

# Aktion „Zukunft einkaufen“

## Einführung

Vorschläge für eine Aktionswoche „Zukunft einkaufen“  
in Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen



## Projekt „Zukunft einkaufen“

### Gesamtleitung

Pfr. Klaus Breyer  
Umweltbeauftragter der Evangelischen Kirche  
von Westfalen  
Institut für Kirche und Gesellschaft  
k.breyer@kircheundgesellschaft.de  
[www.kircheundgesellschaft.de](http://www.kircheundgesellschaft.de)

### Projektleitung Katholische Kirche

Thomas Kamp-Deister  
Vorstand der Arbeitsgemeinschaft der Umwelt-  
beauftragten der deutschen (Erz-) Bistümer  
LVHS Freckenhorst  
kamp-deister@bistum-muenster.de  
[www.lvhs-freckenhorst.de](http://www.lvhs-freckenhorst.de)

### Rückfragen, Beratung und Broschürenversand

Projektbüro  
Marithres van Bürk-Opahle/Hans-Jürgen Hörner  
c/o Kirchenkreis Recklinghausen  
Limperstraße 15  
45657 Recklinghausen  
T 02361 . 206205  
hhoerner@kk-ekvw.de  
vanbuerk.opahle@yahoo.de

## Impressum

Herausgeber: Klaus Breyer, Thomas Kamp-Deister,  
für die Arbeitsgemeinschaft der Umweltbeauftragten  
der Gliedkirchen der Evangelischen Kirche in  
Deutschland und die Arbeitsgemeinschaft der  
Umweltbeauftragten der deutschen (Erz-) Bistümer

Text und redaktionelle Bearbeitung:

Katja Breyer und Klaus Breyer

Lektorat: Michaela Shields

Gestaltung: [www.bert-odenthal.de](http://www.bert-odenthal.de)

Fotos: © Bert Odenthal, Peter Wattendorff,  
Photocase, stock.xchng, TransFair e. V.,  
Projektteam „Zukunft einkaufen“

Vielen Dank an Ivonne Frey und Simon Heckötter  
für die Fotoaktion!

Druck: [www.druckverlag-kettler.com](http://www.druckverlag-kettler.com)

Auflage: 5.000

Schwerte, Mai 2009

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier Recystar



Für alle, die sich an „Zukunft einkaufen“ beteiligen  
möchten, stehen folgende Broschüren und Hand-  
reichungen zur Verfügung:

- Ökofaire Beschaffung – Ein Leitfaden
- Checkliste zur Bestandsaufnahme
- Aktion „Zukunft einkaufen“  
Einführung  
Vorschläge für eine Aktionswoche  
„Zukunft einkaufen“ in Kirchengemeinden  
und kirchlichen Einrichtungen

- Klima & Konsum  
Aktionsbausteine für die Erwachsenenbildung  
nicht nur in Kirchengemeinden und kirchlichen  
Einrichtungen
- Und Ihr bewegt sie doch!  
Ideen und Anregungen für junge Menschen  
zum nachhaltigen Konsum

Informationen im Internet: [www.zukunft-einkaufen.de](http://www.zukunft-einkaufen.de)

Bestellung unter: [info@zukunft-einkaufen.de](mailto:info@zukunft-einkaufen.de)

## Inhalt

|                                                                                                                             | Seite |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Das Projekt „Zukunft einkaufen – Glaubwürdig wirtschaften in Kirchen“<br/>(Einführung)</b>                               | 2     |
| <b>Aktion „Zukunft einkaufen“ nicht nur in<br/>Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen</b>                           | 3     |
| <b>„Zukunft einkaufen“ – Wer konsumiert und wer nicht?!</b>                                                                 | 4     |
| <b>Zukunft einkaufen – Was macht die Kirche?</b>                                                                            | 8     |
| <b>Vorschläge für eine Aktionswoche „Zukunft einkaufen“<br/>nicht nur in Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen</b> | 11    |
| <b>Aktionswoche „Zukunft einkaufen“</b>                                                                                     | 12    |
| <b>Starten!</b>                                                                                                             | 14    |
| <b>Vertiefen!</b>                                                                                                           | 17    |
| <b>Aktiv werden!</b>                                                                                                        | 21    |
| <b>Abschluss</b>                                                                                                            | 24    |

# Das Projekt „Zukunft einkaufen – Glaubwürdig wirtschaften in Kirchen“

## „Einkaufen für eine bessere Welt“

Mit dem Kaufverhalten in unseren Gemeinden und Einrichtungen können wir dazu beitragen, die (Um-)Welt zu verbessern und Menschen ein gerechtes Einkommen zu ermöglichen. Es ist ein Unterschied, ob wir grünen Strom oder „normalen“ Strom, Recyclingpapier oder „normales“ Papier, ökofairen Tee oder konventionellen Tee kaufen. Unser Geldbeutel bestimmt die Welt. Mit jedem Euro, den wir ausgeben, entscheiden wir mit, wie unsere Welt und das Leben in ihr zukünftig aussieht: ob weitere Kohlekraftwerke entstehen oder Windräder, ob Wälder abgeholzt oder erhalten werden, ob Familien ihren Kindern eine Perspektive geben können und in Entwicklungsländern Schulen gebaut werden.

## Wer einkauft, entscheidet. Entscheiden Sie mit!

Machen Sie mit bei „Zukunft einkaufen“. Richten Sie Ihre Beschaffung bzw. Ihren Einkauf auf Zukunft aus!

„Zukunft einkaufen“ ist ein Projekt der Umweltbeauftragten in der Evangelischen und Katholischen Kirche in Deutschland zusammen mit der Wirtschaftsgesellschaft der Kirchen in Deutschland mbH (WGKD). Die Katholische und Evangelische Kirche haben als zweitgrößter Arbeitgeber Deutschlands mit ihren Kirchengemeinden, Bildungshäusern, Verwaltungsstellen sowie diakonischen und caritativen Einrichtungen eine große Nachfragemacht.

Das Projekt „Zukunft einkaufen“ will seinen Beitrag dazu leisten, dauerhaft die Beschaffung der Kirchen an ökologischen und sozialen/fairen Standards auszurichten und dabei kirchliche Glaubwürdigkeit zu stärken. Gleichzeitig sollen wichtige Impulse für den privaten Konsum gesetzt werden. „Zukunft einkaufen“ will einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der kirchlichen Beschaffung leisten.

Dies betrifft die Qualität und Menge der eingesetzten Produkte und die Verbesserung der Beschaffungsstrukturen (das Management). Durch eine gesteigerte kirchliche Nachfrage von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen soll das ökofaire Marktsegment unterstützt und vergrößert werden. Durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit, kirchliche Vorbildwirkung und Vernetzung soll auch der private Konsum und Lebensstil zum Thema werden und Wege zu nachhaltigen Konsummustern aufgezeigt werden.

Kooperationspartner von „Zukunft einkaufen“ sind

- Brot für die Welt
- Deutscher Evangelischer Kirchentag
- Evangelischer Entwicklungsdienst (EED)
- Katholischer Deutscher Frauenbund
- Katholische Landjugendbewegung
- KD-Bank eG – die Bank für Kirche und Diakonie
- MÖWe – Amt für Ökumene, Mission und Weltverantwortung der Ev. Kirche von Westfalen
- Wirtschaftsgesellschaft der Kirchen in Deutschland mbH (WGKD)



# Aktion „Zukunft einkaufen“ nicht nur in Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen

## Bausteine für die Erwachsenenbildung und Jugendarbeit

### „Tue Gutes ...“

Kirchengemeinden und kirchliche Einrichtungen, die sich engagieren und ihre Beschaffung auf ökofair umstellen, das ist das eine. Genauso wichtig ist es, dass auch Gemeindeglieder, die vielen Gruppen Ihrer Kirchengemeinden, die zahlreichen NutzerInnen bzw. Gäste Ihrer Einrichtung von Ihrem Engagement erfahren und selbst für einen nachhaltigen Konsum begeistert werden. Kirchliche Einrichtungen und Kirchengemeinden haben eine große Vorbildwirkung.

### „... und rede darüber!“

Mit diesem Aktionsleitfaden wollen wir Sie unterstützen, ökofairen Konsum und zukunftsfähigen Lebensstil in Ihrer Kirchengemeinde bzw. Einrichtung erlebbar bzw. „zum Thema“ werden zu lassen.

Dafür gibt es zahlreiche Möglichkeiten und Gelegenheiten, z. B.:

- Eine kleine Dauerausstellung „Ökofair“ wird in Zusammenarbeit mit dem Eine-Welt-Laden in Ihrer Gemeinde gezeigt.
- Der Gemeindebrief wird um eine „ökofaire“ Rubrik erweitert.
- Eine aufwändige aber sicherlich noch nachhaltigere Möglichkeit sind Aktionstage „Zukunft einkaufen“, die mit entsprechender Öffentlichkeitswirksamkeit umgesetzt werden. Bausteine solcher Aktionswochen sind: Filmabende (Zukunftskino), Exkursionen zu Vorbildprojekten, Besuch von Produktionsstandorten (z. B. Papierfabrik), Austausch mit Partnergemeinden im Süden (z. B. zu Produktionsbedingungen von Exportprodukten), Fair-Kostungen etc.. Dabei sollte mit regionalen Kooperationspartnern, wie z. B. Umwelt- und Eine-Welt-Zentren, zusammengearbeitet werden.

Es gibt zahlreiche Gruppen und der Kirche verbundene Menschen, die großes Interesse an diesem Thema haben. Denken Sie z. B. an Ihre SeniorInnen (Wie war das früher? Wie ist es heute?), an den Kreis der Kindergarteneltern (Wie werden meine Kinder zukünftig leben?), an Jugendliche, die an „Lifestyle“-Fragen oft sehr persönlich interessiert sind, an Agenda- und Umweltgruppen in Ihrer Einrichtung, an Tagungsbesucher, die nicht nur spannende Seminarthemen sondern auch die Verbindung von kirchenpolitischem/gesellschaftlichem Engagement im Umweltschutz und kirchlicher Praxis erwarten.

