



Consumo ergo sum?
Ich konsumiere, also bin ich?



Impressum

© 2007 Verbraucherschutzzentrale

Alle Rechte vorbehalten

Redaktionsanschrift

Neustraße 119, 4700 Eupen
Telefon 087/59 18 50
Fax 087/59 18 51
Email: info@vsz.be
Web: www.vsz.be

Herausgegeben von

Verbraucherschutzzentrale VoG
René Kalfa, Geschäftsführer

Autoren

Edith Laschet
Viviane Leffin
Eliane Dujardin
Andreas Fickers
René Kalfa
Bernd Lorch

Korrektur

Marita Schulzen
Mario Leyens

Layout

Bernd Lorch & Indigo Grafik-Design

Druck

Pro D&P

Papier

Bilderdruck 100 gr matt

Erscheinungsweise

Sonder-Ausgabe

Nachdruck und Vervielfältigung, auch auszugsweise,
nur mit Genehmigung des Herausgebers und Quellen-
angabe.

Mit Unterstützung
des Föderalstaates und
der Deutschsprachigen Gemeinschaft.

Inhalt

Vorwort

3 Was hat René Descartes mit der Ausstellung zu tun?

Zum Geleit

4 Isabelle Weykmans, Deutschsprachige Gemeinschaft Els van Weert, Föderalregierung

Reportage

5 Aller Anfang ist schwer

Kinder, Jugendliche ...und Erwachsene

6 „Sein“ hängt nicht von „Haben“ ab!

Ernährung

8 Fast Food

Kleidung

10 Cotton-Blues

Kommunikation

12 Mobile-Millennium

Mobilität

14 My Car, My Liberty

Tipps & Infos & Literaturhinweise

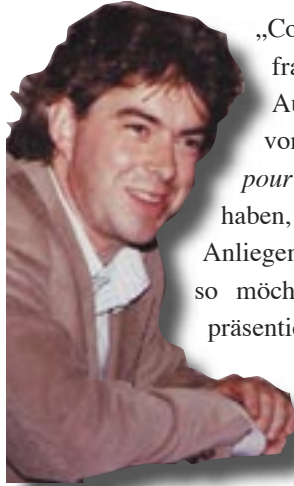
16 Wer mehr wissen will

Bücherecke

19 Diese 4 Bücher sollte man lesen

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,



„Consumo ergo sum“ – mit dieser Paraphrase des berühmten Ausspruches des französischen Philosophen René Descartes (1596-1650) betitelt die VSZ ihre Ausstellung über heutige Konsumgewohnheiten. Zwar werden die wenigsten von Ihnen Descartes 1637 veröffentlichte Schrift « *Discours de la méthode pour bien conduire sa raison et chercher la vérité dans les sciences* » gelesen haben, dennoch steht der Aufklärer zu Recht Pate für diese Ausstellung. War es das Anliegen Descartes, den Zweifel als oberstes Prinzip der Erkenntnis zu etablieren, so möchte auch diese Ausstellung Bekanntes hinterfragen und Unbekanntes präsentieren. Doch beides ist einfacher gesagt als getan!

Die Kunst des Ausstellungsmachens besteht darin, eine Botschaft zu vermitteln, ohne plakativ zu sein, neue Informationen zu präsentieren, ohne die BesucherInnen mit Fakten zu überschütten und Anreize für eine spielerische Aneignung des Themas zu schaffen, ohne das Ganze zum Erlebnispark mutieren zu lassen. Dieser scheinbar unmögliche Drahtseilakt macht das Planen und Realisieren einer Ausstellung zu einem faszinierenden und herausfordernden Experiment, dem sich die Mitarbeiter der VSZ unter Leitung von Bernd Lorch mit großem Engagement gestellt haben. Dabei durften – mussten – sie erfahren, dass erst das komplexe Zusammenspiel kreativen Nachdenkens über die Inszenierung einzelner Objekte, stetiges Feilen an den Texten, organisatorische Planung und materielle Realisierung das Ganze zu einem „Gesamtkunstwerk“ werden lassen, zu dem jeder auf seine / ihre Weise beigetragen hat. Als Begleiter dieses Projektes bin ich der Meinung, dass der Lernprozess, den dieses ambitionöse Vorhaben in Gang gesetzt hat, dabei von mindestens ebenso großer Bedeutung ist wie das Resultat selbst.

Was „Consumo ergo sum“ in meinen Augen besonders auszeichnet, ist die Art und Weise, in der sich das Hauptanliegen der Ausstellung – der Aufruf zum nachhaltigen Umgang mit unseren Ressourcen – im Ausstellungsdesign spiegelt. Was im Rahmen unserer alltäglichen Möglichkeiten liegt – hier und jetzt –, wird nicht nur erklärt, sondern auf überraschende Weise in die Tat umgesetzt. Überzeugen Sie sich selbst!

Andreas Fickers
Utrecht

Zum Geleit



Düster mutet die Prophezeiung von Albert Schweitzer an, der behauptet: „Der Mensch hat die Fähigkeit, vorauszublicken und vorzusorgen, verloren. Er wird am Ende die Erde zerstören.“ Im Umkehrschluss lässt sich daraus ableiten, dass die Zukunft nur durch vorausschauendes Handeln und Denken gesichert werden kann. Diese Gewissheit findet seit einigen Dekaden unter dem Schlagwort der „Nachhaltigkeit“ Eingang in das Bewusstsein der Menschen. Experten fordern, zu Recht, dass auch die öffentlichen Behörden, ihre Verantwortung übernehmen.

Die Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft ist sich ihrer Aufgabe bewusst und nimmt diese auch wahr. Daher hat sie das Thema „Nachhaltigkeit“ zu einer Querschnittsaufgabe bei der Umsetzung der Regierungserklärung definiert. Der Wunsch und das Ziel der Regierung sind, dass die Bildung zur Nachhaltigen Entwicklung in der DG zu einem der wichtigsten Aktionsfelder in dem Bereich avanciert. Hauptaugenmerk liegt auf der Sensibilisierung der Öffentlichkeit für das Thema.

