



AllerWeltHaus

weltinfo

Okt - Nov - Dez 2007 | Nr.: 313

www.allerwelthaus.org

Green-Shopping

Mit Konsum die Welt
verändern?

Konzerttipp:
Fernöstliche Klangwelten
G. Müller & Nam Souk Kim

innenliegend:

Veranstaltungskalender Okt - Dez '07



AllerWeltHaus

Café Mondial

rauchfrei & vegetarisch

mo.-fr. 10–22.00 Uhr
sa. 10–18.00 Uhr
sonntags geschlossen
Telefon 02331/183947

AllerWeltHaus

Weltladen

**Kunsthandwerk, Lebensmittel
und Geschenkeideen aus Fairem Handel**

mo.-fr. 10–13.30 Uhr
15–18.30 Uhr
sa. 10–16.00 Uhr
Telefon 02331/21410

AllerWeltHaus Hagen

Potthofstr. 22
Telefon 02331/21410
Email info@allerwelthaus.org
www.allerwelthaus.org

Spenden-Konto des AllerWeltHaus:

Kontonr. 103023003
Sparkasse Hagen, BLZ 45050001

AllerWeltHaus

Bücherei und Archiv

Sie haben Zugang zu:

120.000 Zeitschriftenartikeln
25.000 Büchern
3.000 Unterrichtsmaterialien
500 AV-Medien

Geöffnet fr 16 - 19:30 Uhr
Weitere Termine nach Absprache unter
www.buecherei@allerwelthaus.org

AllerWeltHaus

Kulturbüro

**Informationen zu Programm, Kursangeboten,
der Arbeit des AllerWeltHauses, Beratung
für Globales Lernen, Anmietung von Räumen**

mo.-do. 08–15.00 Uhr
fr. 08–13.00 Uhr
Telefon 02331/21410
Fax: 02331/183939
Email info@allerwelthaus.org

**weltinfo im Jahresabonnement –
jetzt auch als PDF-Datei:**
www.allerwelthaus.org

Markt und Moral

Konsum für eine bessere Welt?

Brad Pitt tut es. George Clooney und Julia Roberts tun es auch. Sie fahren Hybridautos, bauen Energiesparhäuser und propagieren Öko-Mode und Bio-Kost als Trend.

Im Klimasünderland USA sind sie die Vorreiter eines neuen Lifestyles: LOHAS - Lifestyle of Health and Sustainability.

In Deutschland bewirbt der Hersteller der Trend-Limo "Bionade" sein Ökoprodukt als das "Offizielle Getränk einer besseren Welt".

Dies alles sind Anzeichen einer neuen Öko-Bewegung, deren Anhänger sich grundlegend von ihren Vorläufern unterscheiden und die sich nicht mehr durch Frisur oder Kleidung zu erkennen geben.

War die Ökobewegung in den siebziger und achtziger Jahren grundlegend konsumkritisch orientiert, möchten die neuen Ökos am liebsten auf nichts verzichten.

Sie verstehen sich vielmehr als stilbe-



wusste Konsumenten die Druck auf den Markt ausüben, da sie mit ihrem Konsumverhalten die Welt ein Stück weit verbessern wollen. So hat sich in der BRD die Nachfrage nach Bio-Produkten zwischen den Jahren 2000 und 2006 von 2,1 Milliarden EUR auf 4,5 Milliarden EUR mehr als verdoppelt.

Marktforscher attestieren dem Konsumenten, dass auch kleinste Ansätze ökologisch bewusst zu handeln dazu beitragen, die Märkte zu mehr moralischem Handeln zu zwingen. Und die Industrie reagiert. Kaum ein Hersteller, der nicht eine ökologisch- oder sozialverträgliche Produktlinie entwickelt - sei es auch nur als Feigenblatt für das Firmenimage oder um mit guten Taten gutes Geld zu verdienen.

Der Konsument kann in vielen Bereichen des täglichen Lebens mit seiner Kaufentscheidung mitbestimmen, ob künftig mehr Ethik den Markt bestimmt - ungeachtet, ob er die Welt retten oder das eigene Gewissen beruhigen will.