### Allgemeine Hinweise zu unseren Bausteinen

Mit den **Bausteinen für die Erwachsenenbildung und Jugendarbeit** wollen wir Sie unterstützen und es Ihnen so leicht wie möglich machen, Veranstaltungen mit „hohem Erinnerungswert und Nachklang“ durchzuführen.

Unsere Module sind in Form und Inhalt zielgruppenspezifisch. Sie erhalten i. d. R. einen erprobten, methodisch ausgefeilten Ablauf, Angaben zu einzusetzenden Medien, Materialien zur Bearbeitung mit den Teilnehmenden und Hinweise auf vertiefende Literatur. Das Zeitgerüst ist als Vorschlag zu verstehen. Sie kennen Ihre Zielgruppen am besten und sollten entscheiden, ob Sie die Veranstaltung aufgrund guter Vorkenntnisse bei den Teilnehmenden kürzen oder aus einer Veranstaltung eine Veranstaltungsreihe machen, um eine intensivere Bearbeitung zu ermöglichen.

# TIPP

„Zukunft einkaufen“ unterstützt Sie mit Materialien und einer Ausstellung. Über [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html) können Sie Info-Materialien beziehen bzw. Aktionsbausteine für Veranstaltungen, Tagungen etc. herunterladen.

# „Zukunft einkaufen“ – Wer konsumiert und wer nicht?!

## Einführung in das Thema

Ein Viertel der 6,4 Milliarden Erdbewohner zählt derzeit zur „globalen Konsumentenklasse“. Es sind 1,7 Milliarden KonsumentInnen.

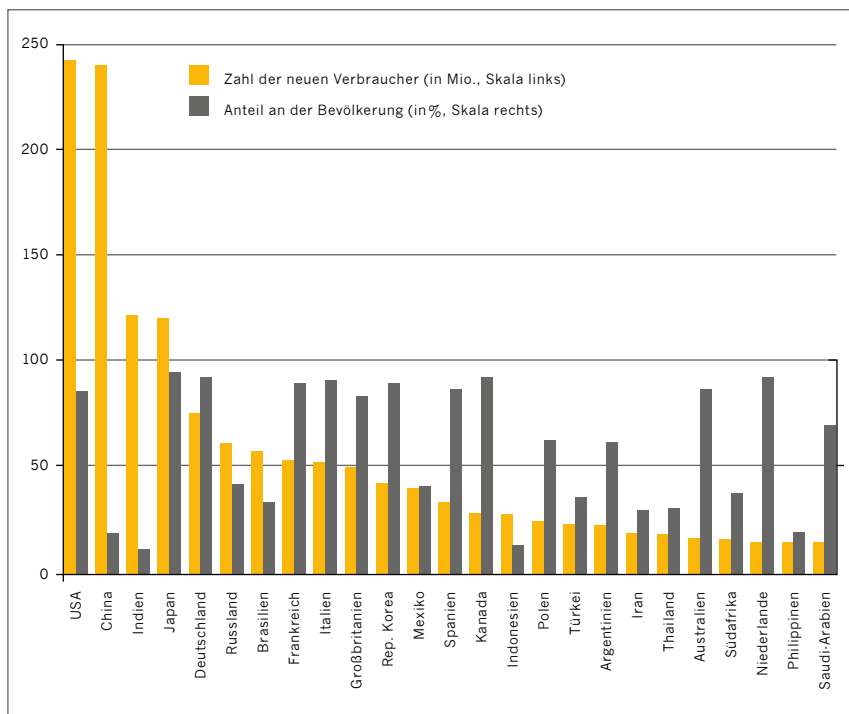
### Wie sieht eine/ein durchschnittliche/r KonsumentIn in unserer globalisierten Welt aus?

Ein/e KonsumentIn verfügt über mindestens 7.000 Euro Jahreseinkommen, das ist in etwa die Armutsgrenze in Westeuropa. Als KonsumentIn zu leben bedeutet, sich alles, was man zum Leben braucht, kaufen zu müssen, egal ob im Supermarkt oder im Laden an der Ecke. Nur in Ausnahmefällen produziert der/die KonsumentIn etwas selbst. Die Hälfte aller KonsumentInnen lebt in Europa, in den USA und in Japan.

Das bedeutet auch: die andere Hälfte lebt in jenen weniger industrialisierten Ländern, die wir gerne als „Dritte Welt“, „Entwicklungsländer“ und „Schwellenländer“ bezeichnen.

Überall auf der Welt entstehen somit Inseln des Konsums inmitten eines sich ausbreitenden Meeres materieller Armut. Das ist eine neue, schnell verlaufende Entwicklung.

„Globale“ KonsumentInnen zeichnen sich dadurch aus, dass sie viel Fleisch essen, viele elektrische Geräte nutzen und dank Autos, Motorrädern und Flugzeugen sehr mobil sind. Durch diesen Lebensstil verbraucht die „globale“ Konsumentenklasse, die nur 27 Prozent der Weltbevölkerung ausmacht, 80 Prozent der Naturressourcen. Eigentlich stehen diese für alle Menschen gleichermaßen zur Verfügung.



*Erläuterung zur Grafik: „Setzt man ein Einkommen von 7.000 US-Dollar (in Kaufkraftparität) pro Kopf und Jahr als Schwelle für die Zugehörigkeit zur Gruppe der neuen Verbraucher, so umfasste sie schon im Jahr 2000 gut 1,7 Milliarden Menschen, mehr als ein Viertel der Weltbevölkerung. 53 Prozent aller globalen Konsumenten leben in Industrieländern, 47 Prozent sind ‚neue Konsumenten‘ in den Entwicklungs- und Schwellenländern. Rund ein Drittel der globalen Konsumentenklasse lebt in den drei Ländern USA, China und Indien“ Zukunftsfähiges Deutschland, S. 79*

Abb.1 Quelle: Bentley, Matthew D. 2003, Sustainable Consumption: Ethics, National Indices and International Relations. Dissertation: American Graduate School of International Relations and Diplomacy, Paris, S. 153–155

Daraus resultieren zwei grundlegende Aufgaben für unsere Zukunft.

### Die Nachhaltigkeit

Der Lebensstil in der globalen Konsumentenklasse ist nicht auf alle – heute und zukünftig – lebende Menschen übertragbar; er ist nicht nachhaltig. Wir brauchen vier Erden, um den derzeitigen Ressourcenverbrauch auf alle Menschen ausdehnen zu können. Wie uns der ökologische Fußabdruck vorrechnet, hat die Menschheit bereits am 9. Oktober ihren Jahresvorrat an Ressourcen aufgebraucht und lebt bis zum Ende des Jahres auf Pump, d. h. auf Kosten gering entwickelter Länder, die bereits heute die negativen Folgen des Klimawandels tragen müssen und auf Kosten nachfolgender Generationen.

Unter dem **Ökologischen Fußabdruck** wird die Fläche auf der Erde verstanden, die notwendig ist, um den Lebensstil und Lebensstandard eines Menschen (unter Fortführung heutiger Produktionsbedingungen) dauerhaft zu ermöglichen. Das schließt Flächen ein, die zur Produktion seiner Kleidung und Nahrung oder zur Bereitstellung von Energie, aber z. B. auch zum Abbau des von ihm erzeugten Mülls oder zum Binden des durch seine Aktivitäten freigesetzten Kohlendioxids benötigt werden.

Das Konzept wurde 1994 von Mathis Wackernagel und William E. Rees entwickelt. 2003 wurde von Wackernagel das Global Footprint Network gegründet, das u. a. von der Nobelpreisträgerin Wangari Maathai, dem Gründer des Worldwatch Institute Lester R. Brown und Ernst Ulrich von Weizsäcker unterstützt wird.

Quelle: [http://de.wikipedia.org/wiki/ökologischer\\_Fussabdruck](http://de.wikipedia.org/wiki/ökologischer_Fussabdruck)

### Gerechtigkeit

Gerecht wäre, die Rechte der nachfolgenden Generationen genauso zu achten, wie die Rechte jener, die nicht zur globalen Konsumentenklasse zählen. Das sind 4,5 Milliarden Menschen, also drei Viertel der Weltbevölkerung. Sie leben in kleinräumigen Ökonomien und zwar direkt von jenen Früchten, die ihre Felder, Seen, Meere und Wälder hergeben. Daher sind sie nicht am Wachstum der Geldwirtschaft interessiert, sondern an der Sicherung ihres Naturkapitals. Sie müssen aber erleben, dass sich dieses kontinuierlich verringert und sich ihr natürlicher Lebensraum verschlechtert.

Die EinwohnerInnen des Nigerdeltas etwa sterben an den ökologischen, sozialen und politischen Folgen der Erdölförderung in ihrem Land. Das Erdöl verbrauchen andere. Die Profite ebenso.

Die Bevölkerung Tuvalus, einer Inselgruppe im Pazifik, muss ihre Heimat verlassen, weil das steigende Meer – Folge des Klimawandels – die Korallenriff-Inseln überschwemmen wird. Die Treibhausgase aber produzieren andere, nämlich u. a. die zunehmend automobilere globale Konsumentenklasse.

Die Fischer der Westküste Afrikas träumen von einer sicheren Existenz in Europa, dort, wo „ihr“ Fisch als Sonderangebot auf den Märkten angeboten wird. Ihre Netze hingegen füllen sich immer weniger. Ihre Fischgründe haben Industrieschiffe aus fernen Ländern zerstört.



### **Etwas Neues im Westen?**

Eines ist gewiss: Der Lebensstil der KonsumentInnen lässt sich nicht auf die gesamte Menschheit ausdehnen. Er kann nicht einmal für jene erhalten bleiben, die jetzt in der Konsumwelt leben. Was ist zu tun?