Genau hier setzt auch die Ausstellung „Consumo ergo sum“ an. Umfangreiche Informations- und Beratungsarbeit sind die ersten Schritte zu einer neuen Bewusstseinsbildung. Der Bestsellerautor Bill Bryson stellt die Frage: „Und was tun wir alle, wenn wir mal Zeit haben?“ Seine Antwort lautet: „Wir gehen einkaufen!“ Viel zu oft liegt er mit dieser Vermutung richtig. Und viel zu oft kaufen wir unüberlegt! Globale Konsumgewohnheiten sind die Schranken auf dem Weg zu einer nachhaltig gestalteten Welt. Die „Aufklärungsarbeit“, die die Verbraucherschutzzentrale zu diesem Thema leistet ist von unschätzbarem Wert.

Ich bedanke mich, im Namen der Regierung, bei dem Projektteam. Darüber hinaus wünsche ich allen Gästen einen bereichernden Ausstellungsbesuch. Ich hoffe, dass die Ausstellung dazu beiträgt Albert Schweitzers These zu widerlegen.

Isabelle Weykmans
Ministerin der
Deutschsprachigen Gemeinschaft

*[Wenn weltweit eine nachhaltige Entwicklung herbeigeführt werden soll, müssen die Gesellschaften die Art und Weise, in der sie produzieren und konsumieren, grundlegend ändern. Alle Länder, an der Spitze die entwickelten Länder, sollten nachhaltige Konsumgewohnheiten und Produktionsweisen fördern, die allen Ländern zugute kommen,...]
Bericht des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung, Johannesburg 2002*

...sind wir dazu fähig? Ich glaube ja, denn uns bleibt keine andere Wahl. Nachhaltige Entwicklung setzt also eine Veränderung unserer Konsum- und Produktionsgewohnheiten voraus. An diesem oft schmerzhaften Prozess sind viele gesellschaftlichen Gruppen beteiligt. Dieser Herausforderung gerecht zu werden, ist allerdings nur auf Basis einer verstärkten Kooperation zwischen Regionen, Gemeinschaften und lokalen Körperschaften unseres Landes möglich.

Dabei obliegt es der Föderalregierung, geeignete Rahmenbedingungen zu schaffen, während der Prozess in erster Linie durch die Initiative und das Engagement der unterschiedlichen Verbraucher getragen wird. Aus diesem Grunde freut es mich ganz besonders, dass die Verbraucherschutzzentrale VoG der Deutschsprachigen Gemeinschaft, die Thematik der verschiedenen Konsum- und Produktionsmuster in Form einer dreisprachigen Wanderausstellung erarbeitet hat.

Denn Änderung von Konsumgewohnheiten setzt zunächst einmal einen tief greifenden Wandel von Wertvorstellungen und Lebensstilen voraus. Einer der ersten Meilensteine in diesem „Umdenk-Prozess“ ist, dass wir uns der Tragweite unserer derzeitigen Konsum- und Produktionsgewohnheiten bewusst werden. Dieser Herausforderung hat sich die Ausstellung „Consum ergo sum? – Ich konsumiere, also bin ich?“ gestellt.

Als Staatssekretärin für Nachhaltige Entwicklung wünsche in den Lesern und ganz besonders der Verbraucherschutzzentrale viel Erfolg und gutes Gelingen.

Els Van Weert
Staatssekretärin für Nachhaltige Entwicklung

Aller Anfang ist schwer...

Begonnen hat alles mit einer Idee und leichten Verzögerungen – geendet mit müden Augen und einem Gefühl, etwas Tolles geschafft zu haben.

Geboren wurde die Idee im November 2005, in einer Phase wo die Verbraucherschutzzentrale im wahrsten Sinne des Wortes turbulente Zeiten erlebte. Unser Dank gilt an dieser Stelle vor allen Dingen unserem ehemaligen Mitarbeiter Thomas Miessen, der den Stein ins Rollen brachte sowie der Staatssekretärin Els van Weert, die das Projekt mit 40.000 € großzügig unterstützte.

Durch die Tatsache, dass ab Januar 2006 die Verbraucherschutzzentrale plötzlich nicht mehr Träger des Europäischen Verbraucherzentrums war und dadurch beim Personal große Ängste auslöste, hat sich der Startpunkt für das SPAM-Projekt, wie es im Team genannt wurde, auf Anfang Mai verschoben.

Projektleiter Bernd Lorch wählte unter den Mitarbeitern der Verbraucherschutzzentrale 4 Personen aus, die künftig das SPAM-Team bildeten: Edith Laschet (Verbraucherberaterin), Viviane Leffin (Managerin der Schuldnerberatung), Eliane Dujardin (Sozialassistentin) und René Kalfa (Geschäftsführer). Begleitet wurde das Team von Dr. Andreas Fickers, Professor für visuelle Mediengeschichte an der Universität Utrecht.

Und am 2. Mai 2006 ging's dann los. In regelmäßigen Abständen kam das Team dienstags zusammen, um die weiteren Schritte zu besprechen. „Von Anfang an wussten wir, dass der Faktor Zeit eine bedeutende Rolle spielen würde“, gesteht Projektleiter Bernd Lorch. Eine große Hilfe fanden Sie in Dr. Andreas Fickers, der auf dem Gebiet von Ausstellungsprojekten große Erfahrung besitzt.

Das Projektteam hat sich die Messlatte ziemlich hoch, gesteckt. Neben der thematischen Herausforderung galt es, die Vielfalt des Konsums auf das Wesentliche zu reduzieren und die Themenfelder einzugrenzen.



Das Projektteam (v.l.n.r.): René Kalfa, Eliane Dujardin, Edith Laschet, Bernd Lorch und Viviane Leffin.