Ulrich Korfluer

Wohnen

als Lebensgefühl

Wie wir wohnen, mit welchen Möbeln wir uns umgeben, ist Ausdruck unseres Lebensgefühls. Über 17 Milliarden Euro gaben die Deutschen im Jahr 2005 für Möbel aus.

Europaweit liegen wir mit unseren Ausgaben pro Kopf ganz vorn. Nach einer Allensbach-Umfrage gilt die Wohnung für jeden zweiten Bundesbürger als "Ort der Verwirklichung des eigenen Stils und eigener Ideen". "In wirtschaftlich unsicheren Zeiten ist es naheliegend, dass man wenigstens zu Hause ein Gefühl des Wohlfühlens anstrebt" erklärt Dirk-Uwe Klaas vom Verband der Möbelindustrie.

Der Verband beschreibt in einem Zukunftspapier "Visionen 2020" ein erwachendes ökologisches Bewusstsein von KonsumentInnen:

"die Sehnsucht nach einem Wohngefühl, das uns weder von der Welt abkoppelt, noch von der Natur".

Bereits auf der Internationa-

len Möbelmesse 2006 in Mailand fand dieser Trend seinen Ausdruck im Programm "Neo-Rurales" mit Naturholzmöbeln und Recyclingprodukten.

Die Frage, wie wir uns einrichten, entscheidet mit darüber, in welchem Zustand wir den Planeten hinterlassen werden. Wenn wir Möbel kaufen, kaufen wir eine Produktgeschichte:

Welche Materialien werden verwendet? Wo kommen sie her? Unter welchen Arbeitsbedingungen wurden sie hergestellt? Was passiert mit den Möbeln, wenn wir sie nicht mehr brauchen? Die Möbelindustrie gibt darauf unterschiedliche Antworten.

Zum Einen werden hochpreisige, langlebige, massive





Naturholzmöbel aus heimischen Hölzern und nachhaltiger Forstwirtschaft angeboten. Auf der anderen Seite erlebt das Wegwerfmöbel aus chemiegetränkter Spanplatte seine Hochkonjunktur.

In den vergangenen Jahren hat die deutsche Möbelindustrie einen ähnlich tiefgreifenden Wandel vollzogen wie die Textilindustrie. Weite Teile der Produktion wurden nach Osteuropa und Asien ausgelagert, und beim gnadenlosen Preiskampf blieben viele kleine und mittlere Unternehmen auf der Strecke. Mitnahmemöbel zum Selbstaufbau aus dem Discounter machen mittlerweile 40 % des Marktes aus. Zwischen superbillig und Luxus ist die

Mitte weggebrochen.

Ein Problem der Verlagerung sind die gesetzlichen Regelungen. Die hiesige Gefahrstoff-Verordnung für Schadstoff-Grenzwerte gilt z.B. nicht in den meisten neuen Produktionsländern.

Doch hinter den Kulissen tut sich etwas. Die "Deutsche Gemeinschaft Möbel", ein Zusammenschluss von über 100 Mitgliedern, unter ihnen viele bekannte Möbelmarken, vergibt ein Gütesiegel, das neben technischer Qualität die Einhaltung von Schadstoffgrenzen sowie die Verwendung von Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft gewährleistet. Einige der Mitglieder gehen über die geforderten Standards hinaus. So erhielt eine Firma für ihr gesamtes Sortiment den Blauen Engel, und eine zeichnet sich durch vorbildliche Arbeits- und Gesundheitsbedingungen aus.

Doch der Trend ist nicht durchgängig. Der eine Teil scheut das Öko-Image und wirbt nicht mit seinen Standards, und der andere ist froh, dass niemand weiss, wie er produziert. Und über die Arbeitsbedingungen in den Produzentenländern spricht erst recht keiner.

[Claudia Pempelforth]

Digitale Zauberwelt

Schatten im Cyberspace?

Nur die Zielgruppe für Ü30-Partys kann sich noch selbst daran erinnern, vor einer Telefonzelle zu stehen und zu warten, bis Frau oder Mann zum Hörer greifen darf.

