocredit-bayern.de

Nord Süd Forum (Hrsg.): **Kinder sind keine Sklaven**. CD-Rom, 5,00 €. Bezug: Nord Süd Forum München, Tel. +49-(0)89-85637523, info@nordsuedforum.de, www.nordsuedforum.de

Die CD-Rom ist eine praktische Handreichung zur bayrischen Kampagne gegen ausbeuterische Kinderarbeit.

Matschke, M.: **Kleidung global - Arbeitsbedingungen und internationale Sozialstandards**. 143 S., 5,00 €. Bezug: Nord Süd Forum München, Tel. +49-(0)89-85637523, info@nordsuedforum.de, www.nordsuedforum.de

Unter welchen Bedingungen werden unsere Kleider in Entwicklungsländern hergestellt und wie können beispielsweise die internationale Arbeitsorganisation der Vereinten Nationen (ILO) und die Verbraucherorganisationen zur Verbesserung der Situation der Arbeiterinnen beitragen? „Kleidung global“ untersucht Hintergründe und Zusammenhänge.

Let's make money. Schulmaterialien zum gleichnamigen kritischen Dokumentarfilm von Erwin Wagenhofer. 2008, 32 S. Kostenloser Download unter www.bne-portal.de/coremedia/generator/unesco/de/02__Was_20ist_20BNE/04__Lehr__und__Lernmaterialien/Let_27s_20make_20money.sourcePageId=5094.html Ende Oktober lief mit „Let's make Money“ der Film zur Finanzkrise in deutschen Kinos an. Der österreichische Dokumentarfilmer Erwin Wagenhofer begibt sich in dem Streifen auf die Spur unseres Geldes und nimmt den Zuschauer mit auf eine Reise durch das internationale Finanzsystem. Zu der Dokumentation wurden auch kostenlose Schulmaterialien veröffentlicht. Sie zeichnen die Inhalte des Films nach und bieten in sechs Modulen Anknüpfungspunkte für den Unterricht. Die Unterrichtseinheiten können ab der 10. Jahrgangsstufe eingesetzt werden und eignen sich für die Fächer Deutsch, Religion, Geschichte oder Wirtschafts- und Rechtslehre.

Nord Süd Forum (Hrsg.): **Made by Kinderhand..** CD, 3,00 €, Bezug: Nord Süd Forum München, Tel. +49-(0)89-85637523, info@nordsuedforum.de, www.nordsuedforum.de
Eine Powerpoint-Einführung in das Thema München gegen ausbeuterische Kinderarbeit.

Ökolumbis. Ein Planspiel zur nachhaltigen Regenwaldnutzung am Beispiel Kolumbiens. ab Jahrgangsstufe 5, Infos zum Spielablauf:

www.partnerschaftsprodukte.de/oekolumbis.html, benötigtes Material auf CD ROM, gegen 10,- € (zzgl. 2,- € Versand), Bezug: lydia.thiel@web.de.

Planspiele eignen sich besonders zur Simulation konfliktreicher Situationen mit vielen AkteurInnen. Auf der Grundlage eines Szenarios übernimmt jeder Teilnehmende eine zugewiesene Rolle (z.B. Kleinbauer/-bäuerin oder GroßgrundbesitzerIn). In der Regel agieren die SpielerInnen in Kleingruppen. Sie erhalten dafür ein Gruppen- bzw. Rollenprofil, das ihre jeweiligen Rollen im Entscheidungsprozess und ihre Interessen und Positionen festlegt (z.B. Regenwald für den schnellen Profit abholzen). Das Planspiel „Ökolumbis“ ist ein vollständig ausgearbeitetes Konzept mit den gesamten Materialien für den projektorientierten Unterricht. Es basiert auf dem realen Pilotprojekt „Partnerschaftsprodukte“ (www.partnerschaftsprodukte.de), das vom gleichnamigen Verein durchgeführt wird.

oekom verlag (Hrsg.): **Vom Strippenziehen. Die Folgen von Lobbying & Korruption für Umwelt und Gesellschaft.** politische ökologie 117-2009, 72 S., 14,90 €, ISBN 978-3-86581-185-1. Bezug: www.oekom.de (www.oekom.de/zeitschriften/politische-oekologie/archiv/politische-oekologie-archiv/heft/418.html)

IndustrieberaterInnen verwässern Brüsseler Umweltgesetze, AKW-Betreiber finanzieren Umweltgruppen, die für Atomkraft werben und marktradikale Denkfabriken schleusen ExpertInnen in Polit-Talkshows ein: Die Ausgabe 117 der politischen ökologie zeigt auf, mit welchen Mitteln wirtschaftliche Eliten Politik und Meinungsbildung beeinflussen und was für mehr Transparenz getan werden kann.

Baier A., Müller C., Werner K.: **Wovon Menschen leben.** Arbeit, Engagement und Muße jenseits des Marktes. oekom, München 2007, 305 S., 24,90 €, ISBN 978-3-86581-075-5
Auch im 21. Jahrhundert leben Menschen von wesentlich mehr als der Markt zu bieten hat. Natur, Muße und Gemeinsinn bilden die Ressourcen, von denen und für die sie leben. Zwei Drittel der gesellschaftlich notwendigen Arbeit bestehen aus Hausarbeit, Eigenarbeit und Ehrenamt. Welche Bedeutung diese »andere Ökonomie« im Alltag von Menschen hierzulande immer noch hat, zeigt das vorliegende Buch anhand zahlreicher Fallbeispiele.

Eine gleichnamige Wanderausstellung zeigt anhand von Foto- und Textportraits, wie Menschen im Alltag Lebenssinn produzieren, ihre Sozialräume gestalten und sich für andere und die Natur engagieren. Die Ausstellung kann gegen Versandkosten entliehen werden. Weitere Informationen unter www.anstiftung-ertomis.de/opencms/opencms/ausstellung.

Brot für die Welt; u.a. (Hrsg.): **Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt.** Ein Anstoß zur gesellschaftlichen Debatte. Eine Studie des Wuppertal-Instituts für

Klima, Umwelt, Energie. Fischer, Frankfurt/Main 2008, 660 S., 14,95 €, ISBN 978-3596178926. Bezug: Über den Buchhandel, unter www.bundladen.de oder im Shop von Brot für die Welt (www.brot-fuer-die-welt.de). Kostenloser Download der Kurzfassung („Wegmarken für einen Kurswechsel“) und vielfältige Aktions- und Bildungsmaterialien zur Studie unter www.zukunftsfaehiges-deutschland.de/zukunftsfaehiges_deutschland/materialien/
Die Studie des renommierten Wuppertal-Instituts im Auftrag mehrerer großer Umwelt- und humanitärer Organisationen ist ein handlungsorientierter Anstoß für eine Debatte über die Zukunft unseres Landes.