„Das schwierigste an der ganzen Sache war für mich das Erstellen der Texte“, gesteht Projektmitarbeiterin Edith Laschet. Mindestens 7 Monate hat das Projektteam unter den kritischen Augen von Professor Andreas Fickers an den Texten gefeilt und buchstäblich Blut und Wasser geschwitzt.

Tausende Seiten sind gelesen, getestet und redigiert worden, zusammengestampft in Notizen und Statements und haben bei den Teilnehmern deutliche Spuren hinterlassen. Je mehr sich ein jeder mit seinem Thema auseinandersetzte, desto mehr wurde auch das eigene Konsumverhalten in Frage gestellt.

Während das Texten allmählich die Endphase erreichte wurde gleichzeitig an der Visualisierung der Themenfelder gearbeitet. So weit es geht, sollten Materialien benutzt werden, die entweder schon mal benutzt oder zumindest recyclebar waren. Für die Erstellung der Leseräder hat Schreiner Andreas Ba-

ckes aus Born die Umsetzung des Konzepts voll und ganz verstanden. So hat er aus alten Türen oder Platten Stützwände für die Leseräder geschaffen, deren Achsen in ausgedienten Silikontuben ruhen. Aber auch alle anderen Mitgestalter der Ausstellung haben den Geist und die Idee des Konzepts verstanden und zu unserer Zufriedenheit bestens umgesetzt. Ihnen allen gilt unser Dank.

„Sein“ hängt nicht von „Haben“ ab!

Sie sind überall und heiß begehrt, besonders von Kindern und Jugendlichen: Markenartikel. Welche Rolle aber spielen Eltern und Erwachsene? Sie sollten vor allem Vorbild sein.

Der dreijährige Ben sitzt im Einkaufswagen und starrt mit freudestrahlenden Augen auf die „Goldenen Bären“ an der Einkaufskasse. „Will’ auch haben – oh-mann-oh!“, seufzt er, während seine Augen sich langsam mit Tränen füllen. Für so manche Mütter und Väter eine mit Spannung und Stress verbundene Angelegenheit, denen manchmal nur diese eine Frage durch den Kopf jagt: Wie kann ich den peinlichen „Sonst-mach-ich-Rabatz-Auftritt“ meines Sprösslings vermeiden? Manche willigen ein und andere wiederum nehmen das Geschrei und Getue in Kauf – die wenigsten allerdings. Der gesunde Menschenverstand würde sagen: „Nicht jeder Wunsch muss erfüllt werden und schon gar nicht sofort!“.

„Will auch hab’n“

Was aber hat diese Situation mit der Ausstellung „Consumo ergo sum? – Ich konsumiere, also bin ich?“ zu tun? Eine ganze Menge. Diese Ausstellung richtet sich nicht nur an Jugendliche, sondern vor allem auch an Eltern und Erwachsene. Und ob wir’s wollen oder nicht: Erwachsene sind nun mal

Vorbilder. Und genau das, weiß auch die Industrie. Unternehmen benutzen vor allem die Eltern und Erwachsene, um das Verhalten der künftigen Konsumenten zu prägen. Und der Markt ist besonders hart umkämpft und wird in den kommenden Jahren noch an Schärfe

zunehmen. Die Branche, die ausschließlich Artikel für Kinder und Jugendliche – vom Sportschuh bis zum Schokoriegel – herstellt, hat in Zukunft für Mitteleuropa ein ganz dickes Problem: die demographische Entwick-

ogames. Ganze Zeichentrickserien und Filme werden nur mit dem einen Ziel entworfen, passende Produkte zu verkaufen. Hier ist Werbung gleich Programm.

900 Werbespots

Im Durchschnitt sehen Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 16 Jahren zwei Stunden täglich fern. Pro Monat „konsumieren“ sie rund 900 Werbespots, während der tägliche Durchschnitt an Werbebeiträgen im Fernsehen um die 3000 liegt.

Aber welchen Einfluss hat dieser massive Werbeboom auf Kinder und Jugendliche? Da ist sich die Forschung bis heute nicht einig. Die einen sagen, dass Kinder im Verhältnis zu Erwachsenen Werbung gegenüber deutlich unkritischer sind und die Botschaft der Werbespots die Kids direkt ins nächste Geschäft lenkt. Die anderen Forschungsberichte behaupten, dass Kinder und Jugendliche sich so normal wie die erwachsenen Konsumenten verhalten. Nur bei 18 Prozent der Bevölkerung aller Altersgruppen ist das Kaufverhalten auffällig, bzw. problematisch.

Tatsache ist jedenfalls, dass die Verbraucherschutzzentrale im Rahmen ihrer Präventionsarbeit immer wieder feststellt, wie viele Marken vor allen Dingen Jugendliche kennen und welchen Stellenwert sie im Allgemeinen spielen.



Die Studie „Bravo Faktor Jugend“ hat festgestellt, dass 12-18jährige immerhin 130 Modemarken und –ketten unterscheiden können. Die Rolle der Marken hat sich dabei in den letzten 15 Jahren enorm gewandelt. „Heute ist sie weniger Garant für den Wert eines Produkts – die Marke selbst ist mehr und mehr zum Produkt geworden“, schreibt Naomi Klein und für so manchen ist sie eine Art stilistische Tapferkeitsmedaille nach dem Motto „Ich gehöre auch dazu!“. Und dieses Argument der Zugehörigkeit wird von vielen Eltern benutzt, die ihre Kinder nicht ausgrenzen wollen.

Markenschwemme

Egal ob es sich um Sportschuhe, Kleider, Schulranzen, Knabberartikel oder Handy handelt, Kinder und Jugendliche werden im Alltag mit Marken und Logos förmlich überhäuft. Und natürlich spielt bei den Markenartikeln auch der Preis eine Rolle, denn „der Wert einer Ware definiert sich über den Preis. Reduzierte Sachen oder Fälschungen riechen Jugendliche sieben Meter gegen den Wind“, sagt der Soziologe Professor Klaus Hurrelmann. Die Rechnung ist relativ einfach: teure Sachen erhöhen den Wert der eigenen Person.