Oder eine Verabredung einfach einzuhalten, ohne eine SMS zu schicken, dass es später wird. Wir sind jederzeit erreichbar, wir können, wenn wir wollen, frei von Kabeln überall Filme und Fotos betrachten und viele Dinge des täglichen Lebens über das Internet regeln.

Die Instrumente des "Digital Lifestyle" sind inzwischen zu Discounterpreisen für die meisten erschwinglich geworden - doch der digitale Zauber hat auch seinen Preis:

- Jährlich landen über eine Million Tonnen Elektronikschrott im deutschen Müll, angereichert mit Umweltgiften wie Arsen, Kadmium, Blei, Quecksilber oder bromierten Flammschutzmitteln.
- Bei der Herstellung von High-End-Electronicgeräten

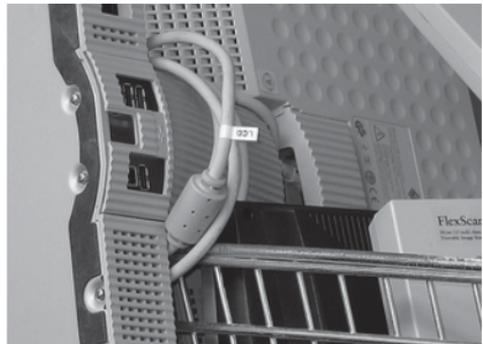
werden soviel Rohstoffe verbraucht wie bei dem Bau eines Kleinwagens.

- Elektronikschrott, der zum Recycling bestimmt ist, wird häufig nach Asien exportiert.

Hier werden ausgediente Rechner mit den Händen auseinander gebaut, bisweilen werden Platinen auf offener Straße in Säuren getaucht oder PVC-Kabel verbrannt, um an

verwertbare Rohstoffe zu gelangen.

- Ohne Coltan, einem Erz, aus dem das enorm hitze- und säurebeständige Edelmetall Tantal gewonnen wird, würde kein Handy klingeln. Bis vor kurzem wurden 80% des weltweit benutzten Coltans im Kongo abgebaut. Mit den Erlösen finanzierten die Bürgerkriegsparteien ihren Kampf, der seit 1998 vier Mio. Menschenleben forderte.



Im Juni 2006 schockte ein Artikel in der britischen "Mail on Sunday" die Computerwelt. Der Artikel beschrieb die Arbeitsbedingungen bei chinesischen Elektronikherstellern, die für bekannte Marken arbeiten, z.B.:

- 50 \$ Monatslohn - ein Drittel unter dem Mindestsatz
- 15-Stunden-Schichten
- Unterbringung in primitiven Baracken.

Bis 2008 werden öffentliche Auftraggeber voraussichtlich 50 Milliarden US-\$ jährlich für Informations- und Kommunikationstechnologien ausgeben. Eine verstärkte Ausrichtung der europäischen Beschaffungspolitik an sozial und ökologisch orientierten Vergaberichtlinien kann bei diesem Volumen ein mächtiges Instrument sein zur Einhaltung sozialer und ökologischer Standards in den globalen Zuliefererketten. Aber auch die Mini-Kaufkraft jedes Einzelnen kann Druck

auf die Märkte ausüben. Schöne Dinge kaufen kann sogar dazu beitragen, ein gutes Gewissen zu haben:

- Bereits vor dem Kauf kann man sich über die Ökobilanz der Elektronik-Hersteller informieren: So veröffentlicht Green-peace jedes Quartal den "Green Electronics Guide", ein Ranking, bei dem 14 führende Hersteller von Computern und Telefonen bezüglich des Einsatzes von giftigen Chemikalien und den Recyclinganstrengungen bewertet werden.

- Ebenfalls vor dem Kauf sollte der Kunde sich informieren, welche der zahlreichen Funktionen der neuesten Gerätegeneration er wirklich braucht und kann dadurch auch noch Geld sparen.

- 4-5 EUR Mehrausgabe für eine schaltbare Steckerleiste geben das sichere Gefühl, dass ein vermeintlich ausgeschaltetes Gerät wirklich keinen Strom mehr verbraucht.

[Ulrich Korfluer]



Reisen

Tourismus kann ein Segen sein.

Nicht nur für den Reisenden. Der Tourismus ist die größte Jobmaschine der Welt.