2.5 Links zu nachhaltigem Wirtschaften

www.ag-gwo.de

Die christlich motivierte „Arbeitsgruppe gerechte Wirtschaftsordnung“ (AG-GWO) erstellt und verleiht Medien und Materialien für Schule und Erwachsenenbildung.

www.buergerhaushalt.de

Der sogenannte Bürgerhaushalt oder auch Beteiligungshaushalt ist eine relativ neue, direkte Art der kommunalen Bürgerbeteiligung. In Porto Alegre (Brasilien) wurde der Beteiligungshaushalt erstmals durchgeführt. Inzwischen wurde die Idee von dort in viele Teile der Welt „exportiert“. Vor allem im Rahmen der Lokalen Agenda 21 gab es hier Initiativen. Mittlerweile führen etwa 50 europäische Städte einen Bürgerhaushalt. Die interaktive Website www.buergerhaushalt.de liefert grundlegende sowie aktuelle Informationen zum Thema, vernetzt die Akteure und stellt die Entwicklung der Bürgerhaushalte in Deutschland dar.

www.buergerhaushalt.org

Die gemeinsame Webseite von Bundeszentrale für politische Bildung und Inwent bietet grundlegende Informationen zum Bürgerhaushalt und einen guten Überblick über die aktuelle Entwicklung in Deutschland.

www.cmb.hu-berlin.de

Webseite des Centre Marc Bloch (cmb) der Humboldt-Universität Berlin, das den Forschungsschwerpunkt „Partizipative und Repräsentative Demokratie“ mit einem Fokus auf die Bürgerhaushalte in Europa hat.

www.eineweltbilanz.de

Ziel der Münchner EineWelt Bilanz, der MEineWeltBilanz, ist es, komplexe Sachverhalte vereinfacht und auf Fakten reduziert darzustellen. Sie werden unter ökologischen, sozialen oder ökonomischen Aspekten betrachtet. Konkrete Verantwortlichkeiten und Handlungsansätze werden sichtbar. Von Orangensaft über Geldanlagen bis hin zur Stadtpolitik wird der Münchner Bezug zur Einen Welt dargestellt. Anhand ausgewählter Beispiele wird

aufgezeigt, wie Münchner BürgerInnen, Unternehmen und die Stadtpolitik in der Welt wirken.

www.erlassjahr.de

„erlassjahr.de – Entwicklung braucht Entschuldung“ ist ein breites gesellschaftliches Bündnis. Zu den über 1.000 Trägerorganisationen gehören Landeskirchen, Diözesen, entwicklungspolitische Organisationen, Eine-Welt-Gruppen, Kirchengemeinden und Weltläden. Sie kämpfen gegen die hohe Schuldenlast in vielen Ländern des Südens, die wichtige Investitionen in Gesundheit, Bildung und Infrastruktur unmöglich macht. Zentrales Ziel von erlassjahr.de ist ein faires und transparentes Schiedsverfahren, das einen Interessenausgleich zwischen Gläubigern und Schuldnern ermöglicht.

www.faktor4.org

„Faktor vier – doppelter Wohlstand, halbiertes Naturverbrauch“: Mit diesem Titel warb Ernst Ulrich von Weizsäcker 1995 für einen drastisch gesenkten Ressourcenverbrauch. Auf der Webseite wird die Theorie erklärt; Beispiele aus der Praxis zeigen, dass sie auch funktioniert.

www.fairbrechen.de

Die Webseite „fairbrechen.de – Lebenslänglich für den Fairen Handel“ ist eine Mischung aus Wettbewerb, Informationen und politischer Arbeit. Mit der Aktion will der Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) in Bayern den Fairen Handel pushen. Auf jugendgerechte Weise und mit viel Humor wird das komplexe Thema vermittelt. Es gibt eine Kartei mit prominenten „Fairbrechern“ und einen Fortsetzungskrimi, dessen Lösung mit einem Preis belohnt wird. Im Servicebereich kann man ein Fair-Party-Paket mit Produktproben und eine modische Grundausstattung mit „fairbrecher“-Logo bestellen.

www.fairhandeln-bayern.de

Webseite des Eine-Welt-Netzwerks Bayern zur Kampagne „Handeln ist gut. Fair handeln ist besser.“

www.foes.de

Das Forum ökologisch-soziale Marktwirtschaft, früher „Förderverein Ökologische Steuerreform“, setzt sich für eine ökologisch-soziale Marktwirtschaft ein, in der „Preise nicht nur die ökonomische, sondern auch die ökologische Wahrheit sagen.“

www.kate-stuttgart.org

Die Kontaktstelle für Umwelt & Entwicklung entstand 1997 und setzt sich seither für eine faire Globalisierung ein. Schwerpunkte der Arbeit sind die weltweit zunehmende Armut und Umweltzerstörung. KATE sucht die Zusammenarbeit mit Kirchen und Kommunen und knüpft aktive Bündnisse und Netzwerke mit entwicklungspolitischen PartnerInnen in Europa und Lateinamerika. Die Kontaktstelle versteht sich als Beratungs- und Dienstleistungsorganisation.

www.kidz-at-work.net

Die Website ist eine Kampagne von News!, dem europäischen Netzwerk der Weltläden. Es informiert kindgerecht über Kinderarbeit und Fairen Handel.

www.oeko-fair.de

Die Seite der Verbraucher Initiative e.V. (Bundesverband der kritischen Verbraucherinnen und Verbraucher) soll den nachhaltigen Konsum fördern und informiert über Produkte und Organisationen, die sich für ökologische, sozial gerechte oder öko-faire (Konsum-)Alternativen einsetzen.

www.oikocredit.org

Oikocredit ist eine internationale Genossenschaft, die sich für weltweite Gerechtigkeit einsetzt. Sie motiviert Einzelpersonen, Kirchen und andere Organisationen, ihre Rücklagen sozial verantwortlich zu investieren, und so benachteiligten Menschen mit (Mikro-)Krediten eine Chance auf wirtschaftliche Eigenständigkeit zu geben.

www.oxfam.de

Oxfam ist ein Zusammenschluss von Nichtregierungsorganisationen, die sich für die weltweite Armutsbekämpfung einsetzen.

<http://stell-dich-gegen-armut.de>

Gemeinsame Webseite von „UN-Millenniumskampagne“ und „Deine Stimme gegen Armut“. Gemeinsam rufen die NGOs Jugendliche in Deutschland auf, sich mit kreativen Aktionen für die Millenniumsziele stark zu machen.

www.suedwind-institut.de

Das Südwind-Institut für Ökonomie und Ökumene setzt sich für globale wirtschaftliche, soziale und ökologische Gerechtigkeit ein. Es forscht in Bezug auf gerechte Wirtschaftsbeziehungen und entwickelt Instrumente und Handlungsmöglichkeiten, zum Beispiel für NGOs, Kirchen, Politik oder Unternehmen.

www.venro.org

Venro ist ein freiwilliger Zusammenschluss von rund 100 privaten und kirchlichen Trägern der Entwicklungszusammenarbeit in Deutschland. Sie leisten Nothilfe sowie entwicklungspolitische Bildungs-, Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit.

www.von-armut-bis-zucker.de

Webseite zur gleichnamigen bundesweiten Kampagne der Arbeitsgemeinschaft der Eine-Welt-Landesnetzwerke in Deutschland (agl), die einen guten Überblick über die Themen und Projekte der verschiedenen landesweiten Gruppen liefert.