Werbeetats steigen

Ein weiterer wichtiger Faktor zum Verständnis dieser komplexen Materie ist der Umstand des Überflusses auf der einen Seite, auf der anderen die oft mit „unmoralischen“ Praktiken erwirtschafteten Gewinne. Es werden immer neue Märkte für Waren erschlossen, für die zunächst einmal eine Nachfrage geschaffen werden muss. So ist in den letzten Jahren der Konsum von Kindern und Teenagern zum boomenden Wirtschaftsfaktor geworden. So stieg beispielsweise der Werbeetat von 1987 bis 1997 für Kinder in den USA von 100 Millionen auf 1,5 Milliarden US-Dollar. Tendenz steigend. Ein Zeichen dafür, dass Kinder und Jugendliche zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor geworden sind. Denn die Einkaufsmacht der Kinder reicht weit über das eigene Taschengeld hinaus. Denn immer mehr Werbestrategen setzen auf den Einfluss der Kinder in der Familie, wenn

es um größere Anschaffungen geht, sei es nun die Wahl des Urlaubsortes, des Freizeitparks oder Autos bis hin zu Eigentumswohnungen.

Vorbild Erwachsene

Doch es ist vor allem die Generation davor, die den Weg bereitet. Denn wenn es um das Konsumverhalten von Kindern und Jugendlichen geht, dann steht an erster Stelle das Vorbild der Erwachsenen. Und genau hier kommen wir ins Spiel: Legt der Papa sehr viel Wert auf seinen 5er BMW und den regelmäßigen Urlaub im Süden oder ist es für die Eltern selbstverständlich Konsumschulden zu machen, so kann das ein wirkungsvolles Signal für Kinder sein. Ganz zu schweigen davon, was tagtäglich auf den Tisch kommt.

Das Elternhaus ist der zentrale Platz, wo Kinder mit Geld und Konsum lernen umzugehen. Im Grunde genommen müssen Kinder selbst erfahren, dass Geld nicht unbegrenzt zur Verfügung steht und das Haushaltsplanung ganz wichtig ist. Um die Wertigkeit des Wunsches richtig einschätzen zu können, brauchen Kinder und Jugendliche Erfahrung, dass auf manches verzichtet werden muss oder der Wunsch aufgeschoben wird, bis die eigenen Ersparnisse dafür reichen.

In diesem Sinne dürften Eltern und Schule eine wichtige Rolle übernehmen und zwar in der Wertevermittlung, dass „Sein“ nicht vom „Haben“ abhängt. Deshalb ist es auf Bildungsebene auch enorm wichtig, dass Schülerinnen und Schüler in ihrer Entwicklung zu selbstbewussten und kritischen Konsumenten praxisnah unterstützt werden und dazu gehört auch diese Ausstellung

„Eigentlich wollen wir nicht, dass Näherinnen, ... von einstürzenden Fabrikteilen erschlagen werden... Eigentlich wollen wir auch keine Mobiltelefone, an denen das Blut von Kindersoldaten klebt, und keine Steaks und Taschentücher aus abgeholzten Regenwäldern. Geschähe das unmittelbar vor unseren Augen, wir würden es nicht ertragen. So aber schiebt sich die hippe heile Welt der Werbung zwischen uns und unseren Waren, und die weltweite Arbeitsteilung tut ein Weiteres.“

Tanja Busse, Die Einkaufsrevolution



Fast Food - Slow Food

Ein Leben für den Tod: Massentierhaltung. 18 Milliarden Tiere werden jährlich gemästet und der größte Teil von ihnen landet als Fast Food auf den Teller. Große Umweltprobleme sind die Folge.



Fleischprodukte gibt es überall, an jeder Straßenecke, sei es im Supermarkt, im Schnellimbiss oder im Restaurant. Fleisch findet man als Belag vieler Pizzen, als Zutat von Tiefkühlgerichten oder als Dosenkost. Der alltägliche Verzehr von Fleisch ist eine Selbstverständlichkeit geworden.

Jährlich werden Unmengen Fleisch produziert und verzehrt. 2004 haben die Belgier ca. 472 Millionen Euro für Fast Food ausgegeben. Im Vergleich zu 1999 bedeutet das eine Erhöhung um 32 Prozent. Welchen Weg hat das Fleisch hinter sich, bevor es auf unserem Teller landet? Welche Konsequenzen hat die Herstellung von tierischen Produkten für Menschen, Tiere und Umwelt? Die Weltfleischproduktion lag 2004 bei 258 Millionen

Tonnen, 1950 waren es noch 44 Millionen. Massentierhaltung ist heute international die am schnellsten wachsende Methode der Fleischproduktion. Weltweit werden 18 Milliarden Tiere gemästet, davon ca. 1 Milliarde Schweine, 1,3 Milliarden Rinder, 1,8 Milliarden Schafe und Ziegen, sowie 13,5 Milliarden Hühner. Um 1 kg Fleisch herzustellen, wurden vorher viele Kilogramm Futter benötigt.

Stichwort: Soja

Soja ist der wichtigste Bestandteil von Mastfutter. Es ist eiweißreich und die Tiere legen rasch an Gewicht zu. Somit ist Soja das meist gehandelte Landwirtschaftsprodukt auf dem Weltmarkt. In Brasilien werden 18 Prozent des Ackerbodens für den Sojaanbau

verwendet. Fast 20 Prozent des Amazonasregenswalds sind in den letzten 40 Jahren hierfür gefällt worden. Obschon 840 Millionen Menschen weltweit an Hunger leiden, fehlt es nicht an Nahrungsmitteln. Die Industriestaaten mit einem Viertel der Weltbevölkerung verbrauchen drei Viertel der gesamten agrarischen Produktion. Die Ursachen der Unterernährung sind sehr verschieden: Naturkatastrophen, Kriege, Auslandsverschuldung, Versteppung,... Hauptursache ist und bleibt aber die Armut der Menschen.

Wie entsteht Armut?