74,6 Millionen Menschen arbeiten nach Berechnungen des „World Travel and Tourism Council“ direkt in der Branche.

In 83 % der Entwicklungsländer bildet er einen der drei wichtigsten Wirtschaftszweige.

Tourismus kann ein Wahwitz sein. 99-Euro-die-Woche-Reisen an zugebaute Küsten, all-inclusive-Besäufnisse in exotischen Urlauber-Ghettos, Billigflüge, die unser Klima ruinieren, verschandelte Natur, Müllberge, Sex-Tourismus.

Glaubt man Tourismus- und Trendforschern, vollzieht sich hierzulande eine kleine Urlaubsrevolution.

Zu den neuen Trends zählen „Social- und Creative-Reisen“, „Health Holidays“ und „Eco-Tourismus“: Der Tourismus der Zukunft lebt angeblich von der Sehnsucht nach Werten wie Qualität, Authentizität, Nachhaltigkeit.

Der Tourist der Zukunft will nicht mehr das zerstören, was er liebt.

Nach viel Kritik an den Auswüchsen der Reiseindustrie setzte in den 90er Jahren auch bei großen Tourismusunternehmen ein - zumindest theoretisches - Umdenken ein. Im Herbst 1999 verständigten sich die wichtigsten Vertreter der Welttourismuswirtschaft auf einen „Globalen Ethik-Kodex“. Darin verpflichteten sie sich zur Einhaltung verschiedener Prinzipien und legten Rechte und Pflichten von Reisenden, Reiseveranstaltern und Beschäftigten in der Tourismusindustrie fest, die von einem „Weltkomitee der Tourismusethik“ überwacht werden sollten. Das Dokument





wurde sogar von der Generalversammlung der Vereinten Nationen abgesegnet. Doch ernsthafte Kontrolleinrichtungen, die die Auswüchse der Tourismusindustrie eindämmen könnten, gibt es bis heute nicht. Bedingt durch den Preisdruck im internationalen Wettbewerb kommt von dem Geld, das die Reisenden für ihren Urlaub ausgeben, immer weniger in den besuchten Ländern an. Je nach Reiseart und -ziel bleiben bei konventionell gebuchten Reisen oft nicht mehr als 10 bis 50 % der Einnahmen im Land. Auch gibt es bis heute keine global verbindliche Festlegung darüber, was genau ein „Öko-Urlaub“ eigentlich ist.

Zwar engagieren sich heute fast alle großen Reiseanbieter mit Vorzeigeprojekten in Sachen Nachhaltigkeit. Doch gibt es mittlerweile eine wachsende Zahl von Reiseangeboten, die Urlaubssehnsüchte und gutes Gewissen noch konsequenter miteinander verbinden wollen. Verbände wie das „forumandersreisen“ bieten naturnahes Reisen, Kontakt mit regionalen Kulturen und Einheimischen, Erlebnis und Abenteuer für Reisefreunde, die sich nicht wie schmarotzende Fremdkörper fühlen mögen.

Zuallererst ist natürlich immer der Reisende selbst gefordert: Wer die Welt, die er bereist, nicht zu ihrem Nachteil verändern möchte, kann vor der Buchung über folgende Fragen nachdenken: Wohin reise ich? Wie komme ich da hin? Wie und wo wohne ich? Was mache ich da? So kann man vor der Buchung im Reisebüro beispielsweise erfragen, welche Standards im Urlaubshotel in ökologischem Wirtschaften und Bezahlung des Personals erfüllt werden. **Thomas Schmikowski**



Geld

Mit gutem Gewissen anlegen

Als Konsumenten entscheiden wir, welcher Art von Produktion und Produkten wir den Vorzug geben wollen.