Grob gesprochen gibt es zwei Wege:

1. Wir beharren auf einem Lebensstil, der uns die Erde und einen großen Teil der Menschheit „untertan“ macht. Die Folgen sollten uns bewusst sein: Wir werden den Rest unseres Lebens damit verbringen, Mauern zu bauen, um jene fernzuhalten, die wir von unserem materiellen Wohlstand ausschließen. Zudem wird immer mehr Zeit und Geld nötig sein, um unsere Umwelt so gut es geht wieder instand zu setzen.
2. Wir versuchen, ein neues gesellschaftliches Leitbild zu leben, ein Leitbild, dass gerade nicht die Rückkehr in die Steinzeit verheißt: glücklich zu leben ohne unsere Bedürfnisse durch den exzessiven Verbrauch von Gütern zu betäuben; tätig einen Wohlstand aufzubauen, der gerecht bleibt und die ökologischen Reserven unseres Planeten respektiert. Spannend bleibt dabei die Suche nach dem rechten Maß des Konsums. Werden wir Wege finden, die uns vom Diktat der ökologischen Unvernunft befreien und vom Drang nach immer mehr und immer Neuem? Dann könnten wir das Recht zurückerobern, das zu genießen, was wir bereits haben.

### **Strategisch konsumieren**

Empörung entsteht, wenn in den Medien über unmenschliche Produktionsbedingungen in fernen Ländern berichtet wird. Doch verantwortlich sind nicht nur Unternehmen und Investoren: verwickelt in Ausbeutung und Naturzerstörung sind auch die VerbraucherInnen. Sie können durch ihre Kaufentscheidung und auch Kaufverweigerung mitbestimmen, ob und inwieweit ökologische und soziale Missstände bestehen bleiben oder beseitigt werden.

Lange Zeit war das Hauptmotiv für den Kauf von schadstofffreien Lebensmitteln, Textilien oder Baustoffen der persönliche Gesundheitsschutz.

Inzwischen wächst aber bei KonsumentInnen die Überzeugung, durch Kaufentscheidungen politisch und wirtschaftlich Einfluss nehmen zu können. Es wächst die Einsicht, dass Einkaufen für eine gerechtere Welt nicht nur möglich, sondern neben besseren politischen Rahmenbedingungen unverzichtbar ist.

Der sprunghafte Anstieg in der Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln oder Fairtrade-Produkten deutet darauf hin. Ökostromanbieter gewinnen täglich tausende Neukunden. Immer mehr BürgerInnen informieren sich und konsumieren planvoll – wohl wissend, dass sie einen Einfluss darauf haben, welche Produkte verkauft werden.



Biosiegel und Fairtrade-Logo ermöglichen einen strategischen Konsum. Mit zertifizierten Blumen aus dem Flower Label Programm lässt sich noch ungetrübter Freude verschenken.

Weitere Schritte zur besseren Konsumenteninformation stehen nun an, etwa die Kennzeichnung aller Textilien im Hinblick auf die Einhaltung sozialer und ökologischer Mindeststandards. Erst wenn den Produkten anzusehen ist, welche Vertrauen verdienen und welche nicht, können auch an den Wühltischen – auch im Schnäppchenfieber – achtsame Kaufentscheidungen getroffen werden.

Der Bezug von Ökostrom mit bestimmten Qualitätslabels erlaubt es den Verbrauchern, den Strommix zu verändern. Ein attraktiver öffentlicher Nahverkehr, Car-sharing und Radstationen schaffen Spielräume, sich nachhaltig fortzubewegen.

Manche Produkte sollten jedoch erst gar nicht angeboten werden dürfen. Dafür kann der Gesetzgeber Sorge tragen, beispielsweise durch Höchstwerte für den Energieverbrauch bei Elektrogeräten, Obergrenzen bei den CO<sub>2</sub>-Emissionen bei Pkw etc..

### **Geiz ist geil – aber nicht beim Preis!**

Geiz im Sinne von angemessener Sparsamkeit und Effizienz ist eine wichtige ökologische Tugend. Bevor es an das ethisch und politisch überlegte Einkaufen geht, soll-

te kurz innegehalten werden: Brauche ich dieses Gerät denn wirklich und wenn ja, wie oft? Ist eine Ausleihe möglich?!

Auch wenn ich nun Ökostrom beziehe, bleibt die Herausforderung, den Stromverbrauch insgesamt herabzusetzen. Und für den fairen Kaffee gilt: was bringt es der Umwelt (und auch meinem Geldbeutel), wenn ich nach den Gemeindenachmittagen regelmäßig literweise das genussvolle Getränk in den Ausguss gieße?

Sparsamkeit, effizienter Einsatz von Gütern und ein verantwortbarer, an Zukunftsfähigkeit orientierter ökofairer Konsum sind Drillinge, die man nicht auseinanderreißen sollte. Diese Verbindung aufzuzeigen, ist eines der Leit-motive in dieser Broschüre.

Wohlverstandener Geiz beim Einsatz von Produkten und Ressourcen ist also geil, nicht aber in Gestalt der Gier nach immer neuen, billigsten Weltmarktprodukten, die absolut abzulehnen ist. Ökofaire Produkte dürfen schon etwas mehr kosten. Menschenwürde und die Achtsamkeit gegenüber der Schöpfung sollten uns „teuer“ sein.

Dieser Text entstand auf der Grundlage von „All we need: Die Welt der Bedürfnisse“, Luxemburg, 2007, siehe: [www.allweneed.lu](http://www.allweneed.lu)

## „Zukunft einkaufen“ – Was macht die Kirche?

Die Katholische und Evangelische Kirche in Deutschland mit ihren Kirchengemeinden, Bildungshäusern, Verwaltungsstellen, Schulen sowie diakonischen und caritativen Einrichtungen haben eine große, bisher kaum aktivierte Nachfragemacht für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen. Dies gilt besonders für die Bereiche Energie, Büro, Großhaushalt, Mobilität sowie technische Gebäudeausrüstung. Allein die Evangelischen Kirchen in Deutschland (inkl. Diakonie) mit ca. 25,6 Mio. Kirchenmitgliedern beschäftigen ca. 1,7 Mio. haupt- und ehrenamtliche MitarbeiterInnen.

12.500 Gemeindehäuser und Gemeindezentren, 5.000 Kindertagesstätten, 2.200 Einrichtungen der Altenpflege, 1.000 kirchliche Schulen, 800 Verwaltungen, 350 Krankenhäuser sind potenzielle Orte nachhaltiger Beschaffung und mit ihrer großen Publikumsfrequenz ideale Erfahrungsfelder bzw. „Schaustellen“ auch für einen veränderten privaten Konsum.



Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt fördert das Projekt „Zukunft einkaufen“. Unser Bild zeigt (v.l.) Pfarrer Klaus Breyer (Umweltbeauftragter der Evangelischen Landeskirche von Westfalen), Dr. Fritz Brickwedde (DBU-Generalsekretär) und Thomas Kamp-Deister (Umweltreferent Bistum Münster) beim offiziellen Projektstart in Osnabrück, Mai 2008.

### „Zukunft einkaufen“ will:

1. die kirchliche Beschaffung unter Nachhaltigkeitskriterien verbessern. Im Fokus stehen dabei die Beschaffungsschwerpunkte: Kaffee (und Tee), Büromaterialien, Lebensmittel, Energie sowie kirchlich genutzte Fahrzeuge.
2. durch eine gesteigerte Nachfrage nach nachhaltigen Produkten eine Verbesserung der Angebotsseite bewirken.
3. durch eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit, Vorbildwirkung und Netzwerkbildung Impulse für die Veränderung des Beschaffungsverhaltens anderer Institutionen (z. B. Kommunalverwaltungen) geben.
4. den privaten Konsum und Lebensstil thematisieren und Wege zu nachhaltigen Konsummustern aufzeigen. So werden Gemeindezentren, Bildungshäuser, kirchliche Behörden und ggf. Pflegeeinrichtungen zu „Erfahrungsräumen nachhaltigen Konsums“ ausgebaut.

Zurzeit wird die Beschaffung in 13 evangelischen und katholischen „Testregionen“ sowie weiteren „Testeinrichtungen“ analysiert und systematisch verbessert. Es handelt sich insgesamt um ca. 100 Einzelinstitutionen (Kirchengemeinden, Bildungsstätten, Verwaltungen sowie eine kirchliche Bank).

In größeren Verwaltungen, Kirchengemeinden und Einrichtungen führen wir dazu ein Beschaffungsmanagement ein. Die erfolgreich getesteten Materialien und erprobten Standards werden zukünftig allen Interessierten zugänglich gemacht.



### Testregionen:

- Kirchenkreis Recklinghausen
- Kirchenkreis Unna
- Kirchenkreis Moers
- Vereinigte Kirchenkreise Dortmund
- Region „Mannheim“
- Bremische Landeskirche
- Testregion „Lingen/Osnabrück“ im Bistum Osnabrück
- Köln (ökumenisch)
- Testregion „Münsterland“ im Bistum Münster
- Testregion „Trier“ im Bistum Trier
- Testregion „Stuttgart“ in der Diözese Rottenburg-Stuttgart
- Testregion „Eichstätt“ in der Diözese Eichstätt
- Testregion Dresden-Meißen

### Testeinrichtungen:

- KD-Bank – die Bank für Kirche und Diakonie, Dortmund und Duisburg
- Evangelischer Entwicklungsdienst, Bonn
- Ev. Akademie Bad Boll
- Deutscher Evangelischer Kirchentag, Bremen



Der Internetauftritt von „Zukunft einkaufen“ ist die Informationsplattform für alle, die sich mit ökofairer Beschaffung in Kirchen und darüber hinaus beschäftigen. Auf der Homepage finden sich detaillierte Informationen zu Produktstandards, zum Themenbereich Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (CSR) sowie Checklisten und weitere Arbeitshilfen zur Einführung eines nachhaltigen Beschaffungsmanagements.