In den Industrieländern wird die Herstellung von Agrarprodukten sehr stark subventioniert. Die Summe der EU-Subventionen liegt jährlich bei 350 Milliarden €. Diese Politik führt zu Überproduktion landwirtschaftlicher Produkte. „Damit wir nicht auf unseren Produkten sitzen bleiben, exportieren wir sie weltweit zu so niedrigen Preisen, dass Konkurrenten Mangelware sind“, sagt Projektmitarbeiterin Edith Laschet. Die Bauern in den Entwicklungsländern können also ihre selbst hergestellten Produkte nicht mehr verkaufen, verlieren so ihre Lebensgrundlage und müssen in den meisten Fällen ihr Grundstück verkaufen und in die Stadt ziehen.

Der Handel mit Nahrungsmitteln ist somit zu einem gewaltigen globalen Geschäft geworden, das von ungefähr 20 Unternehmen beherrscht wird. Diese Gesellschaften haben eine sehr große Macht auf dem Weltmarkt. Sie verhandeln zum Beispiel mit den Behör-

den in Entwicklungsländern über längere Arbeitszeiten, über Mindestgehälter, usw. Damit liegen wir ziemlich weit von der Charta der Vereinten Nationen entfernt, die besagt, dass Nahrung zu den Menschenrechten gehört.

Und unsere Umwelt ?

Es vergeht keinen Tag, an dem nicht über die globale Erwärmung gesprochen wird. Unsere Ernährungsgewohnheiten spielen da eine wichtige Rolle. Massentierhaltung bedeutet einen enormen Wasserverbrauch, wobei Wasser ein wesentliches Element zu unserem Überleben darstellt. Darüber hinaus führt Überdüngung zu verschmutztem Grundwasser und bei Abholzen der Regenwälder wird unser CO₂-Speicher ständig niedriger.

Rinder produzieren weltweit 80 Millionen Tonnen Methan. Methan ist ein Treibhausgas (CH₄) und entsteht bei der tierischen Verdauung. Diese Treibhausgase spielen eine wichtige Rolle bei der Erwärmung der Erde. Methan gehört zu den Gasen, die den Treibhauseffekt in der Atmosphäre verursachen.

Und unsere Gesundheit?

Der Belgier konsumiert ca. 270 g Fleisch pro Tag. Das ist 2 bis 3 Mal mehr als von der Weltgesundheitsorganisation WHO empfohlen. 2002 litten 12 Prozent der Belgier an Fettsucht und 32 Prozent an Übergewicht. Durch diesen hohen Fleischverbrauch ernähren wir uns allgemein zu fett.

Eine gesunde Ernährung sollte vielseitig sein. Sie besteht aus vielen Vollkornprodukten. Viel Obst und Gemüse gehören also regelmäßig auf den Tisch. Darüber hinaus ist es wichtig genügend Eiweiß zu sich nehmen, aber nicht zu viele tierische Eiweiße. Möglichst wenig Fett und sehr viel Flüssigkeit. Die Reduzierung tierischer Lebensmittel ist also gut für unsere Gesundheit und reduziert die ökologische Belastung.

Was tun?

Beim Einkauf von Bio-Fleisch wird also auf Qualität geachtet. Bio-Fleisch kaufen,



Regenwaldzerstörung durch Soja-Anbau im Bundesstaat Mato Grosso entlang des Highway 163. Alle 8 Sekunden verlieren wir, allein am Amazonas, Urwald in der Größe eines Fußballfeldes. (Foto: Markus Mauthe/Greenpeace)

heißt auch, dass bei der Herstellung auf eine artgerechte Tierhaltung und eine nachhaltige Produktion geachtet wird. Saisonbedingtes

Ökologische Landwirtschaft heißt:

- unbelastete Böden,
- keine Pestizide,
- artgerechte Tierhaltung,
- Reduzierung der Wasserverschmutzung,
- keine Gentechnik.

Obst und Gemüse aus regionalem, besser noch aus biologischem Anbau sollte bevorzugt werden. So bekommt man einen besseren Überblick über die Herkunft der Produkte, die man einkauft und unter welchen Bedingungen diese erzeugt wurden. Eine der Folgen ist dabei, dass weniger Energie für Treibhäuser benötigt wird.

Für andere Produkte gibt es als Alternative, fair gehandelte Produkte. „Fair Trade“ beruht auf Transparenz, Respekt und mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel. Beim Einkaufen dieser Produkte wird auf bessere Handelsbedingungen geachtet und somit werden die sozialen Rechte in den Ländern des Südens gesichert. Die Produktpalette be-

steht aus Kaffee, Tee, Zucker, Reis, Kakao, Säfte, usw. Man findet sie in den meisten Großwarengeschäften. Der Umsatz der Max Havelaar Produkte ist von 2004 auf 2005 um 21 Prozent gestiegen. Der Jahresumsatz für 2005 lag bei 21 Millionen Euro. Beim bewussten Einkaufen wird also auf Energieeffizienz, Langlebigkeit, und ökologisch-soziale Folgen von Konsumartikeln geachtet.

Cotton-Blues

Fast jeder trägt Jeans und damit ein Produkt aus Baumwolle. Der Cotton-Blues erzählt den Lebensweg einer Jeans und berichtet über die Gefahren und über den hohen Wasserverbrauch.



Es ist stickig und heiß auf der 6. Etage und kurz nach Mitternacht. Keine Belüftung, keine Pause zum Pinkeln und kaum noch Puste. Mehrere hundert Näherinnen schwitzen und schuften schon seit 10 Stunden, die zulässige Arbeitszeit ist längst überschritten – ein anderes Wort für Nachtschicht. Die Sonderkollektion, ein großer Exportauftrag aus den USA oder Europa, muss fertig gestellt werden, sonst gehen weitere lukrative Aufträge buchstäblich „flöten“. Plötzlich krachen Betondecken ein, Fluchtwege sind versperrt – ganz einfach, weil Notausgänge aus Prinzip verschlossen werden, man könnte sich ja unerlaubt vom Arbeitsplatz entfernen.