3. Regionalwirtschaft

Inhalte:

Regionales Wirtschaften

Regionalwährungen

Tauschringe/Zeitbanken

solidarisches Wirtschaften

Eigenarbeit/Subsistenzwirtschaft

3.1 Projekte zur Regionalwirtschaft

Frühstücken: gesund – regional – nachhaltig!

Die seit 2006 in der Rhön angebotenen Frühstückswochen sind ein fächerübergreifendes, handlungsorientiertes Bildungsangebot für SchülerInnen, das den Wert regionaler Wirtschaftskreisläufe und einer gesunden, umweltverträglichen Ernährung vermitteln soll. Die Kinder und Jugendliche erfahren anhand praktischer Beispiele, wie sich eine gesunde Ernährung auf die eigene Leistungsfähigkeit auswirkt. Sie lernen verschiedene Lebensmittel genauer kennen und erfahren, was diese mit regionalen Wirtschaftskreisläufen und der Sicherung von Arbeitsplätzen zu tun haben. Auch die ökologischen Folgen einer nachhaltigen bzw. unnachhaltigen Ernährungsweise werden thematisiert. Wegen der gestiegenen Nachfrage werden mittlerweile MultiplikatorInnen geschult, die das Projekt auch außerhalb der Region umzusetzen können. (Dekade-Projekt 2008/2009)

(Quelle: www.bne-portal.de, Dekade-Projekte)

Zielgruppe: Kinder, Jugendliche (3. Jgst. bis Oberst. Gymn.)

Kontakt: Naturpark und Biosphärenreservat Bayer. Rhön e.V., Michael Dohrmann, Oberwaldbehringer Str. 4, D-97656 Oberelsbach, Tel. +49-(0)9774-910250, info@brrhoenbayern.de, www.naturpark-rhoen.de

Haus der Eigenarbeit (HEI)

1987 gründete die Stiftung „anstiftung“ das Haus der Eigenarbeit (HEi) in München, um privater Eigenarbeit in der Stadt einen Platz zu geben und in den öffentlichen Raum zu holen. In den Werkstätten für Holz, Metall und Schmuck können die NutzerInnen ihre Produktivität auf eigene Weise und in ihrer eigenen Zeit entfalten. Daneben gibt es Raum für Gruppen, die sich hier zu allen Tageszeiten treffen können. So ist das HEi, je nach Wochentag und Tageszeit, Werkstatt, Theaterbühne, Spielplatz oder Forum, aber auch Café, Ausstellungs- und Seminarraum. Das HEi kooperiert außerdem mit allen Schultypen und bietet als außerschulischer Partner Gelegenheit zum praktischen Lernen. SchülerInnenengruppen arbeiten in den Werkstätten des HEi, oder HandwerkerInnen kommen in die Schule.

(Quelle: www.hei-muenchen.de)

Zielgruppe: Kinder, Jugendliche, Erwachsene

Kontakt: HEi, Haus der Eigenarbeit, Wörthstraße 42, D-81667 München, Tel. +49-(0)89-4480623, welcome@hei-muenchen.de, www.hei-muenchen.de

Heimat auf'm Teller

Aus einer Idee des fränkischen Naturschutzzentrums Wengleinpark und eines Gastronomen entstanden das Projekt und der Verein „Heimat auf'm Teller“. Die Kooperation zwischen LandwirtInnen, VeredlerInnen, GastronomInnen, Tourismus- und Landwirtschaftsamt soll regionale Wirtschaftskreisläufe in Mittelfranken stärken. Nach dem Motto „Die leckerste Art unsere Landschaft zu erhalten“, bieten die teilnehmenden Gasthäuser traditionelle und saisonale Gerichte aus heimischen Produkten auf einer separaten Speisekarte an. So werden unnötig lange Transportwege für Lebensmittel vermieden und die Kulturlandschaft mit ihren bäuerlichen Betrieben, regionalen Strukturen und Wirtschaftskreisläufen erhalten. Mehrmals jährlich stattfindende Aktionswochen machen den Gästen das gastronomische Zusatzangebot bekannt und schmackhaft.

(Quelle: <http://heimat.baum-hersbruck.de/verein/gruendung.html>)

Zielgruppe: LandwirtInnen, GastwirtInnen, Fremdenverkehrsämter, Lebensmittelgewerbe

Kontakt: Naturschutzzentrum Wengleinpark e.V., Rainer Wölfel, Am Schloss 14, D-91239 Henfenfeld, Tel. +49-(0)9151-70200, info@naturschutzzentrum-wengleinpark.de, www.naturschutzzentrum-wengleinpark.de, www.heimat-aufm-teller.de

Meine Region im 21. Jahrhundert – SchülerInnen entwickeln eine regionale Nachhaltigkeitsstrategie

Über 200 SchülerInnen haben sich intensiv mit der nachhaltigen Entwicklung der eigenen Region auseinandergesetzt. Die Besonderheiten des Naturraumes, aber auch eine nachhaltige wirtschaftliche Regionalentwicklung und die gesellschaftlichen Zusammenhänge sollten erfahren und verstanden werden. Die beteiligten Kinder und Jugendlichen der Kooperativen Gesamtschule Schneverdingen (KGS) haben gemeinsam mit der Lehrkraft ein Arbeitsthema gewählt und im Unterricht die Grundlagen dazu erarbeitet. Ob Energie, Tourismus oder Konsum, alle Themen wurden aus dem Blickwinkel einer zukunftsfähigen Entwicklung der Region betrachtet. In einem nächsten Schritt ist der Zustand vor Ort erkundet worden. Die Methoden dieser Erkundung waren vielfältig und reichten von Exkursionen über Interviews mit BürgerInnen bis zu Kontakten mit AkteurInnen in Schlüsselpositionen. Ein Kernstück der Arbeit mit den Klassen war die Organisation und Durchführung einer Ausstellung in der Schneverdingen Innenstadt. Hierfür wurden die Arbeitsergebnisse der Klassen in ansprechender Art und Weise für die MitbürgerInnen aufbereitet. (Dekade-Projekt 2006/200)

Zielgruppe: Kinder, Jugendliche (SEK I und II)

Kontakt: Alfred Toepfer Akademie für Naturschutz (NNA), Marion Mockenhaupt, Hof Möhr, D-29640 Schneverdingen, Tel. +49-(0)5198-9890-70, nna@nna.niedersachsen.de,

Nachhaltige Schülerfirma „Schnell im Biss“

Bei der Schülerfirma „Schnell im Biss“ handelt es sich um einen Cateringservice, der fair und ökologisch organisiert ist und sich einer gesunden Ernährung verschrieben hat. Die SchülerInnen arbeiten mit regionalen AnbieterInnen von Obst, Vollkornsnacks und Säften zusammen und catern Veranstaltungen innerhalb der Schule, von Konferenzen über Tagungen bis hin zu Elternabenden. So lernen sie das selbständige Organisieren und erfahren ganz praktisch wie Lebensmittel in der Region hergestellt werden. Für das nötige Know-how wird mit außerschulischen Partnern wie der Deutschen Gesellschaft für Ernährung oder dem Verbraucherschutz zusammengearbeitet. Ein Kochbuch mit Rezepten von SeniorInnen, illustriert von GrundschülerInnen wird vorbereitet. (Dekade-Projekt 2006/2007).