Der Internetauftritt ist sehr eng mit dem Auftritt der Wirtschaftsgesellschaft der Kirchen in Deutschland mbH (WGKD) verbunden, die KooperationspartnerIn des Projekts ist. „Zukunft einkaufen“ will dadurch auch auf das Beschaffungsverhalten von kirchlichen Großeinrichtungen einwirken, denen über die WGKD nun zunehmend Rahmenverträge für ökofaire Produkte angeboten werden. Schauen Sie doch einfach mal vorbei: [www.zukunft-einkaufen.de](http://www.zukunft-einkaufen.de).

## Vorschläge für eine Aktionswoche „Zukunft einkaufen“ nicht nur in Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen



# Aktionswoche „Zukunft einkaufen“

## Einführung

Folgende Module sollen Ihnen Anregungen geben, eine Veranstaltungswoche oder -reihe in Ihrer Kirchengemeinde zu planen. Im Zentrum stehen dabei unser Verhältnis zu den materiellen Gütern und die Bedeutung des Konsums für Lebensgefühl und Lebensstil.

- Auf der persönlichen Ebene soll erkannt werden, dass zukunftsfähiger Konsum kein Verlust an Lebensqualität bedeuten muss, sondern auch die (Wieder-) Entdeckung der Wertschätzung gegenüber Dingen bedeuten kann: eine Freude am Besitzen und Teilen, eine oft auch befreiende Neuorientierung in den Überlegungen, wofür ich lebe und arbeite.
- Auf der kognitiven Ebene soll nachvollziehbar werden, dass der große Ressourcenverbrauch des weltweit verbreiteten konsumorientierten Lebensstils kein zukunftsfähiges Modell ist, sondern dazu führt, dass in kürzester Zeit die natürlichen Lebensgrundlagen aufgebraucht sein werden. Deutlich werden soll auch, dass angesichts der ablaufenden Ressourcen- und Klimakrise schnelle persönliche wie politische Veränderungen notwendig sind.
- Es werden christlich-ethische Grundpositionen und ihre konkrete Bedeutung dargestellt: für ein gelingendes Leben, eine glaubwürdige Kirche und eine solidarische Gesellschaft. Auf dieser Ebene soll herausgearbeitet werden, dass nur ein achtsamer, ressourcenarmer, fairer Konsum das Leitbild des „Bebauens und Bewahrens“ (Gen. 2,15) erfüllt.

Kirche ist gefordert, mit ihrem Engagement für die Bewahrung der Schöpfung und ihrer vorrangigen Option für die Armen sich für einen zukunftsfähigen Konsum und Lebensstil zu engagieren. Nur auf diesem Weg der Gerechtigkeit ist Leben (Spr. 12,28a). Die Freiheit, zu der uns Christus befreit hat (Gal. 5,1), ist auch eine Freiheit zur Selbstbegrenzung. Eine Selbstbegrenzung, die die Würde und die Freiheit anderer Menschen, zukünftiger Generationen und die Bewahrung der Schöpfung, zum Maßstab hat. Vor dem Hintergrund der globalen Krisen ist diese Selbstbegrenzung zuallererst Verzicht auf noch mehr Wachstum, auf noch mehr Wohlstand zu Lasten anderer. Oder mit einem älteren Kampagnentitel von „Brot für die Welt“: „Wir müssen lernen, einfacher zu leben, damit andere Menschen einfach überleben können“.

**Nicht vergessen:**

### Zielgruppe:

Für welche Gruppe planen Sie die Aktionswoche? Oder wollen Sie (alle) Gemeindegruppen motivieren, eine Veranstaltung zu planen und durchzuführen? Letzteres erhöht einerseits den Abstimmungsaufwand, verlagert aber die Vorbereitung auf viele Schultern. Dies beinhaltet die Chance, das Thema „nachhaltig“ in Ihrer Gemeinde zu verankern. Außerdem werden Sie feststellen, wie viele Kompetenzen zu diesem Themenfeld in Ihrer Gemeinde bereits vorhanden sind.



Sprechen Sie unbedingt folgende Gruppen an: Eine-Welt-Gruppe, Umweltgruppe, Kindergartenteam und Eltern, Frauengruppe etc..

Bilden Sie eine Vorbereitungsgruppe, in der Verantwortlichkeiten festgelegt werden. Informieren Sie rechtzeitig z. B. über das Gemeindeblatt die anderen Gemeindeglieder und laden Sie diese zum aktiven Mitwirken ein.

### **Zeitgerüst**

Ein Terminplan, in den sich jede Gruppe mit ihren Veranstaltungen eintragen kann, hilft, den Ablauf der Aktionstage zu strukturieren. Mit einer Auftakt- und Abschlussveranstaltung (z. B. Gottesdienst/ökofaires Gemeindefest) kann den Aktionstagen ein Rahmen gesetzt werden. Laden Sie dazu auch Entscheidungsträger aus der Kommune oder dem Landkreis ein.

### **Die Beschaffung in der eigenen Kirchengemeinde**

Vergessen Sie nicht, die Beschaffung der eigenen Gemeinde zu thematisieren. Falls Sie Veränderungen bzw. Umstellungen bereits vorgenommen haben (z. B. ökofairer Tee/Kaffee, Säfte, Recyclingpapier, Grüner Strom etc.), kommunizieren Sie dies!

Falls bisher nur wenig passiert ist, nutzen Sie die Aktionswoche, die Umstellung der Beschaffung zu starten.

### **Öffentlichkeitsarbeit**

Vergessen Sie nicht, in Artikeln für den Gemeindebrief oder Mitteilungen für die Lokalpresse die Bedeutung einer ökofairen Beschaffung möglichst an Beispielen zu

erläutern. Laden Sie die Presse zu „bildreichen“ Veranstaltungen z. B. „Zukunftswerkstätten“, „Exkursionen“ etc. ein!

Nutzen Sie auch Stadtteilstefte, Wochenmärkte, Ökomärkte etc. und stellen Sie dort Ihre Aktivitäten vor.

### **Wichtig: Treffen Sie eine Auswahl!**

Nachfolgend bieten wir Ihnen Anregungen, von denen Sie sich inspirieren lassen können. Was von unseren Vorschlägen für Ihre Gemeinde angemessen ist, wissen nur Sie. Bitte treffen Sie im Vorbereitungskreis eine Auswahl und entwickeln Sie die Veranstaltungsmodule entsprechend der Gemeindesituation weiter. Seien Sie dabei auch ein wenig experimentierfreudig. Einige ungewöhnliche Wege erhöhen das Interesse und sichern Aufmerksamkeit für dieses wichtige Thema. Holen Sie sich bei Bedarf auch Akteure ins Boot, die Erfahrungen bei der Durchführung solcher Tage haben z. B. VertreterInnen aus Umwelt- und Eine-Welt-Zentren.

Die von uns ausgesuchten Materialien (M1 ff.) helfen Ihnen weiter. Sie stehen unter [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html) zum Download bereit.

## **TIPP**

Weitere Informationen zu den globalisierten, konsumorientierten Lebensstilen finden Sie oben, S. 4, Abb.1! (Wie sehen die durchschnittlichen KonsumentInnen in unserer globalisierten Welt aus?)

Versuchen Sie auch Querverbindungen zu aktuellen Konjunkturprogrammen zu ziehen, die u. a. auch den Konsum ankurbeln sollen. Prüfen Sie kritisch: Wird durch diese Programme der Konsum der Vergangenheit (vgl. die sog. Abwrackprämie) konserviert oder zukunftsfähiger Konsum gefördert? Lassen Sie sich von einem Greenpeace Demo-Slogan provozieren bzw. inspirieren: „Wäre die Welt eine Bank, hättet ihr sie längst gerettet!“

# Starten!

## Andacht

### Andacht zu Gen 2,4a-15

**Sehnsucht nach dem Paradies – Erinnerungen an die Zukunft**

Einen Vorschlag für eine Andacht finden Sie unter [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html) (M1 Bebauen und Bewahren)

Einen Vorschlag für eine Bibelarbeit finden Sie unter [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html) (M2 Noahbund – Bibelarbeit)

## Bibelarbeit

### Bibelarbeit zu Gen 8,22

**„Solange die Erde steht, soll nicht aufhören Saat und Ernte ...“**



Der Bogen über „Zukunft einkaufen“ soll an den Noahbund erinnern, dessen Zeichen der Regenbogen ist. Der Menschheit wird im Noahbund von Gott Zukunft zugesprochen aber auch ethisches Handeln gegenüber Mitmensch und Mitwelt abverlangt. Gleichzeitig symbolisiert der geschwungene Bogen eine Brücke zwischen den Wohlstandsgesellschaften des Nordens und den Ländern des Südens.

Der Slogan „Zukunft einkaufen“ bezieht sich auf eine doppeldeutige und auch provozierende Weise Zukunftsfähigkeit auf den alltäglichen Konsum bzw. auf jede Beschaffungsentscheidung. Die Botschaft lautet: „Wer einkauft, entscheidet (mit) über Umweltschutz oder -zerstörung, Menschenwürde oder Ausbeutung“.

## Ausstellungseröffnung – Vernissage

U. a. sind folgende Ausstellungen zu empfehlen. Selbstverständlich kann auch eine eigene Ausstellung gezeigt werden.

### „Zukunft einkaufen, Shopping für eine bessere Welt“

#### Ausstellung zur Aktion

[www.zukunft-einkaufen.de](http://www.zukunft-einkaufen.de)

Die Ausstellung geht von den Potenzialen aus, die eine zukunftsfähige Beschaffung in den Kirchen und im Privatbereich hat. Sie will ermutigen in kleinen, aber konsequenten Schritten den eigenen Handlungsbereich zu verändern. Im Mittelpunkt stehen dabei Schlüsselprodukte und ihre Produktionsstandards, der effiziente Einsatz von Produkten, die Vermeidung von Vergeudung sowie Strategien, „Zukunft einkaufen“ systematisch auch in größeren Institutionen umzusetzen.