Am 11. April 2005 stürzte nahe der Hauptstadt Dhaka (Bangladesh) das neunstöckige Fabrikgebäude von SPECTRUM SWEATER Industries Ltd. ein. 64 Personen starben und 74 wurden schwer verletzt. Eine Meldung, die für die internationalen Nachrichtenagenturen kaum der Rede wert war. Was bedeutet schon der Einsturz einer Textilfabrik im Vergleich zu aktuellen Börsenkursen? Eine Randnotiz in Nebensätzen der aktuellen News.

Der Fall von Spectrum ist kein Einzelfall: überall in heruntergekommenen Sweatshops, die unsere Textilien für einen Hungerlohn herstellen, herrschen ähnliche Zustände: unzumutbare Arbeitsbedingungen, Gewalt, kein Recht, sich einer Gewerkschaft anzuschließen

und die ganze Arbeit für einen Hungerlohn.

Baumwolle – weißes Gold

Die meisten Textilien bestehen aber nun mal aus Baumwolle und Baumwolle ist eine der wichtigsten Kulturpflanzen überhaupt. Die Baumwollpflanze zählt zu den Malvengewächsen und ist eine besonders sonnenhungrige Pflanze, die ordentlich viel Wasser benötigt. Für hohe Erträge ist neben Wasser viel direkte Sonneneinstrahlung notwendig. Trotzdem beeinträchtigt jede Regenschauer die Qualität der Pflanze. Also wird sie in den meisten Fällen in Monokulturen künstlich bewässert. Das hat natürlich zur Folge, dass sich unter diesen feucht-heißen Bedingungen, Krankheiten und Schädlinge rasant vermehren können. Deswegen werden regelmäßig Pestizide gespritzt, bis zu 14 Mal pro Ernte. Ein Drittel bis zur Hälfte des möglichen Ertrags von Baumwolle fällt dem Schädlingsbefall zum Opfer. In den letzten Jahren konnte der Ertrag vor allem durch eine Steigerung des Einsatzes von Spritzmittel gegen Schädlinge und Unkräuter, sowie von Mineräldünger verdoppelt werden. Doch die Erfolge sind teuer erkauft.

Zur Kostensenkung und Produktivitätssteigerung wird die weiße Naturfaser oft maschinell geerntet. Um dies zu ermöglichen, müssen die erntereifen Kapseln mit Entlaubungsmitteln zum Welken und Abfallen ge-

bracht werden. So wurde beispielsweise zur Entlaubung der Baumwollkulturen am Aralsee (Kasachstan, Usbekistan) extensiv Agent Orange verwendet, eine giftige und erbgut-schädigende Substanz, die die US-Armee auch im Vietnamkrieg eingesetzt hatte

Chemiekeule

In vielen Baumwollanbaugebieten benutzen die Bauern Insektenvernichter, die bei uns längst verboten sind. Auf dem Pestizidmarkt findet man alles: Lindan und DDT oder Monocrotophos, Spritzmittel, die international geächtet sind. Experten schätzen, dass jährlich 3 Millionen Menschen an Vergiftungen durch die in der Baumwollproduktion benutzten Pestizide leiden, mindestens 20.000 Menschen sterben daran. Die jährlich aufgewandte Summe für Pestizide beläuft sich auf fast 2,6 Milliarden US-Dollar.

Doch damit nicht genug. Beim Bleichen der Baumwolle kommen Mittel zum Einsatz, die in Europa seit Jahren tabu sind. Zum Färben werden häufig krebserregende Farbstoffe benutzt und um die Kleidung pflegeleicht zu machen, kommt Formaldehyd auf den Stoff. Besonders folgenschwer ist der letzte Schritt. Zum Schutz vor Schädlingen auf der langen Reise, werden die Kleidungsstücke häufig mit Pilzmitteln und Insektenvernichtern behandelt.

8.000 l Wasser für 1 Jeans

Baumwollanbau benötigt viel Wasser. Im Durchschnitt wird beim Anbau von Baumwolle derzeit etwa so viel Wasser verbraucht, wie in allen Privathaushalten der Erde zusammengekommen. Der Baumwollanbau für eine Jeans verschlingt bis zu 8.000 Liter Wasser und rund 20.000 Liter für 1 Baumwoll-T-Shirt. Nach Berechnungen des Wuppertaler Instituts werden in einigen Teilen der Welt mehr als 40.000 Liter Wasser benötigt. Die Bewässerung führt in bestimmten Klimazonen nicht nur zu Bodenerosion, sondern auch zur Versalzung der Böden.

Inwieweit Bewässerungslandwirtschaft verantwortlich ist, hängt aber von den Methoden der Bewässerung ab. Moderne Bewässerungsmethoden können die „Wassereffizienz“ bedeutend steigern. Experten mutmaßen, dass bei gut ausgebauter Tröpfchenbewässerung ein Kilo Baumwolle mit einem Bewässerungseinsatz von 7000 Litern produziert werden kann – allerdings ist das immer noch sieben Mal mehr als für die Produktion eines Kilo Weizen.

Aralsee: Verwüstung und Tod

Welche dramatischen Folgen ein unkontrollierter Wassereinsatz mit sich bringt, ist vor allen Dingen am Beispiel des Aralsees deutlich. Der Aralsee befindet sich in einem Wüstengebiet in Zentralasien, an der Grenze zwischen Usbekistan und Kasachstan. Im Gebiet des Sees selbst fallen nur etwa 100 mm Niederschlag pro Jahr, wobei der Wasserbedarf einer Baumwollkultur zwischen 800 und 1900 mm liegt. Zwei große Flüsse, deren Einzugsgebiet sich bis zum Hindukusch-Gebirge erstreckt, bringen jedoch erhebliche Wassermengen ins Gebiet des Aralsees. Auf dem Weg durch die trockenen, fruchtbaren Tieflandgebiete verdunstet und versickert ein Teil des Wassers auf natürlichem Wege. Der Aralsee ist traditionell ein fischreicher See mit einer blühenden Fischindustrie.