(Quelle: [www.bne-portal](http://www.bne-portal.de), Dekade-Projekte)

Zielgruppe: Jugendliche

Kontakt: Berufsbildende Schulen I (Wirtschaft und Verwaltung) in Northeim, Ronald Geyer, Sudheimer Str. 36-38, D-37154 Northeim, Tel. +49-(0)5551-98440, reise-wind@aol.com, www.bbs1-northeim.de

Nawaros - Zukunft unserer Region?!

Bei dem Projekt handelt es sich um eine Bildungsmaßnahme der Landjugend in der niederbayrischen Region Straubing-Bogen. Junge Menschen sollen für und über das Thema Umweltschutz im Bezug auf nachwachsende Rohstoffe („Nawaros“) interessiert und informiert werden. Es wird dabei gezielt an Schulen und an die Gruppen der KLJB (Katholische Landjugend) im Raum Straubing herangetreten. ReferentInnen, eine Wanderausstellung und ein Film zeigen den jungen Menschen auf, welche Möglichkeiten es im Bereich der nachwachsenden Rohstoffe bereits gibt. Besonders betont wird hierbei der regionale Aspekt, d.h. was tut sich aktuell in der Region in diesem Bereich? Die Ausstellung soll zusätzlich aufzeigen, welche Produkte aus den Rohstoffen entstehen und welchen Beitrag jeder Einzelne leisten kann, um weniger Ressourcen zu verbrauchen. Der Film kann von Schulen, Lehrkräfte und JugendleiterInnen kostenlos bei der Stadtbildstelle Straubing (www.bildstelle.straubing.de) ausgeliehen werden. Unter www.nawaros-sr.de, Rubrik Termine finden Lehrkräfte weitere Unterrichtsmaterialien. (Dekade-Projekt 2008/2009)

(Quelle: www.nawaros-sr.de)

Zielgruppe: Jugendliche, junge Erwachsene (14 bis 21 Jahre)

Kontakt: KLJB-Arbeitsgemeinschaft Straubing-Nord, Claudia Hirtreiter, Lindenstr. 48a, D-94342 Strasskirchen, Tel. +49-(0)160-96247799, info@nawaros-sr.de, www.nawaros-sr.de

Rückenwind

„Rückenwind“ ist ein Projekt der evangelisch-lutherischen Kirche in Bayern. Schon vor Jahren schienen die Themen ähnlich wie heute zu sein: In Zeiten der Finanzknappheit, des Stellenabbaus und der ungenutzten Chancen für mehr Umweltschutz wollte die Kirche ein Zeichen setzen für Arbeit und Umwelt. Sie sammelte 1,25 Millionen Euro an Spenden und zinslosen Darlehen, um damit eine Windkraftanlage für mindestens 20 Jahre zu betreiben. Seit dem Dezember 2000 ist die „Rückenwind-Anlage“ im Windpark Neukirchen am Netz. Sie erzeugt auf umweltfreundliche Weise Strom, entlastet die Natur und erwirtschaftet Jahr für Jahr genügend Geld, um damit zwei halbe Stellen für die kirchliche Umweltberatung zu finanzieren.

(Quelle: www.bayern-evangelisch.de/www/engagiert/projekt-rueckenwind.php)

Kontakt: Umweltreferat der Evang.-Luth. Kirche in Bayern, Postfach 200751, D-80007 München, Tel. +49-(0)89-54821911, www.bayern-evangelisch.de

ZeitBank

Das Prinzip: Menschen tun etwas für andere Menschen – beispielsweise Betreuung oder Nachbarschaftshilfe – und die dafür aufgewendete Zeit wird auf einem persönlichen Konto gutgeschrieben. Dafür kann der Teilnehmer oder die Teilnehmerin wiederum Gegenleistungen in Zeitstunden beziehen oder auch sein Guthaben als Altersvorsorge ansparen. TeilnehmerInnen, die keine Zeitstunden auf ihrem Konto haben oder selbst keine Leistungen anbieten, können auch Stunden kaufen (derzeit 8,00 €/Std.). Ziel der ZeitBank ist die Förderung des ehrenamtlichen, zivilbürgerschaftlichen Engagements und der engmaschigen Vernetzung regionaler Gemeinschaften im sozialen Bereich.

(Quelle: www.zeitbank.net)

Zielgruppe: Erwachsene

Kontakt: ZeitBank e.V., Situlistr. 75, Mohr-Villa, D-80939 München, Tel. +49-(0)89-32729771, info@zeitbank.net, www.zeitbank.net

3.2 Kampagnen zur Regionalwirtschaft

Der Chiemgauer

Der Chiemgauer e. V. ist ein gemeinnütziger Verein, der sich für eine nachhaltige Regionalentwicklung einsetzt. Ein Projekt des Vereins ist die Regionalwährung „Chiemgauer“. Wie andere Regionalwährungen auch ergänzt er den Euro. Er dient dazu, die Region zu stärken, indem er regionale Kreisläufe fördert. Die VerbraucherInnen tauschen Euro eins zu eins in Chiemgauer ein. Damit können sie in der Region einkaufen, so wie mit dem Euro. Die Unternehmer müssen beim Rücktausch eine Gebühr von fünf oder zehn Prozent bezahlen. Das heißt, auch sie werden versuchen, den Chiemgauer möglichst wieder in der Region auszugeben. So fördert die Währung regionale Kreisläufe. Darüber hinaus

macht sich der Verein mit SchülerInnenunternehmen, Kongressen und vielerlei Veranstaltungen für eine „lernende Region“ stark. Im Mittelpunkt stehen Fragen wie Klimaschutz und nachhaltiges Wirtschaften.

(Quelle: www.chiemgauer.info)

Kontakt: Regios eG, Christian Gelleri, Tizianstr. 21, D-83026 Rosenheim, Tel. +49-(0)8031-352665, Christian@Gelleri.com, www.chiemgauer.info

Pioniere der Region – regionale Strategien in Zeiten der Globalisierung

Strukturwandel, demografischer Wandel, Klimawandel – die Themen, die in den Metropolen diskutiert werden, sind längst auch in der Region angekommen. In der Veranstaltungsreihe „Pioniere der Region – regionale Strategien in Zeiten der Globalisierung“ stellt die Stiftungsgemeinschaft anstiftung & ertomis Persönlichkeiten vor, die dazu beitragen, dass der ländliche Raum attraktiv bleibt - zum Leben und zum Arbeiten. Die Pioniere stehen zum einen für ökonomische Strategien, die einen „sozialen Mehrwert“ schaffen. Und sie stehen für Bürgerschaftliches Engagement und neue Wege zu einer lebendigen Bildung. Pioniere der Region findet im Kempodium in Kempten in Kooperation mit PartnerInnen vor Ort statt, darunter das Amt für Landwirtschaft und Forsten Kempten und die lokale Agenda 21.