### „Klima der Gerechtigkeit“

[www.vemission.org/service/download/vem-ausstellung-klima-der-gerechtigkeit](http://www.vemission.org/service/download/vem-ausstellung-klima-der-gerechtigkeit)

Die Ausstellung stellt die Auswirkungen des Klimawandels auf die Länder Asiens und Afrikas dar. Sie zeigt aber auch auf, was dort wie bei uns in Deutschland schon getan wird bzw. getan werden müsste im Zusammenspiel zwischen Nord und Süd, damit Klimagerechtigkeit keine Leerformel bleibt. Es werden Handlungsmöglichkeiten für Kirchengemeinden, für Schulen wie für Einzelne dargestellt.

Kontakt: Vereinte Evangelische Mission,  
T 0202.89004-142, E-Mail: [jplic@vemission.org](mailto:jplic@vemission.org)

Pädagogische Materialien zur Ausstellung finden Sie hier:

[www.moewe-westfalen.de/fileadmin/media/Dokumente/MOEW-Online-Materialien\\_Archiv/Klima\\_der\\_Gerechtigkeit.pdf](http://www.moewe-westfalen.de/fileadmin/media/Dokumente/MOEW-Online-Materialien_Archiv/Klima_der_Gerechtigkeit.pdf)

### „Nachhaltiger Konsum – Die Zukunft sichern – Beispiele aus Deutschland“ (Umweltbundesamt)

Auf 25 zweisprachigen (deutsch/englisch) großformatigen Postern (68×98cm) werden praxisnahe Beispiele aus Deutschlands nachhaltiger Konsumwelt gegeben: Von fair gehandelten Waren über Gütesiegel für Blumen, Textilien oder landwirtschaftlichen Produkten bis zur nachhaltigen Fisch- oder Forstwirtschaft reicht das Spektrum. Auch Beiträge zum nachhaltigen Bauen, zum nachhaltigen Tourismus, zur Ressourcenproduktivität oder zur Umwelterziehung sind enthalten.

<http://www.umweltbundesamt.de/uba-info/posterserie-konsum/index.htm>

### „Blumenwelten“

[http://www.vamos-muenster.de/blumenwelten/4\\_1\\_0\\_k.html](http://www.vamos-muenster.de/blumenwelten/4_1_0_k.html)

Die Ausstellung bietet eine Vielzahl an Informationen zur weltweiten Blumenproduktion. Zugleich zeigt sie die damit verbundenen widersprüchlichen Aspekte auf: die Blume als Inbegriff von Schönheit – und die Blume als Industrieprodukt.

## TIPP

Nutzen Sie die Ausstellungseröffnung, z. B. als Vernissage gestaltet für Ihre Startveranstaltung.  
Laden Sie je nach Ausstellungsschwerpunkt Experten ein, die weitere Informationen geben können: z. B. Verbraucherzentrale, Blumenhändler. Ziehen Sie immer wieder Querverbindungen zwischen den Veranstaltungen Ihrer Aktionswoche und der Ausstellung.

### Vortragsabend und Diskussion (ggf. in Verbindung mit einer Ausstellungseröffnung)

### „Zukunft einkaufen“ – Klima- und Ressourcenschutz in Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen

ReferentInnen: Mitarbeitende des Projekts, kirchliche Umwelt- oder Eine-Welt-Beauftragte, VertreterInnen der Initiative „Kirchliches Umweltmanagement“, entwicklungspolitische Gruppen, Umweltzentren ([www.zukunft-einkaufen.de](http://www.zukunft-einkaufen.de), [www.gruener-hahn.net](http://www.gruener-hahn.net), [www.kirum.org](http://www.kirum.org)), Energieagentur, Verbraucherzentrale.

Wir stellen Ihnen gern Musterpräsentationen zur Verfügung.

### Zukunft fair teilen – Fairness im Welthandel – Verantwortung entlang globaler Produktketten

Vorstellung der Studie „Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt“ unter dem Aspekt „Handel und Konsum“.

ReferentInnen: Verfasser der Studie (Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie), VertreterInnen Evangelischer Entwicklungsdienst, „Brot für die Welt“, BUND, MitarbeiterInnen der kirchlichen Umweltschwerarbeit/kirchliche Umwelt- oder Eine-Welt-Beauftragte, entwicklungspolitische Gruppen.



Es ist gesellschaftlicher Konsens, dass unser Land eine Politik der nachhaltigen Entwicklung braucht. Doch diesem Konsens entspricht kein gesellschaftliches Klima, das auf mehr Nachhaltigkeit drängt. Deshalb brauchen wir eine gesellschaftliche Debatte darüber, was Nachhaltigkeit in internationaler Verantwortung für Deutschland bedeutet, wie Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zukunftsfähig werden können und wie die Bürgerinnen und Bürger gestaltend in gesellschaftliche Prozesse eingreifen und ihr eigenes Verhalten nachhaltigkeitsorientiert ausrichten können.

Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) und die evangelischen Entwicklungsorganisationen „Brot für die Welt“ und Evangelischer Entwicklungsdienst (EED) haben sich zusammengetan, um eine solche Debatte anzustoßen.

Grundlage dieser Debatte ist die Studie „Zukunftsfähiges Deutschland“, die vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie erarbeitet wurde.

Weitere Informationen:

[www.zukunftsfahiges-deutschland.de](http://www.zukunftsfahiges-deutschland.de)

### **Klimawandel und Gerechtigkeit – die Verwicklungen der KonsumentInnen**

ReferentInnen: Mitarbeitende Misereor

Das Projekt „Klimawandel und Gerechtigkeit. Klimapolitik als Baustein einer gerechten Globalisierung und nachhaltigen Armutsbekämpfung“ will Wechselwirkungen zwischen der Vermeidung eines gefährlichen Klimawandels und der Bekämpfung weltweiter Armut analysieren. Ziel ist es, geeignete Strategien und Optionen einer globalen Klima- und Energiepolitik zu entwickeln, welche die nationalen und internationalen Bemühungen zur Armutsbekämpfung nicht gefährden, sondern möglichst unterstützen.

Weitere Informationen:

[www.klima-und-gerechtigkeit.de](http://www.klima-und-gerechtigkeit.de)

### **Wen macht die Banane krumm ...?**

#### **Einkaufen – aber richtig!**

Vortrag über „unfairen“ Konsum und Möglichkeiten, dies zu ändern.

ReferentInnen: VertreterInnen der Entwicklungswerke, Verbraucherzentralen, örtliche Eine-Welt-Gruppen, Weltläden, Umweltinitiativen, MitarbeiterInnen der kirchlichen Umweltarbeit, kirchliche Umweltbeauftragte, Eine-Welt-Beauftragte.



# Vertiefen!

## „Konsumgeschichten“ gestern und heute – Erzählcafés

Zielgruppen: Gesprächskreise in der Kirchengemeinde, Frauenhilfe etc. Besonders interessant und einprägsam sind altersgruppenübergreifende Erzählcafés etwa mit KonfirmandInnen.

Herausgearbeitet werden können in Erzählcafés z. B.:

- die unterschiedliche Verfügbarkeit von Gütern im Laufe der Zeiten
- die Bedeutung von Konsumgütern für das Lebensgefühl oder als Statussymbol
- die Bedeutung von Gütern für die Gruppenzugehörigkeit
- die sich ändernde Bedeutung von Konsumwünschen und ihre Erfüllung
- das Verhältnis vom sozialen Zusammenleben und Konsum (Sein und Haben)
- das sich ändernde Verhältnis von Besitzen und Nutzen, Leihen und Schenken, Nachbarschaftshilfe und autonomen Konsum
- Erfahrungen mit strategisch bzw. politisch ausgerichteten (z. B. ökofaitem) Konsum
- sinnliche Seiten des Konsums
- Konsum und eigene Gesundheit

Themen für Erzählcafés können z. B. sein:

- Wie war das Weihnachten 1949/59/69/... 2009?
- „Meine Küche: 1949/59/69/... 2009“
- Das Erzählsofa: „Wie war das damals im Tante-Emma-Laden, im HO, im Konsum?“
- „Die schönen alten Dinge: Gegenstände, die man nie wegwerfen würde, erzählen ihre Geschichte“. Bitte solche Hab-„seligkeiten“ mitbringen! Übrigens wurde „Habseligkeit“ vom Goethe-Institut und Deutschen Sprachrat zum schönsten Wort des Jahres 2004 gekürt.

[www.deutscher-sprachrat.de/index.php?id=301](http://www.deutscher-sprachrat.de/index.php?id=301)

- Einkaufen anderswo  
Was haben Sie während Ihres Urlaubs im Ausland beobachtet – wie wird dort etwas eingekauft? Bringen Sie Souvenirs, Fotos von Märkten, Ständen, Läden mit. Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten stellen Sie fest?  
Erinnerungen einkaufen – geht das?

Dies sind nur einige Themenvorschläge. Lassen Sie Ihre Kreativität spielen!

## TIPP

Eine Einführung in die Methode „Erzählcafé“ erhalten Sie unter: [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html)

Für alle, die sich noch intensiver informieren wollen, sei der Aufsatz von Reinhard Völzke empfohlen: „**Erzählen – Brückenschlag zwischen Leben und Lernen**“. Sie finden ihn unter: [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html)

## „Lange Lesenacht“

Als Variante bietet sich eine „Lange Lesenacht“ an mit eingestreuten Diskussionen über Konsum – Bedarf – Bedürfnisse – Besitzen und Gebrauchen gestern, heute und morgen.