Die Frage, bei welcher Bank wir unsere Konten einrichten und welcher Geldanlage wir vertrauen, bestimmt mit darüber, welche Form des Wirtschaftens, welche Waren und Dienstleistungen, welche Arbeitsbedingungen wir unterstützen. Mit dem Geld ihrer Kunden machen Banken Politik. Sie können Kredite an korrupte Drittweltherrscher vergeben, die mit dem Geld Waffen oder ihren Fuhrpark finanzieren. Sie können aber auch Unternehmen fördern, die erneuerbare Energien bereitstellen. Bankkredite ermöglichen das Roden der Regenwälder und den Bau

von Fabriken, in denen Menschen wie Sklaven schufteten. Oder sie helfen Ländern, die ihre Schulsysteme ausbauen und mit günstigen Mikrokrediten die lokale Wirtschaft fördern.

Es gibt eine Fülle von Möglichkeiten, sein Geld mit gutem Gewissen anzulegen: zum einen ein Konto bei einer Bank, die sich auf soziale, ökologische oder ethische Investments oder Förderkredite

an entsprechende Unternehmen spezialisiert hat.

Beispiele sind die in Thüringen gegründete Ethikbank und die Nürnberger Umweltbank. Eine andere Möglichkeit bieten die bereits heute zahlreich existierenden Nachhaltigkeitsfonds. In Deutschland noch wenig bekannt, verwalten diese Fonds in ganz Europa schon weit über 500 Milliarden EUR. Diese Fonds tun nicht nur dem Gewissen gut, sie unterscheiden sich auch in puncto Rendite nicht von herkömmlichen Fonds.

[Thomas Schmikowski]





Pelmkestraße 14
02331/33 69 67
www.pelmke.de

FR. 05.10. 20:30 UHR

Erde und Asche
Romanverfilmung
Afgha./Frankr. 2004

FR.12.10. 20:30 UHR

Zusammen ist man weniger allein
Romanverfilmung
Frankreich 2007

FR. 19.10. 20:30 UHR

Am Ende kommen Touristen
Spielfilm
Deutschland 2007

DO. 25.10. 20:30 UHR

Tod der Utopie
Zum 40. Todestag Che Guevaras
Dokumentarfilm
Deutschl./Argentinien 1997

Wenn Sie Interesse haben an der Arbeit des Nord-Süd-Forum Hagen, der "Kampagne für saubere Kleidung" oder an einem Vortrag zum Thema "Fairer Handel", können Sie sich gerne an das Kulturbüro des AllerWeltHauses wenden:
Tel.: 02331/21410
E-Mail: info@allerwelthaus.org

Bildnachweis:

Einkaufswagen in der Titelmontage:
www.photocase.de - © thesweetg
Montage Titelbild:
© Annette Liese Design, Dortmund

Literaturangaben zu dieser Ausgabe:

pc-global (hrsg.: weed)
Arbeitsbedingungen in der Computerindustrie:
www.pcglobal.org

Greenpeace
Green Electronic Guide
www.greenpeace.org

pc-global (hrsg.:weed)
Öffentliche Beschaffungspolitik: ein Instrument zur Umsetzung von Arbeitsrechten und Umweltstandards
www.pcglobal.org

Susanne Beyer/Alexander Jung
Heitere Apokalypse
Der Spiegel 24/2007

Fred Grimm
Shopping hilft die Welt zu verändern. Der andere Einkaufsführer
München 2006

Wir danken für die freundliche Unterstützung:
Kulturamt der Stadt Hagen, VHS Hagen, MfGFFI des Landes NRW ABP der Ev. Kirche, inwent, Agenda 21 und dem Katholischen Fonds

Impressum

Dritte Welt Laden e.V.
58095 Hagen . Potthofstr. 22
Tel. 02331-21410
Fax 02331-183939

Redaktion: U. Korfluer,
C. Pempelforth, T. Schmikowski
Erscheint in jedem Quartal
Auflage: 1500 auf Recyclingpapier
Druckerei: Domröse Druck Hagen
Nachdruck erwünscht
Basis-Entwurf:
oundmdesign, Wuppertal
DTP: U. Korfluer



Oktober 1982 - Oktober 2007

25 Jahre Fotofreunde Hagen e. V.

über 15 Jahre
im AllerWeltHaus

Wir laden ein zum
Jubiläumstag
Samstag, 27. Oktober 2007
11.00 - 17.00 Uhr
im AllerWeltHaus

- Fotoausstellungen
- Diaschau
- Technik-Workshop
- unsere Clubausstattung