(Quelle: www.anstiftung-ertomis.de/opencms/opencms/region/pioniere.html)

Kontakt: Stiftungsgemeinschaft anstiftung & ertomis, Daiserstr. 15, D-81371 München, Tel. +49-(0)89-7474600, info@anstiftung-ertomis.de, www.anstiftung-ertomis.de

3.3 Material, Literatur zur Regionalwirtschaft

Friebe, H., Ramge T.: **Marke Eigenbau. Der Aufstand der Massen gegen die Massenproduktion.** Campus, Frankfurt 2008, 288 S., 19,90 €, ISBN 978-3593386751
BastlerInnen, KunsthandwerkerInnen, HackerInnen und Sozial-Entrepreneure – sie alle sind AgentInnen einer heimlichen Massenbewegung. Die Revolution des Selbermachens baut auf neue Formen der Kooperation und bedient neue Nischen, die in der Summe mächtiger werden als der Massenmarkt – davon sind jedenfalls die beiden Autoren überzeugt. Ihrer Meinung nach ist die „Marke Eigenbau“ im Begriff, zur wertvollsten Marke des 21. Jahrhunderts zu werden, was anhand internationaler und nationaler Beispiele aufgezeigt wird. Die produktive Antwort auf No Logo: My Logo!

Kennedy, M.; Lietaer, B.: **Regionalwährungen – Auf dem Weg zu nachhaltigem Wohlstand.** Riemann, München 2004, 301 S., 18,00 €, ISBN 9783570500521

Margrit Kennedy und Bernard Lietaer untersuchen die Chancen und Umsetzungsmöglichkeiten von Regionalwährungen. Anhand aktueller Beispiele zeigen die GeldexpertInnen, wie Regionalwährungen eingeführt werden können, wie sie funktionieren und welche Erfolgsgeschichten sie für sich verbuchen können.

ProNah e.V. (Hrsg.): **Was braucht ma auf`m Dorf?** Gesellschaftsspiel für die ganze Familie, 19,- € (zzgl. 4,50 Versand). Bezug: www.pronah.de oder nahso@pronah.de
Das Spiel will die Bedeutung einer funktionierenden Infrastruktur, von sozialem Miteinander, kultureller Vielfalt, regionaler Nahversorgung und Innovation im eigenen Dorf klar machen. Aber auch Kooperationen mit den Nachbargemeinden werden groß geschrieben. Jeder Spieler und jede Spielerin schlüpft in die Rolle eines Bürgermeisters oder einer Bürgermeisterin und versucht sein oder ihr Dorf nachhaltig zu entwickeln.

3.4 Links zur Regionalwirtschaft

www.autoorganisation.org

Das Portal ist eine Info-Sammlung zu den Themen anders Leben und Wohnen (Kommunen, Ökodörfer) und alternativ oder geldlos Wirtschaften. Die Seite ist ähnlich wie Wikipedia als „Wiki“ organisiert, lebt also davon, dass BenutzerInnen Infos online hinzufügen, korrigieren oder weiterentwickeln.

www.bookcrossing.com, www.bookcrossers.de

Die ganze Welt eine Bibliothek – das ist die Idee, die hinter Bookcrossing steckt. „Read, Register, Release“ (Lesen, Registrieren, Freilassen) – die drei Rs erklären das System. Wer teilnehmen möchte, registriert ein oder mehrere gelesene Bücher auf der Webseite www.bookcrossing.com und lässt sie anschließend „frei“: im Wartezimmer, in der U-Bahn, auf der Lieblingsbank im Park – der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. Der Finder oder die Finderin des Buches tippt die Nummer auf der Webseite ein und erzählt, wo und wie er oder sie das Buch gefunden hat. Dann lässt er oder sie es wieder frei...

www.dawanda.de

DaWanda ist ein Online-Marktplatz für Selbstgemachtes. Hier kann man Unikate kaufen oder verkaufen: maßgeschneiderte, individualisierte und handgemachte Produkte. Mit Blog und Forum ist DaWanda außerdem ein virtueller Treffpunkt für KünstlerInnen, DesignerInnen und andere kreative Menschen.

www.futuremoney.de

Bernhard Lietaer, Autor des Buches „Das Geld der Zukunft“ liefert hier praktische Hinweise zu Komplementärwährungen und Denkanstöße rund um das Thema Geld.

www.gegenseitig.de

gegenseitig.de ist die Webseite der „Projektwerkstatt auf Gegenseitigkeit“ (PaG). Das Netzwerk von Gemeinschaftsprojekten und Einzelpersonen will das „Privateigentum entschärfen“ indem Grundstücke und Immobilien kollektiv gekauft, genutzt, verwaltet oder auch langfristig verliehen werden. Unterstützt wird nach eigenen Angaben, ohne die Leistungen gegeneinander aufzurechnen.

**www.grundeinkommen.de, www.grundeinkommenskongress.de,
www.unternimm-die-zukunft.de**

Verschiedene Webseiten zur Idee des „bedingungslosen Grundeinkommens“. Dieses soll jedem Menschen zustehen, existenzsichernd sein und ohne Bedürftigkeitsprüfung oder Zwang zur Gegenleistung ausgezahlt werden. Nach Meinung der UnterstützerInnen der Idee kann das System dazu beitragen, Armut und soziale Notlagen in der Gesellschaft zu beseitigen, den Freiheitsspielraum und damit die Entwicklungschancen jedes Einzelnen zu vergrößern und so die soziale und kulturelle Situation im Gemeinwesen zu verbessern.

www.hitflip.de

Das Unternehmen „Hitflip“ ist laut eigenen Angaben die größte Tauschcommunity Europas für Filme, (Hör-)Bücher, DVDs, CDs und Spiele. KundInnen registrieren sich kostenlos und können dann Medienprodukte in der virtuellen Bibliothek zum Tausch anbieten. Wird ein Artikel angefordert, erhält man die Alternativwährung „Flips“ gutgeschrieben und kann so selbst wieder einkaufen. Für jeden über Hitflip erhaltenen Artikel bezahlt der Kunde oder die Kundin eine Transaktionsgebühr von 99 Cent bis 1,99 Euro.

<http://marke-eigenbau.org>

Die Webseite ruft „zum Aufstand der Massen gegen die Massenproduktion“ auf. Hier können eigenwillige, selbst gefertigte Produkte ge- und verkauft werden – eben alles außer Massenware. Im Blog wird kritisch über Wirtschaft, Konsum und die Globalisierung diskutiert.

www.pronah.de

Der Verein ProNah Unterallgäu hat sich dem Grundsatz und der Idee der Nahversorgung im Unterallgäu verpflichtet. Er versucht, das Bewusstsein dafür in allen Lebensbereichen zu stärken.

www.regiogeld.de

Webseite des Verbandes der Regionalgeld-Initiativen

www.regiostar.com

Aktiv werden für die Region – so lautet die Devise der Genossenschaft RegioSTAR im Berchtesgadener Land. Sie ist wirtschaftlicher Träger von Projekten im Sinne der Agenda21, wie z. B. dem Regiogeld Sterntaler oder der Rettung eines Dorfladens.

www.regionalbewegung.de

Webseite des Bundesverbandes der Regionalbewegungen.

www.tauschring-archiv.de, www.tauschkreise.de

Hier findet man Informationen über Tauschringe und die Entwicklung der Tauschsystemlandschaft.

www.unserland.info

Das Netzwerk besteht aus neun Solidargemeinschaften rund um München. LandwirtInnen, VerarbeiterInnen, HändlerInnen und KonsumentInnen engagieren sich darin für eine lebenswerte Zukunft in der Region und haben mittlerweile ein vielseitiges Angebot an regionalen Produkten und Lebensmitteln zusammengestellt. Diese werden unter dem Markennamen „Unser Land“ vertrieben. Auf den sogenannten „Sonnenäckern“ können HobbygärtnerInnen außerdem gegen eine geringe Pacht ihr eigenes Obst und Gemüse anbauen.

www.umsonstladen.de, www.umsonstladen.at

In den „Kost-nix-Läden“ können Menschen Brauchbares, das sie nicht mehr brauchen, abgeben. Wer es brauchen kann, nimmt es einfach kostenlos mit.

