

Bio, fair, regional – einkaufen mit Herz und Verstand.

Strategischer Konsum als Nachhaltigkeitsfaktor

Projekthintergrund

Die Umweltstation Jugendfarm Erlangen hatte als Jahresthema 2017 die Optimierung des ökologischen Fußabdrucks gewählt („Pimp your footprint“) und dazu zahlreiche Angebote und Workshops durchgeführt. Dabei wurde deutlich, dass das Thema „nachhaltiger Konsum“ viele Menschen beschäftigt und sie sich Hintergrundwissen und Handlungsideen dazu wünschen. Deshalb wollen wir dieses Thema im Jahr 2018 vertiefen.

Projekthinhalt

Das Prinzip des strategischen Konsums - wir bestimmen, was wir kaufen wollen

Bewusstes Einkaufen

Seit geraumer Zeit ersetzt eine einfache Idee die Ohnmacht des Konsumrausches: Wir können mit jedem Kauf nicht nur unser privates Glück befriedigen, sondern auch die Lebensstandards für Mensch und Umwelt auf der ganzen Welt erhöhen, wenn wir fair gehandelte und ökologisch korrekt hergestellte Produkte kaufen. So einfach und gut: Das ist bewusstes Einkaufen.

Was kann ein strategischer Konsument tun?

1. Der strategische Konsument informiert sich.

2. Der strategische Konsument kauft bewusst ein.

Die fair gehandelten und ökologisch korrekten Produkte, die heute am Markt zu kaufen sind, gehören auf die Einkaufsliste. Gerade die Dinge für den täglichen Bedarf wie Lebensmittel, Reinigungsmittel oder Kleidung sollten fair gehandelt und ökologisch hergestellt sein.

3. Der strategische Konsument plant langfristig.

Ja, viele Bio- und Ökoprodukte sind teuer. Jedoch sprechen zwei Dinge dafür, sie dennoch zu kaufen. Erstens: Langfristig lohnen sich teure Bioprodukte allemal. Der nicht pestizidverseuchte Bioapfel ist gesünder, und ein energiesparender Kühlschrank spart langfristig Strom und damit Geld. Und: Je mehr Bioprodukte gekauft werden, desto mehr Anbieter wird es geben. Der strategische Konsument hat aus gutem Grund einen langen Atem: Es müssen massive Änderungen her, und der Druck auf die Industrie muss größer werden.

4. Der strategische Konsument ist selbstbewusst.

Der strategische Konsument ist eine Marktchance. Er sucht nach sozial und ökologisch verträglichen Produkten. Es gäbe keine Hybridautos, wenn danach nicht gefragt würde. Und das Ziel ist klar: Es gibt keine Alternative zu einem nachhaltigen Lebensstil. Der Markt wird sich darauf einstellen müssen.

In der Umweltstation Jugendfarm Erlangen haben wir viele Möglichkeiten, Konsumverhalten zu thematisieren. Die offene Kinder- und Jugendarbeit gestaltet mit dem Format „Leben in der Gemeinschaft“ ein partizipatives Projekt, das immer wieder mit neuen Schwerpunktthemen die Teilnehmer erreichen und bereichern kann. Hier werden die Kinder ohne erhobenen Zeigefinger an BNE herangeführt, können sich selbst einbringen und lernen durch das alltägliche Tun. Dadurch erreichen wir auch die Eltern der teilnehmenden Kinder und bieten für diese (und andere interessierte Erwachsene) immer wieder Mitmachaktionen an, die sehr gerne angenommen werden. In diesem Jahr möchten wir einen Schritt weiter gehen und auch Akteure der Umweltpolitik als Referenten einbeziehen, uns also als Plattform der politischen Nachhaltigkeitsbildung im Bezug auf strategisches Konsumverhalten betätigen. Natürlich werden auch Workshops für interessierte Schulklassen und Multiplikatorenschulungen angeboten.

Angebote für Schulen

Die Infos zur Buchung und Preisen finden Sie auf unserer Startseite unter Gruppenangeboten

Smartphone- gar nicht so smart?!, ab 4. Klasse: Fast jede-/r hat ein Smartphone, das kaum noch wegzudenken ist, doch die wenigsten wissen, dass es gar nicht so smart ist, wie es auf den ersten Blick wirkt: In diesem Angebot wollen wir das Smartphone kritisch *hinterfragen* und erkunden anhand interaktiver Stationen den Herstellungsprozess vom Rohstoff bis zum Verkauf und der Entsorgung. Aspekte wie Ressourcenverbrauch, ausbeuterische Arbeitsbedingungen, fehlende Unternehmensverantwortung, sowie Handlungsmöglichkeiten der Konsument/innen liefern einen realistischen Blick auf das allgegenwärtige Phone und können bei der nächsten Kaufentscheidung als Wegweiser dienen.

Die Weltreise der Kleidung, ab 5. Klasse: Immer trendy und hipp zu sein, erfordert einen enormen Verbrauch an Ressourcen, denn oft landen Klamotten und Schuhe schon nach einer Saison im Altkleidercontainer. Welche Folgen dieses Verhalten nach sich zieht, erfahren wir anhand der Weltreise einer Jeans, die uns Einblick in die Kleiderherstellung, deren ökologischer Belastungen und den Arbeitsbedingungen gibt. Anhand dieser Erkenntnisse erarbeiten wir Möglichkeiten wie man sich vielleicht doch trendy aber ressourcensparender kleiden kann.

Einkaufs-Check, ab 6. Klasse: In diesem Angebot nehmen wir Einkäufe unter die Lupe und die Schüler erfahren, welche Auswirkungen ihre Einkaufsentscheidungen nach sich ziehen. Anhand dieser komplexen Wirkketten wird die Verantwortung und Macht des Konsumenten

deutlich und die Teilnehmenden erarbeiten Handlungsmöglichkeiten, wie sie bewusst darauf Einfluss nehmen können.

Upcycling-Workshop, ab 7. Klasse: In diesem Workshop werden wir Dinge, die ursprünglich für die Mülltonne bestimmt waren, weiterverwerten und Schönes sowie Nützliches daraus kreieren - die Alternative zum Wegwerfen. Neben dem praktischen Teil ergründen wir die Ursprünge des Upcycling-Trends und hinterfragen kritisch unsere Wegwerfmentalität und ihre Folgen in einem globalen Zusammenhang. Und letztendlich werden wir Ideen sammeln, was wir ganz individuell zur Müllvermeidung beitragen können.