Grundsätzlich ist es ein Unterschied, ob Baumwolle mit Bewässerung oder im Regenfeldbau stattfindet, der am wenigsten Probleme ökologischer Art bringt. Stehen keine



Die künstliche Bewässerung von Baumwollplantagen hat für den Aralsee katastrophale Folgen: 70% weniger Wasser, Versalzung und verseuchte Küsten. (Foto: Yuri I. Kuidin)

ausreichenden Niederschläge zur Verfügung, wird das Wasser aus Flüssen entnommen oder über Tiefbohrungen aus der Erde gefördert. Der Bewässerungsanbau bringt mehr Erträge als der Regenfeldbau. Deshalb kann die Bewässerungslandwirtschaft auf der Hälfte der Anbaufläche etwa 70 Prozent der Baumwolle produzieren, oft mit dramatischen Folgen.

Am Aralsee führte dies beispielsweise zum Absinken des Wasserpegels um 14 Meter. Die Fläche des Sees ging um 40% zurück, das Wasservolumen um 70%. Das Wasser ist 2,4-mal so salzig wie das der Ozeane, was ein Fischsterben mit dem Niedergang der Fischerei nach sich zog. Ehemalige Hafenstädte, Bade- und Uferorte liegen heute mitten in der Wüste, mehr als 100 km von der Uferlinie entfernt.

Zurück blieb eine Salz- und Staubwüste, die durch jahrzehntelange hohe Verwendung an chemischen Mitteln zudem hoch giftig ist. Mit dem Luftstrom gelangen solche Mengen dieser Schadstoffe auch in die höheren Schichten der irdischen Lufthülle, dass sie die globale Luftverschmutzung um ca. 5% ansteigen ließen. Pestizide aus der Aralregion können sogar im Blut von Pinguinen der Antarktis nachgewiesen werden.

Viele Bewohner im weiteren Umkreis um den See leiden an verschiedenen chronischen Erkrankungen. Auch die Kindersterblichkeit ist sehr hoch. Man schätzt, dass ungefähr 25% der Bevölkerung in den Baumwollgebieten geistig zurück geblieben ist. Die langfristigen Wirkungen des Pestizideinsatzes am

Aralsee äußern sich seit Mitte der 70er Jahre in Form von Infektionskrankheiten wie Tuberkulose und Hepatitis, Atemwegserkrankungen, Krebs, hoher Kindersterblichkeit und Missbildungen.

Was tun?

Weltweit werden jährlich eine Milliarde Jeans verkauft. Diese Handel auf den globalisierten Märkten sichert den Produzenten in den ärmeren Ländern oft nicht einmal mehr das Existenzminimum. Daher wird er als „unfair“ eingeschätzt. Ein Lösungsmodell ist das Konzept des „Fairen Handels“: Es sichert den Produzenten ein angemessenes Einkommen, zum Beispiel durch Vermarktung von Agrarprodukten der armen Länder in den reichen Ländern. Für den Bereich Textil gibt es neuerdings das so genannte GOTS-Label, das sich aber noch nicht durchgesetzt hat. Der Verbraucher kann aber ruhig beim Einkauf nachfragen, ob der Händler Textilien aus Bio-Baumwolle in seinem Sortiment hat.

Besser gut statt viel!

Oft sind Kleidungsstücke noch ohne Schaden, wenn sie nicht mehr passen oder nicht mehr gefallen. Second Hand-Läden sind eine gute Alternative zu den herkömmlichen Shopping-Malls. Sie bieten die Chance, die eigene Kleidung zu verkaufen und gute Kleidung günstig einzukaufen. Ferner sollte beim Kauf von Textilien und Bekleidung auf Langlebigkeit und Rückstandsfreiheit geachtet werden.

MOBILE MILLENIUM

Einst Luxusobjekt, heute das Kommunikationsmittel „par excellence“ ist das Handy mehr als nur ein Gegenstand: Es ist für viele Menschen ein ständiger Begleiter, manchmal sein „bester Freund“. Diese Entwicklung aufzuzeigen, die Folgen zu benennen und Anregungen für eine nachhaltige Verwendung dieses Konsumgutes zu geben, ist Ziel unserer Präsentation.

Das Handy ist aus unserer heutigen Gesellschaft als modernes Kommunikationsmittel nicht mehr wegzudenken. Ob beruflich oder privat, wer heutzutage kein Handy besitzt, ist nicht nur nicht up-to-date, sondern bleibt auch weit zurück, wenn es um die soziale Vernetzung der meisten Menschen geht.

Vor allem im privaten Bereich hat das Handy innerhalb kürzester Zeit unseren Alltag bestimmt. Wer erinnert sich heute noch an die Zeit, als es noch keine Handys gab? Eine Zeit, in der öffentliche Telefonzellen noch gefragt und an jeder Straßenecke zu finden waren? Eine Zeit, wo wir uns verbindlich an die abgesprochene Uhrzeit halten mussten? Wo man pünktlich um 6 Uhr abends zu Hause war, weil das Essen auf dem Tisch stand? Wo man erst zu Hause wieder erreichbar war?

Überall erreichbar

All das scheint weit entfernt in einer Zeit, wo wir dank des Mobiltelefons jederzeit an jedem Ort erreichbar sind. Und das ist gar nicht mal so schlecht, wenn wir bedenken, wie diese ständige Erreichbarkeit die Organisation unseres Familienlebens erleichtert hat. Eine kurze SMS genügt um mitzuteilen, dass wir es nicht zeitig aus dem Büro schaffen, um pünktlich zum Abendessen zu Hause zu sein. Oder kurz nach zu fragen, ob wir auf dem Heimweg noch ein paar Besorgungen machen sollen. Diese Form der Organisation könnte bequemer nicht sein, vor allem wenn wir bedenken, wie kostbar die Zeit zu sein

scheint, die wir früher „vergeudet“ haben. Die vielen verschiedenen Arten von Handys, die es heutzutage zu kaufen gibt, lassen keine Wünsche offen: telefonieren, Kurzmitteilungen, Fotos, Terminkalender, Wecker, Inter-



netzgriff ja sogar Musik und Filme können abgespielt werden. All das spiegelt eine breite Facette dessen wieder, was der Mobilfunk möglich gemacht hat - mittlerweile für jeden Geldbeutel erschwinglich!