4. Natur als Ressource (Grünes Gold)

Inhalte:

Der Wert der Biodiversität

Gerechter Zugang zu Ressourcen

Patente auf Leben

4.1 *Projekte zur Natur als Ressource*

Auf der Suche nach dem Gold der Elfen

Das Projekt des Hauses am Strom in Untergriesbach hat zum Ziel, GrundschülerInnen am Beispiel von Bienen die „Wertschöpfungsketten“ der Natur und den Wert der biologischen Vielfalt nahezubringen. Wer Andersens oder Grimms Märchen genau gelesen hat, der kann erahnen, welche Tiere sich hinter den märchenhaften Elfen verstecken: Die Bienen. Und so finden die TeilnehmerInnen nach einer Schatzsuche goldfarbenen Honig. Ist das aber das wertvollste Produkt der Bienen? Wie sähe unsere Welt ohne Bienen aus? In einem weiteren Spielabschnitt besuchen die Bienenkinder die Blumenkinder um Süßes zu sammeln. In einer nächsten Einheit steht der Besuch bei einem Imker an. Er zeigt den Kindern den Umgang mit den Honigbienen, lässt sie Honig schleudern und verschiedene Sorten probieren. In einer intensiv genutzten Wiese und in einem Naturschutzgebiet gehen die Kinder schließlich auf die Suche nach weiteren Insekten. Auch bei der Mahd einer artenreichen Wiese können sie zusehen und anschließend das Mahdgut auf einem Wiesengrundstück an der Schule wieder ausbringen. Im nächsten Jahr entsteht damit wieder die Nahrungsgrundlage für viele BlütenbesucherInnen.

Zielgruppe: Familien und GrundschülerInnen

Kontakt: Haus am Strom gGmbH, Am Kraftwerk 4, D-94107 Untergriesbach, Tel. +49-(0)8591-912890, info@hausamstrom.de, www.hausamstrom.de

Chat der Welten

Das Projekt wird zentral von Inwent organisiert und dezentral in verschiedenen Bundesländern durchgeführt. Die Pilotphase lief in Nordrhein-Westfalen unter Beteiligung von 20 Schulen. Am Beispiel der Erdölförderung im Amazonasgebiet lernten die SchülerInnen, dass sie keine Unbeteiligten in der Auseinandersetzung um die Naturschätze dieser Welt sind. Ausführliche Sachinformationen ermöglichten ihnen den Einstieg in die Thematik. Dann lernten sie ein reales Projekt kennen, das versuchte, einen Dialog zwischen verschiedenen südamerikanischen Energieministerien, Erdölkonzernen und der Organisation der indianischen Völker des Amazonas zu ermöglichen und zwischen den unterschiedlichen Nutzungsinteressen zu vermitteln. Per Internet konnten sie mitdiskutieren und nach Lösungsansätzen suchen. Das Projekt fördert das Erkennen globaler Zusammenhänge und die Meinungsbildung. Inzwischen gibt es in mehreren Bundesländern Chats zu verschiedenen Themenbereichen wie Globalisierung, Wasser und nachwachsende Rohstoffe.

Wer teilnehmen will, kann sich auf der Webseite www.chat-der-welten.de informieren und anmelden. (Dekade-Projekt 2007/2008)
(Quellen: www.dblernen.de/GL/fundus_chat.htm, www.chat-der-welten.de)

Kontakt: InWEnt gGmbH Regionales Zentrum Nordrhein-Westfalen, Insa Sommer, Belinda Knörr, Wallstr. 30, D-40213 Düsseldorf, Tel. +49-(0)211-8689182,
insa.sommer@inwent.org, belinda.knoerr@inwent.org, www.inwent.org, www.chat-der-welten.de

Das goldene Vlies oder wohin verschwand Willibalds Wolle? Ein Fall für die Ökodetektive

Die Beweidung mit Schafen ist ein wichtiger Beitrag zum Erhalt einer artenreichen Kulturlandschaft, so auch im Altmühltal. Während durch das Projekt „Altmühltaler Lamm“ die regionale Vermarktung von Lammfleisch erfolgreich gefördert wird, lässt sich Wolle auf dem Weltmarkt jedoch kaum noch absetzen. Wohin also verschwindet die Wolle? Wo und wie verlaufen Handels- und Verarbeitungswege der textilen Kette und was hat das alles mit dem Verbrauch von Energie und Ressourcen zu tun? Eingebettet in eine Detektivgeschichte gehen Familien diesen Fragen nach. Beim Filzen, Spinnen und naturwissenschaftlichen Experimentieren oder beim Auswerten von Informationsmaterial setzen sie sich mit den Eigenschaften von Schafwolle und dem Zusammenbruch von Vermarktungsstrukturen auseinander, entwickeln eigene Ideen für die regionale Wollvermarktung und führen Interviews mit dem Schäfer durch. Je länger der aufgegriffene Wollfaden wird, umso mehr erwacht der detektivische Spürsinn, mit dem sowohl Kinder wie auch Erwachsene Verstrickungen aufdecken und sich ein Bild von den komplexen Zusammenhängen der Globalisierung und der Wollerzeugung verschaffen. Sie entwickeln dabei Phantasie und Kreativität, lernen interdisziplinär zu denken und zu handeln und philosophieren über den Wert der Vielfalt, über die Verwendung von Steuergeldern, und über die Bedeutung der ökonomischen Seite der Nachhaltigkeit.