Teilnehmende bringen ihre eigenen oder fremden Texte über Kaufen und Besitzen mit, die sie besonders bewegen. Hier einige Beispiele:

- Ausschnitte aus: Hans Fallada: „Kleiner Mann was nun?“
- Ausschnitte aus: Erwin Strittmatter: „Der Laden!“
- Das Märchen vom Fischer und seiner Frau
- Reicher Kornbauer (Lk 12,13–21)
- Heinrich Böll: „Anekdote zur Senkung der Arbeitsmoral“ Siehe [http://de.wikipedia.org/wiki/Anekdote\\_zur\\_Senkung\\_der\\_Arbeitsmoral](http://de.wikipedia.org/wiki/Anekdote_zur_Senkung_der_Arbeitsmoral)

- Leo Tolstoi: „Wie viel Erde braucht der Mensch?“  
Leo Tolstoi hat diese Geschichte 1885 geschrieben. Sie erzählt von dem Bauern Pachom, der, weil er nach Land gierte, sich auf die fruchtbare Hochebene Baschkirien begab, ein östlicher Ausläufer der russischen Ebene.

Die Baschkiren stellten dem Bauern eine Bedingung: „So viel Land du an einem Tag umschreiten kannst, soll dir gehören, und der Preis für den Tag sei tausend Rubel. Kommst du aber nicht an dem Ausgangspunkt an, verfällt dein Geld an uns.“

Pachom ging los. Rannte um Äcker und Wiesen von früh an, um große Flecken zu umschreiten. Kurz bevor die Sonne unterging, kam er völlig erschöpft zurück, das Blut stürzte ihm aus dem Mund und er war tot. Ein mal zwei Meter ist der Flecken Erde groß, den er nun noch braucht.

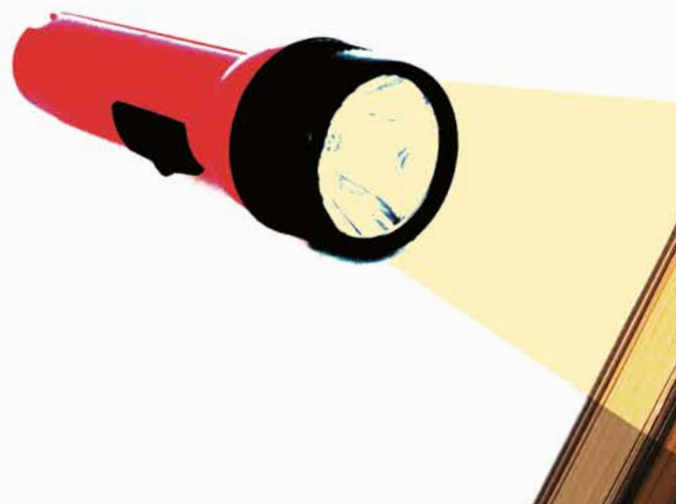
Text in: Tolstoi, Leo: Volkserzählungen, Hrsg. und Übers.: Waldmann, Guido. 261 S. ISBN: 978-3-15-002556-7

- „Das Märchen vom süßen Brei“

Ein Märchen der Gebrüder Grimm

Es war einmal ein armes frommes Mädchen, das lebte mit seiner Mutter allein. Da sie nichts mehr zu essen hatten, ging das Mädchen in den Wald. Dort begegnete es einer alten Frau. Die wusste schon von seinem Jammer und schenkte ihm ein Töpfchen. Zu dem sollt es sagen „Töpfchen, koche“, so kochte es guten süßen Hirsenbrei, und wenn es sagte „Töpfchen, steh“, so hörte es wieder auf zu kochen. Das Mädchen brachte den Topf seiner Mutter heim, und nun waren sie ihrer Armut und ihres Hungers ledig und aßen süßen Brei so oft sie wollten. Auf eine Zeit war das Mädchen ausgegangen, da sprach die Mutter „Töpfchen, koche“, da kocht es, und sie isst sich satt; nun will sie, dass das Töpfchen wieder aufhören soll, aber sie weiß das Wort nicht. Also kocht es fort, und der Brei steigt über den Rand hinaus und kocht immer zu, die Küche und das ganze Haus voll, und das zweite Haus und dann die Straße, als wollt's die ganze Welt satt machen, und ist die größte Not, und kein Mensch weiß sich da zu helfen. Endlich, wie nur noch ein einziges Haus übrig ist, da kommt das Kind heim, und spricht nur „Töpfchen, steh“, da steht es und hört auf zu kochen; und wer wieder in die Stadt wollte, der musste sich durchessen.

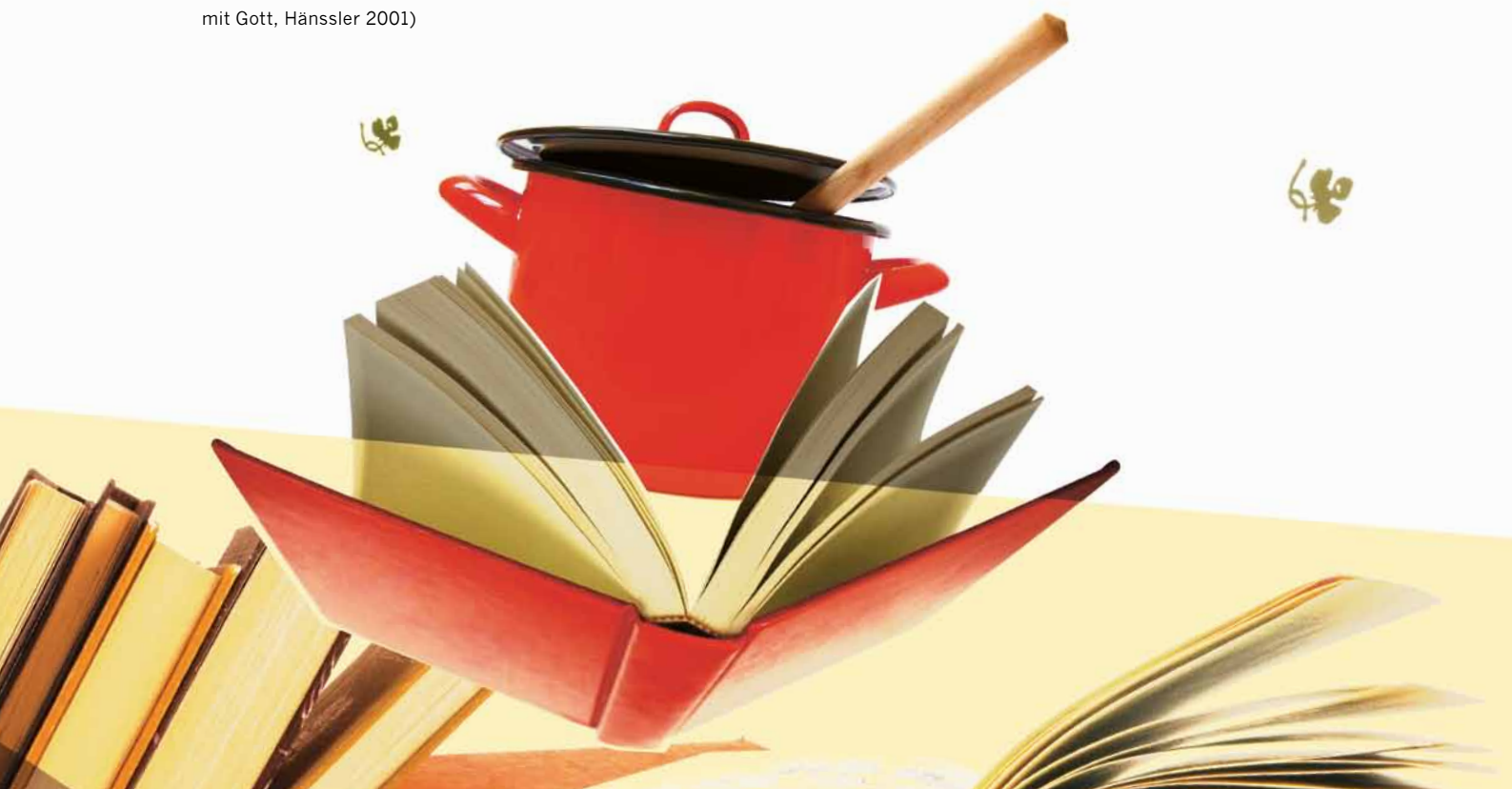
Quelle: [http://de.wikisource.org/wiki/Der\\_süße\\_Brei\\_\(1857\)](http://de.wikisource.org/wiki/Der_süße_Brei_(1857))



· „Hör dir das an, Gott,  
ich will heute mit dem Auto unterwegs sein,  
morgen schließe ich den Kaufvertrag ab,  
das neue Haus wird in zehn Monaten steh'n,  
dann zieh'n wir ein,  
machen das dritte Kind,  
schicken das erste zur Schule,  
das Geschäft wird vergrößert,  
den Kompagnon schmeiße ich raus,  
kaufe das restliche Aktienpaket,  
übernehme den Vorsitz in der  
Waschmittelgesellschaft,  
wechsle die Freundin,  
der Bungalow im Tessin ist fällig,  
die Gören springen mir von der Tasche,  
die Frau hat eine Operation,  
ich bin Generaldirektor,  
vielleicht Prostata, gut, wird repariert,  
man ist sechzig,  
Konzern ist gesund,  
rapide wächst das Grundkapital,  
glänzende Aussichten für die nächsten zehn Jahre,  
was sage ich, für zwanzig  
hör dir das an, Gott,  
und komme mir nicht dazwischen!“

Rudolf Otto Wiemer

(aus: Reinhold Ruthe: Rede du ich höre, 365 Mal Zwiesprache  
mit Gott, Hänssler 2001)



## In „Weltverwicklungen“ – Lange Filmnacht/ langer Filmnachmittag

Veranstalten Sie eine Filmnacht, einen Filmnachmittag, eine Kurzfilmnacht mit Dokumentarfilmen. Sie können dabei die Filme zu einem bestimmten Thema auswählen wie z. B. Landwirtschaft/Nahrungsmittel, Weltwirtschaft etc.). Vielleicht gelingt es Ihnen, eine(n) fachkundige(n) ReferentenIn einzuladen, so dass offene Fragen beantwortet und Inhalte vertieft diskutiert werden können. Beispielhaft stellen wir einige Filme vor.

### TIPP

Eine ausführliche Liste und Beschreibung der Filme finden Sie als Download unter [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html) (M3 Filme der Filmnacht). Die meisten Filme können Sie bei den Evangelischen Medienzentralen ausleihen.

Weitere Filme und Informationen:  
Evangelisches Zentrum für  
Entwicklungsbezogene Filmarbeit,  
Kniebisstraße 29, 70188 Stuttgart,  
T 0711 . 2847243, [www.ezef.de](http://www.ezef.de)

### **Eine anständige Firma – Nokia made in China**

Dokumentarfilm, Frankreich/Finnland 2004,  
56 Minuten, geeignet ab 16 Jahren

### **Jeans – Baumwolle im Zeichen der Globalisierung**

Dokumentarfilm, Deutschland 2002, 19 Minuten,  
geeignet ab 12 Jahren

### **Hühnerwahnsinn. Wie Europas Exporte Afrika schaden.**

Ein Film zur Globalisierung am Beispiel Kameruns.  
Dokumentarfilm, Deutschland/Kamerun 2007,  
28 Minuten, geeignet ab 14 Jahren

### **„Unser täglich Brot“**

Der Film zeigt das System der industriellen Nahrungsmittelproduktion, wobei er die Bilder für sich sprechen lässt und auf jegliche Kommentare verzichtet.

Dokumentarfilm, Österreich 2005, 92 Minuten, DVD,  
Verleih: Alamode Film

### **Die Multi-Knolle – Karriere einer Ackerfrucht**

Dokumentarfilm, Deutschland 1998, 44 Minuten,  
ab 14 Jahren

### **Future Of Food – Nichts ist, wie es schmeckt**

Dokumentarfilm, USA 2004, 88 Minuten, ab 14 Jahren

### **Monsanto – Mit Gift und Genen**

Dokumentarfilm, Frankreich 2007, 109 Minuten,  
ab 16 Jahren

### **Septemberweizen**

Ein Film über und gegen die Mythen, die sich um Weizen, Hunger und die ranken, die damit umgehen.  
USA 2007, 96 Minuten, ab 12 Jahren

### **Was heißt eigentlich bio?**

Dokumentarfilm, Deutschland 2000, 30 Minuten,  
ab 14 Jahren

### **We feed the world – Essen global**

Österreich 2005, 96 Minuten

### **Vergiftete Geschenke – Wie die Europäer Afrika in die Armut treiben**

SPIEGEL TV Special, Deutschland 2007, 93 Minuten  
([www.youtube.com](http://www.youtube.com))



## Aktiv werden!

### Zukunftswerkstatt (ZW)

**Zielgruppe:** Interessierte Erwachsene und ältere Jugendliche

**Ziele:** Die Zukunftswerkstatt (ZW) will motivieren, den eigenen Ideenreichtum zu entdecken und zu eigenen Ideen zu stehen.

Die ZW will ermutigen, in Zukunft zu gestalten und dabei der eigenen planerischen Kreativität und Phantasie zu vertrauen.

Die Methode ZW wurde in den 70er Jahren von Robert Jungk und Norbert Müllert entwickelt und seitdem in vielen Bereichen eingesetzt, z.B. in der Stadtplanung, wenn Stadtviertel umgestaltet werden, aber auch bei vielen anderen alltagsrelevanten Planungsverfahren.

### TIPP

Eine Muster-Zukunftswerkstatt finden Sie unter [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html) (M4 Praxisanleitung Zukunftswerkstatt)

### Zukunftswerkstatt I:

**„Zukunft einkaufen“ – Wie geht das?!**

allein/gemeinsam/in unserer Kirchengemeinde  
Erste Schritte und Strategien

Die TeilnehmerInnen erarbeiten eine kreative Beschaffungsstrategie für die Kirchengemeinde, den Kindergarten etc..

Alternativ:

### Zukunftswerkstatt II:

**„Hambruch 2020: Zukunftsfähig einkaufen – aber wie?!“**

In diesem Beispiel wird der „Themenschirm“ der Zukunftswerkstatt bewusst weitergespannt.

Die Einkaufsinfrastruktur hat sich in den letzten Jahrzehnten – oft zum Nachteil – verändert. „Tante Emma“ hat ihren Laden aufgegeben. Einkaufszentren am Stadtrand sind schlecht zu erreichen. Entsprechend ist vielfach auch der ökofaire Bezug von Gütern mit Schwierigkeiten verbunden.

Orte der Kommunikation und der Nachbarschaftshilfe sind verödet oder mit dem Sterben des kleinen Ladens nicht mehr vorhanden. Gleichzeitig sind neue Möglichkeiten des bewussten und nachhaltigen Konsums entstanden: Ökofaire Verbraucherportale, Eine-Welt-Läden, Tauschbörsen, Öko-Konsumgenossenschaften und andere Bringdienste.

Die Zukunftswerkstatt fragt nach den Versorgungsstrukturen der Zukunft. Wie muss unter sozialen, ökologischen und demografischen Gesichtspunkten die Struktur eines Stadtteils/einer Stadt sich verändern, damit das Leben für alle Altersgruppen lebenswert ist? Wie lässt sich eine Versorgung mit ökofairen Gütern und Dienstleistungen organisieren? Welche Rolle könnte die Kirchengemeinde übernehmen?

### TIPP

Weiterführende Informationen zur Gestaltung der nachfolgenden Veranstaltungen finden Sie auch in unserer Themenbroschüre „Klima & Konsum“.



## Auf „Einkaufstour“ mit „Zukunft einkaufen“

Zielgruppe: Jugendliche

Ziel: Jugendliche sammeln Informationen über ökofairen Konsum in der Kommune, Schule oder Kirchengemeinde. Sie entdecken und dokumentieren gute Beispiele, Defizite und Veränderungspotenziale.

Kooperationspartner:

- Eine-Welt-Laden
- Lokale Agenda 21-Gruppen
- Umweltinitiativen
- Verbraucherberatung
- Lokale Wirtschaft
- Beschaffungsabteilung der Kommune

Durch die Erkundung wird bei den Jugendlichen der abstrakte Begriff „Zukunftsfähigkeit“ in ein lokales und persönliches Bezugsfeld gesetzt und kann unmittelbar an der Wirklichkeit bearbeitet werden. Außerdem werden Kontakte zu wichtigen, handelnden Akteuren hergestellt (PfarrerIn, Gremien der Kirchengemeinde, Kommunalvertreter u. a.).

Eine Praxisanleitung finden Sie unter  
[www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html)  
 (M5 Auf Einkaufstour mit „Zukunft einkaufen“)

## Konsumkritischer Stadtrundgang

Zielgruppe: Jugendliche und junge Erwachsene

Ziel: Folgen unseres Konsums erkennen und Handlungsalternativen aufzeigen.

Es gibt keinen Tag, an dem wir nicht konsumieren. Es geht mit dem Weckruf des Handys los, danach fließt das Wasser zum Zähneputzen aus dem Wasserhahn, Hose und Shirt werden angezogen, es gibt den O-Saft zum Frühstück, die Tageszeitung zum Lesen, dann die Schuhe an und dann ab mit dem Fahrrad zur Schule. Alltägliche Dinge, denen wir wenig Beachtung schenken. Doch was steckt hinter den Konsumgütern?!

Beim konsumkritischen Stadtpaziergang werden die Teilnehmer durch ihre eigene Stadt geführt und z. B. vor einem Bekleidungsgeschäft spielerisch über die Herstellung von Markenkleidung informiert. Durch diesen Alltagsbezug soll Bewusstsein für weltweite Zusammenhänge, für Gerechtigkeit und für unsere Verantwortung geschaffen werden.

Eine Praxisanleitung finden Sie unter  
[www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html)  
 (M6 Konsumkritischer Stadtrundgang)

## „Regional und gut“ – Mit „Zukunft einkaufen“ auf Exkursion

Zielgruppe: Alle Gemeindegruppen, Jugendliche und Erwachsene

Ziel: Örtliche Bezugsquellen entdecken, dem qualitativ hochwertigen Konsum ein lokales Gesicht geben, ökofair vor Ort „schmecken“.

Öko/faire Produzenten/Händler in der Region besuchen, ggf. Produktverkostungen organisieren:

- Neuland-Metzger
- Öko-Bäcker
- Bauernhofladen
- Eine-Welt-Cafe
- Molkerei
- etc.

Aber auch:

- Bürohandel
- Fabriken
- Secondhand-Laden
- Tauschbörse
- Ehrenamtsbörse

## TIPP

Adressen gibt es im ökofairen Einkaufsführer der örtlichen lokalen Agenda oder unter <http://www.tag-der-regionen.de/index.php>, [www.öko-fair.de](http://www.öko-fair.de)

Beispiele:

### Sechs Kontinente – eine Zukunft

Gekocht werden ökofaire Gerichte aus sechs Kontinenten (der „sechste Kontinent“ ist in diesem Fall das Meer, Fischthematik).