(Quelle: www.kab-eichstaett.de/dynasite.cfm?dssid=5206&dsmid=83806&dspaid=791954#dstitle_791955)

Zielgruppe: Familien

Kontakt: Caroline Fischer, Agraringenieurin und selbstständige Umweltpädagogin, Am Kirchbuck 3, D-91795 Obereichstätt, Tel. +49-(0)8421-3302,
caroline.fischer@altmuehlnet.de

Jugendbildungsprojekt Biopoli

Wozu brauchen wir die biologische Vielfalt? Diese und viele andere Fragen aus dem Themenkomplex Biologische Vielfalt und Ernährungssicherheit behandelt das Bildungsprojekt Biopoli. Die BUKO Agrar Koordination vermittelt bundesweit ReferentInnen an Schulen und Jugendeinrichtungen, die in einem fächerübergreifenden Ansatz je nach Absprache eine Doppelstunde, einen Projekttag oder eine ganze Unterrichtseinheit zu den Themen biologische Vielfalt, Gentechnik in der Landwirtschaft, Patente auf Leben und internatio-

naler Agrarhandel gestalten. Den Jugendlichen soll somit die Möglichkeit zur politischen Partizipation gegeben werden. Ihnen sollen die Zusammenhänge zwischen unserem Konsum und der Situation der BäuerInnen in den Ländern des Südens aufgezeigt werden. Das Projekt Biopoli liefert sachliche Hintergründe, stellt unterschiedliche Positionen zur Diskussion und bietet methodische Anregungen für interessante Bildungseinheiten. Aktuelle Flyer zum Bildungsprojekt: www.bukoagrار.de/fileadmin/dateiupload/Biopoli-Falter_Feb.08-1.pdf (Dekade-Projekt 2006/2007)
(Quelle: www.bukoagrار.de/51.0.html)

Zielgruppe: Jugendliche, junge Erwachsene (15 bis 25 Jahre)

Kontakt: BUKO Agrar Koordination & FIA e.V., Sandra Blessin, Nernstweg 32-34, D-22765 Hamburg, Tel. +49-(0)40-392526, info@bukoagrار.de, www.bukoagrار.de

NaturVielfalt – Reichtum für Land und Leute

Das für 2010 geplante Projekt hat zum Ziel, Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen den Wert der biologischen Vielfalt und der nötigen Schutzmaßnahmen bewusst zu machen. Sie sollen so für ein aktives Engagement in diesem Bereich gewonnen werden. Die TeilnehmerInnen werden Pflanzen- und Tierarten, Lebensräume und Kulturlandschaften erkunden und dabei erkennen, welche Bedeutung die Vielfalt für die ökonomische Entwicklung der Region, die Wohlfahrt der BürgerInnen und für den Boden-, Wasser- und Klimaschutz hat. Im Rahmen von Recherchen und Befragungen sollen sie versuchen, den Wert der Artenvielfalt und der verschiedenen Lebensräume abzuschätzen. Um sich die globale Dimension des Themas zu erschließen, werden sich die TeilnehmerInnen mit Hilfe des Internets über das Regenwaldschutzprojekt „Selva Viva“ in Ecuador informieren und nach Unterstützungsmöglichkeiten suchen. Ab Dezember 2009 sollen nähere Informationen zu den Bausteinen des Projekts auf der Website www.umweltstation-reichelshof.de zu finden sein.

Zielgruppe: Kinder (ab 12 Jahre), Jugendliche und Erwachsene mit und ohne Behinderung

Kontakt: Natur- und Umweltgarten Reichelshof, Reichelshof 3, D-97526 Sennfeld, Tel. +49-(0)9721-609496, info@umweltstation-reichelshof.de, www.umweltstation-reichelshof.de

4.2 Kampagnen zur Natur als Ressource

www.nodirtygold.org

Die Goldgewinnung zählt zu den schmutzigsten Geschäften der Welt. Menschen werden vertrieben und Natur im großen Stil zerstört, um an das kostbare Metall heranzukommen. Allein die Produktion eines einzigen Ringes hinterlässt laut „No dirty gold“ 20 Tonnen gefährlicher Abfälle. Die internationale Kampagne bündelt weltweit Initiativen, die sich für eine umwelt- und sozialverträgliche Goldgewinnung einsetzen.

4.3 Wettbewerbe, Preise zur Natur als Ressource

„Geist ist geil!“ Plakatwettbewerb zum Schutz der Regenwälder

Umweltwerbung ist oft schockierend, öde oder entmutigend. Der Wettbewerb „Geist ist geil!“ sollte das ändern. Gesucht waren witzige, freche und temperamentvolle Einfälle für Postkarten, Plakate oder Anzeigen. Prämiert wurden die besten Einsendungen, die zeigten, was jeder Einzelne zum Schutz der Regenwälder tun kann. Sie wurden realisiert und veröffentlicht. Im Rahmen des Wettbewerbs setzten sich die teilnehmenden Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen kritisch mit Leitbildern und Wirkungsweisen von Werbung auseinander. Zentrales Thema war das Konsumverhalten und dessen Auswirkungen auf die Natur und die biologische Vielfalt. Projektdokumentation zum Bestellen unter www.oroverde.de/material-bestellen/unterrichts-material.html (Dekade-Projekt 2009/2010)

(Quelle: www.oroverde.de/lehrer/schuelerwettbewerb/plakatwettbewerb.html)

Kontakt: OroVerde, Birthe Hesebeck, Kaiserstr. 185-197, D-53115 Bonn, Tel. +49-(0)228-2429014, bhesebeck@oroverde.de, www.oroverde.de

4.4 Material, Literatur zur Natur als Ressource

Bayerisches Landesamt für Umwelt (Hrsg.): **Biologische Vielfalt – Biodiversität.**

Augsburg 2009, 9 S. Kostenloser Download unter

www.lfu.bayern.de/umweltwissen/doc/uw_98_biologische_vielfalt.pdf

Biodiversität bedeutet biologische Vielfalt und umfasst die Vielfalt der Arten und ihrer Lebensräume. Diese Vielfalt ist bedroht – auch in Bayern. Die Broschüre des Landesamtes definiert den Begriff Vielfalt, bringt die wichtigsten Infos zu ihrem Nutzen und ihrer Gefährdung und stellt kurz die Aktivitäten zu ihrem Schutz vor.

Deutsche UNESCO-Kommission (Hrsg.): **Biologische Vielfalt.** BNE-Journal, Ausgabe 3, 2008. Online zu lesen unter www.bne-portal.de, Journal Bildung für nachhaltige Entwicklung, www.bne-portal.de/coremedia/generator/pm/de/Ausgabe__003/Startseite__Editorial.html

Die dritte Ausgabe des BNE-Journals widmet sich dem Thema Biologische Vielfalt. Anlässlich der 9. Vertragsstaatenkonferenz der Konvention über die Biologische Vielfalt, die im Mai 2008 in Bonn stattfand, beleuchteten ExpertInnen verschiedene Aspekte der Biologischen Vielfalt in Verbindung mit Bildung für nachhaltige Entwicklung.

InWEnt (Hrsg.): **Biodiversität. Globale Perspektive für die Umweltbildung.** Feldafing 2005, 43 S., ISBN 3-937235-67-1. Kostenloser Download unter

www.oekom.de/fileadmin/broschueren/pdf/Bildung_Kommunikation/InWent_Globale_Umweltbildung.pdf

Die Broschüre setzt sich in sechs Stationen mit Fragen der Biodiversität auseinander, wobei verschiedene thematische Zugänge gewählt wurden. Die Stationen sind aus einer LehrerInnenfortbildung bei InWEnt hervorgegangen. Ziel ist es, den Blick für die Anliegen der 1992 in Rio verabschiedeten Biodiversitätskonvention (CBD) zu schärfen.