## TIPP

Unter dem Titel „Neue Rezepte braucht das Land“ stehen für Sie weitere Aktionsformen und Rezepte für Jugendliche und junge Erwachsene auf unserer Homepage bereit: [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html) (M7 Rezepte)

## Über ökofaire Produkte informieren und sie als Gruppe wahrnehmen

**1 Produktverkostungen** durch Lieferanten oder Produzenten (Wein, Kaffee, Tee etc.)

**2 Alternative „Verkaufsveranstaltungen“**

Fair-Trade-, Grüner-Strom-, Bioland-Gemüseabo-Partys

**3 Ein „ökofairer Marktstand“** der Kirchengemeinde auf dem samstäglichen Wochenmarkt

[www.global-lokal-re.de/sites/pott.php](http://www.global-lokal-re.de/sites/pott.php)

... und als Dauerbrenner in der Kirchengemeinde:

**4 Das „Ökofaire Produkt des Monats“:**

Verkostung in der Kirchengemeinde

Sonderverkauf des Weltladens etc.

Produktinformationen über den Gemeindbrief

## Zukunft „schmecken“

### Der ökofaire Kochclub

Themenabende mit entsprechendem Essen gestalten

### Das Viersterne (plus) -Rezeptbuch für die Zukunft

In der Kirchengemeinde werden „zukunftsfähige“ Rezepte gesammelt und als Kochbuch der Kirchengemeinde herausgebracht. Kriterien („Sterne“) für die Auswahl sind:

- gesund
- regional
- saisonal
- ökologisch
- fair
- energiesparende Herstellung und Zubereitung

Alle Rezepte erfüllen mindest vier von sechs Kriterien („Sterne“). Alle Rezepte werden mit vier Sternen aufwärts gekennzeichnet. Es wird besonders erläutert, warum welcher Stern verliehen wurde.

## TIPP

„Kirchengemeinden bitten zu Tisch“ diese Aktion von „Brot für die Welt“ enthält weitere Ideen für Gemeindeveranstaltungen. Download unter [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html) (M8 Kirchengemeinden bitten zu Tisch).

## Abschluss

### Das besondere Thema: Die Spur der Steine – Kinderarbeit im Handel mit Grabsteinen

Zwei Drittel aller Grabsteine in Deutschland kommen aus Indien. Dort werden die Steine überwiegend von Kindern bearbeitet. Nach Angaben des Vereins XertifiX ([www.xertifix.de](http://www.xertifix.de)) arbeiten ca. 150.000 Kinder in den Steinbrüchen unter meist katastrophalen und menschenverachtenden Bedingungen. Die Kinder arbeiten ohne Schutz vor Staub und Lärm, verletzen sich durch Steinschläge und haben durch die schwere Arbeit eine sehr geringe Lebenserwartung.

Um gegen diese Missverhältnisse vorzugehen, nahm der Verein seine Tätigkeit auf und gründete zusammen mit Steinmetzen eine Siegelinitiative, die ein Zertifikat an Steinbrüche vergibt, die sich an vereinbarte Standards halten.

In einigen Städten wurde bereits die Friedhofssatzung oder die Vergabeordnung geändert. Auch auf Länderebene wurden solche gesetzlichen Veränderungen bereits erwirkt. Doch der Druck auf den Handel, nur noch Steine aus zertifizierten Steinbrüchen zu beziehen, kann nur durch eine gesteigerte Nachfrage erhöht werden.

Daher achten Sie beim Kauf von Natursteinen auf das XertifiX-Zertifikat und fragen Sie danach! Setzen Sie ein Zeichen gegen ausbeuterische Kinderarbeit in Steinbrüchen! Eine Liste der Händler und Lizenznehmer finden Sie auf den Internetseiten von XertifiX.

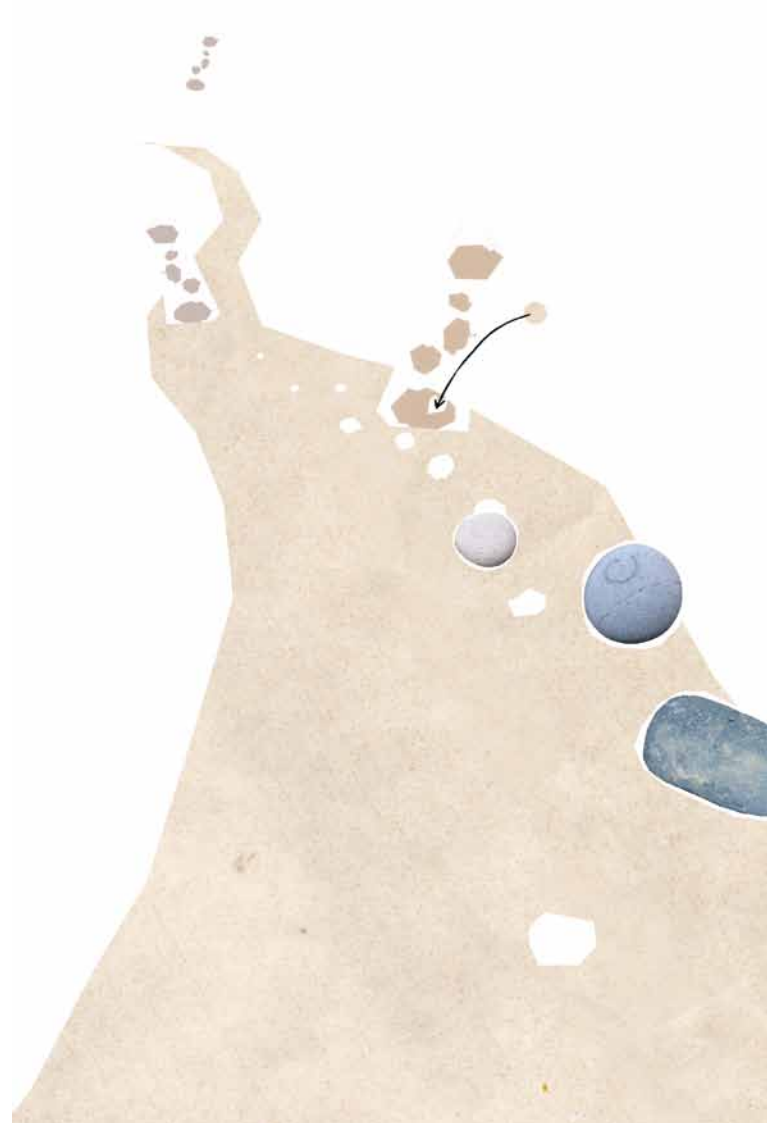
Weitere Informationen auch bei der Kampagne gegen Kinderarbeit (<http://www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de/produkte/natursteine>) und der Homepage des Vereins Südwind e.V. ([www.suedwind-institut.de](http://www.suedwind-institut.de)) Institut für Ökonomie und Ökumene.

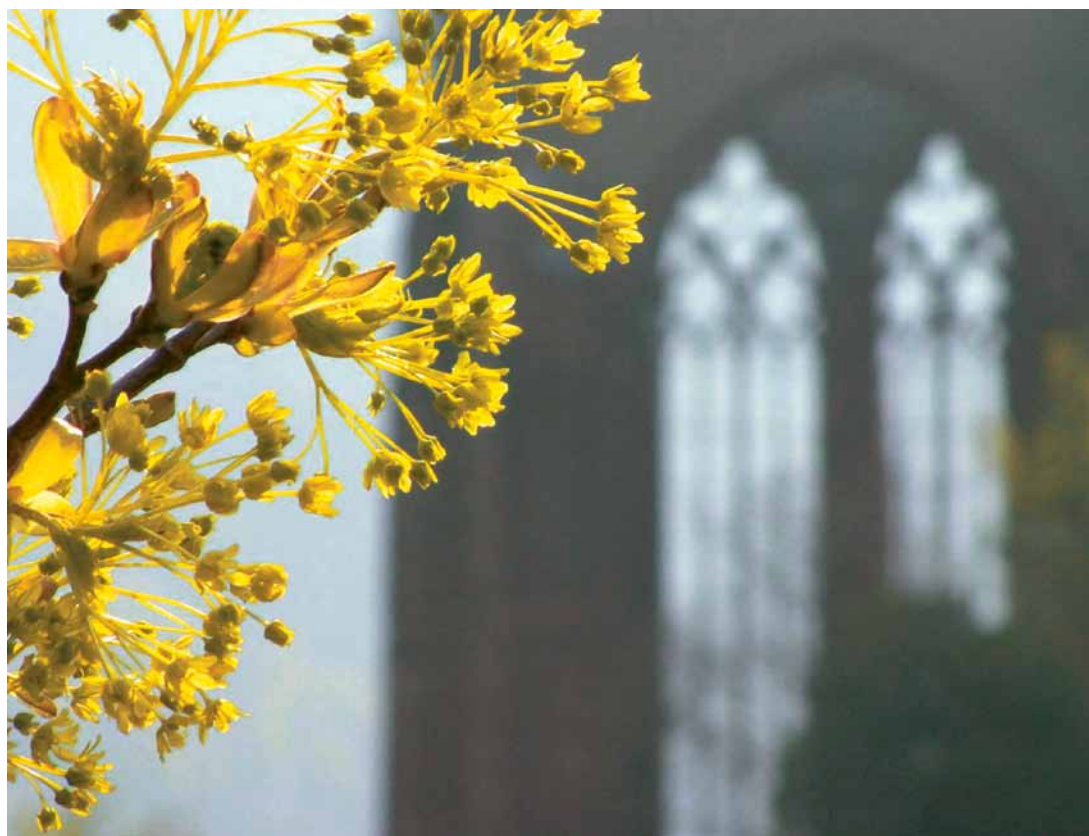
### Gottesdienst und ökofaires Gemeindefest

Liturgische Anregungen zu einem Gottesdienst finden Sie als Download unter [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html) (M9 Gottesdienst).

### Zum Schluss

Einen Leitfaden zur umweltfreundlichen Gestaltung von (Groß-)Veranstaltungen finden Sie unter [www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html](http://www.zukunft-einkaufen.de/downloads.html) (M10 Leitfaden für die umweltgerechte Organisation von Veranstaltungen)







**Zukunft einkaufen**  
Glaubwürdig wirtschaften in Kirchen

[www.zukunft-einkaufen.de](http://www.zukunft-einkaufen.de)