BUKO Agrar Koordination & FIA e.V. (Hrsg.): **Biopoli-Bildungsmappe**. 2006, DIN A4, 47 S., ISBN 978-3-9807654-2-8, 6,-- €. Bezug: online unter www.bukoagrar.de, Publikationen, Bildungsmaterialien. www.bukoagrar.de/111.0.html#315

Die Mappe beschäftigt sich mit den Themenfeldern Biologische Vielfalt, Agro-Gentechnik, Biopiraterie und Weltagrarhandel. Das Material richtet sich an LehrerInnen der Sekundarstufe 1 und 2 und an MultiplikatorInnen außerschulischer Bildungseinrichtungen. Einem Basisartikel folgen Arbeitsaufträge, Aktionsvorschläge, sowie Medien- und Literaturhinweise.

Hesebeck, B.: **„Geist ist geil!“ Wie Werbung gemacht wird**. Lehrerheft mit Hintergrundinformationen und Unterrichtsablauf sowie 35 Arbeitsblättern für die 7. bis 12. Klasse, 12,-- € (zzgl. 1,45 € Versand). Bezug: www.oroverde.de/material-bestellen/unterrichts-material.html

Die Tropenwaldstiftung Oro Verde hat Unterrichtsmaterial zum gleichnamigen Wettbewerb (siehe Wettbewerbe) veröffentlicht, die das Thema Werbung und nachhaltige Entwicklung aufgreifen. Werbung begleitet uns mittlerweile, wo wir gehen und stehen. VerbraucherInnen scheinen zum manipulierbaren Objekt zu werden. Doch wie erhält der König Kunde seine Macht zurück? Hierum geht es in dem Unterrichtsprojekt „Geist ist geil“. Denn: Wer weiß, wie und warum Werbung funktioniert, kann Fakten von Verführung unterscheiden.

Springbett, D.: **Geraubte Zukunft**. Dokumentarfilm. 2009, 45 Min., Englisch mit Untertiteln, 10,-- € (zzgl. 2,-- € Porto). Bezug: online unter www.bukoagrar.de, Publikationen, Film & DVD. www.bukoagrar.de/111.0.html#323

In Kanada haben die Farmer die Kontrolle über ihr Saatgut verloren und sind abhängig. In Äthiopien wird die Vielfalt erhalten und neue Wege zur Erhaltung der Ernährungssicherheit werden gegangen. Man gewinnt den Eindruck, dass wir dort viel für die Zukunft lernen können. Der Dokumentarfilm „Geraubte Zukunft“ beschreibt die Gefahren für die Welternährung. Dabei ist die Rolle der Bauern und Bäuerinnen weltweit von größter Bedeutung. Behalten sie die Kontrolle über ihr Saatgut? Welcher Gefahr liefern wir uns aus, wenn wir uns auf immer weniger Sorten verlassen? Warum wird sollen einzelne Genbanken die gesamte landwirtschaftliche Vielfalt der Welt schützen? Der Dokumentarfilm stellt die industrielle Landwirtschaft Kanadas der kleinbäuerlichen Produktion in Äthiopien gegenüber. Am Ende des Films betrachtet man die kleinen Körner in einer Samentüte mit neuer Ehrfurcht. Denn alles beginnt mit einem Samenkorn.

Museum Mensch & Natur, Hofpfisterei München (Hrsg.): **Schatzkammer Natur. Von der Vielfalt heimischer Arten**. oekom, München 2009, 224 S., 14,90 €, ISBN 978-3-86581-134-9

Das Buch stellt 33 heimische Tiere und Pflanzen. Bekannte AutorInnen wie Claus-Peter Lieckfeld, Beate Jessel und Josef H. Reichholf präsentieren liebevolle Details und überraschende Fakten. Dazu stellt die Münchner Künstlerin Rita Mühlbauer alle Arten in ihrem natürlichen Umfeld anschaulich und lebensnah dar. Ein Buch zum Schmökern für die ganze Familie.

FIAN Deutschland e.V.; Misereor (Hrsg.): **Tatort Bergbau**. Sonderdruck über die Folgen des Bergbaus in verschiedenen Ländern des Südens. taz-Beilage, November 2008, 4 S.

Kostenloser Download unter

www.fian.de/fian/index.php?option=content&task=view&id=429&Itemid=353

Der weltweite Bedarf an den Schätzen der Natur wie Kupfer, Erz und Kohle wächst rapide. Dieser Boom trägt dazu bei, dass immer mehr Menschen von ihrem Land vertrieben werden oder großen Gesundheitsrisiken ausgesetzt werden. Die taz-Beilage zeigt die aktuellen Entwicklungen und Probleme in verschiedenen Ländern auf.

Hesebeck, B.; Lambrecht, M.: **Tatort Tropenwald – ein Mitmachkrimi**. Lehrerheft mit Arbeitsblättern für die 7. bis 10. Klasse, 40 S., 8,-- € (zzgl. 1,45 € Versand). Bezug:

www.oroverde.de/material-bestellen/unterrichts-material.html

Das Krimispiel „Tatort Tropenwald“ bietet die Möglichkeit, ein besonderes Unterrichtsprojekt durchzuführen. Der Journalist Peter Zimmermann wird tot am Amazonas aufgefunden. Viele unterschiedliche Personen hätten ein Motiv für einen Mord. Also gehen die SchülerInnen in Teams auf Spurensuche. Im Zuge der Ermittlungen erfahren sie viel über die Bedeutung und Bedrohung der biologischen Vielfalt und über die verschiedenen Interessengruppen, die im Themenfeld Regewald agieren. Arbeitsblätter und Zusatzmaterialien vertiefen die Themen des Krimispiels (auch für Gruppenarbeit geeignet). Außerdem beinhaltet das Themenheft die Anleitung für eine Zukunftswerkstatt.

Hamm, H.; Heup, J.: **Wirtschaftsmacht Natur**. In: natur+kosmos, August 2008, S. 21-27.

Allein die weltweiten Schutzgebiete bringen der Menschheit Werte in Höhe von fünf Billionen Dollar – jährlich. Die Wirtschaftsleistung der gesamten Natur ist sogar höher als das Bruttosozialprodukt aller Länder zusammengenommen. Zahlen, die auf der Bonner Artenschutzkonferenz im Mai 2008 der Öffentlichkeit präsentiert wurden. Der Artikel erläutert, warum Natur- und Biodiversitätsschutz für die Menschheit nicht nur ethisch, sondern auch wirtschaftlich sinnvoll ist.

4.5 Links zur Natur als Ressource

www.arche-noah.at

Der österreichische Verein setzt sich für den Erhalt der Kulturpflanzenvielfalt ein. Er erhält und züchtet alte Obst- und Gemüsesorten.

www.biodiversitaet.info

Das Portal der Deutschen Umwelthilfe bietet Basisinformationen rund um das Thema Biodiversität. Es ist als „Wiki“ organisiert, so dass sich Jeder und Jede auch selbst als AutorIn betätigen kann.

www.fian.de

FIAN, das FoodFirst-Informations- und Aktions-Netzwerk, wurde 1986 gegründet und setzt sich als internationale Menschenrechtsorganisation dafür ein, dass alle Menschen frei von Hunger leben und sich eigenverantwortlich ernähren können.

www.genres.de

Informationsplattform der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung zur biologischen Vielfalt