Allein in Belgien besitzen heutzutage

9 von 10 Menschen ein Handy. In Deutschland und in den Niederlanden gibt es mittlerweile sogar weitaus mehr Handyanschlüsse als Einwohner. In der Wallonie haben 83% der über 15-jährigen Wallonen ein Mobiltelefon. Schon 73% der wallonischen Kinder zwischen 11 und 14 besitzen ebenfalls eines.

Und nicht nur die Jüngsten unter uns sind im Visier der Werber: Selbst die Ältesten werden gelockt durch Geräte mit übergroßen Tasten und einfachster Handhabung, sodass für jeden etwas Passendes auf dem Markt zu finden ist. So sehr das Handy heute zu unserem Alltag gehört, so wenig Gedanken machen wir uns um die Hintergründe.

Müll & Entsorgung

Mal ehrlich: Wie oft haben Sie innerhalb der letzten Jahre Ihr Handy gewechselt? Allein in Europa landeten im Jahre 2005 über 100 Millionen Handys auf dem Müll, in den USA sind es jährlich 130 Millionen. Längst nicht alle Bestandteile eines Handys können recycelt werden: Derzeit sind es rund 20% eines Gerätes. Vor allem Metalle wie Kupfer, Nickel, Silber, Zinn und Blei aber auch Flammenschutzmittel sind Materialien, die langfristig nicht mehr verwendet werden sollten. Bisweilen gibt es für diese schädlichen Substanzen lediglich tolerierbare Höchstwerte. Dies verdeutlicht die Wichtigkeit der korrekten Entsorgung eines jeden Handys und dessen Zubehör.

Die enorme Verbreitung der Mobiltelefone

hat somit also sichtbare Folgen für die Müllentsorgung selbst. Im Rahmen der „Basler Konferenz“ von 1989 haben sich 10 Hersteller europaweit dazu verpflichtet, Rücknahmesysteme und umweltgerechtes Recycling der Handys einzuführen. Die Hersteller übernehmen die Verantwortung für ihre Güter von der Produktion bis zur Entsorgung. Folgende Firmen haben dieses Abkommen unterzeichnet: LG, Panasonic, Mitsubishi, Motorola, NEC, Nokia, Philips, Samsung, Siemens und Sony Ericsson.

Ressourcenabbau

Die rasante Ausbreitung macht auch auf einem anderen Gebiet der Umwelt schwer zu schaffen. Durch die Ausdehnung der Handynetze werden immer mehr Basisstationen benötigt, die letztendlich einen enormen Ausstoß an CO₂ verursachen. Auch hier liegt großes Optimierungspotenzial, um den Ausstoß drastisch zu senken und einen großen Teil der Umweltverschmutzung zu verringern.

Hinzu kommt, dass natürliche Ressourcen im großen Stil verbraucht werden, wenn es um die Herstellung von Mikrochips geht. Obwohl Mikrochips klein, leicht und eher unscheinbar sind, hätte man die größte Mühe, all die bei der Produktion verbrauchten Rohstoffe mit sich zu tragen. Die Produktion eines Siliziumchips von 2 Gramm Masse verschlingt ganze 32 Kilogramm Wasser, 1,6 Kilogramm Brennstoff und etwa 72 Gramm Chemikalien. Dazu zählen gefährliche Lösungsmittel (polychlorierte Biphenyle), die tunlichst nicht in die Umwelt gelangen sollten und deshalb aufwendig zu entsorgen sind.

Auch der Brennstoffverbrauch verdient beileibe kein Ökosiegel. Etwa die Hälfte und damit der größte Teil des Brennstoffs wird dazu benötigt, beispielsweise aus Quarzsand das hochreine Silizium für die Halbleiterindustrie zu gewinnen. Zum Vergleich: Nur die Hälfte dieses Betrags verbraucht das fertige Produkt im Laufe seines Lebens! Und da gibt es noch jenen Rohstoff, dessen man sich bei der Herstellung ebenfalls kräftig bedient: Wasser. Längst ist nicht klar, wie hoch die Umweltkosten aufgrund dieses Verbrauchs anzusetzen sind.



Immer und überall erreichbar: das Handy ist binnen kürzester Zeit aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken.

Ebenso können die sozialen und politischen Folgen des Ressourcenabbaus verheerende Folgen haben: Der Ressourcenreichtum eines Landes, wie wir ihn zum Beispiel im Kongo für das Erz-Columbit-Tantalit kennen, welches zur Herstellung von leistungsstarken Elektrolyt-Kondensatoren benötigt wird, hat der Regierung im Kongo Macht und Geld beschert, der Bevölkerung jedoch Krieg und Armut. Gerade im Kongo ist die zeitliche Übereinstimmung zwischen ansteigenden Rohstoffpreisen und neuen Konflikten auffällig.

So wird deutlich, wie schwierig ein ganzheitlicher Ansatz der Nachhaltigkeit allein für das weltweit verbreitete Produkt „Handy“ zu schaffen ist.

„Ein Handy beispielsweise ist ein überall auf der Welt genutztes Produkt. Versteht man, wie ein Handy heute produziert wird, wird deutlich, dass praktisch die ganze Welt in diesem kleinen Produkt steckt - ca. 200 Zulieferer sind an der Herstellung beteiligt. Nachhaltiges Produzieren erfordert also, mit einer Vielzahl von Beteiligten zu kommunizieren und bei ihnen ein Bewusstsein für Umwelt- und Sozialverträglichkeit zu schaffen. Das CSCP will hierzu beitragen“, sagt Michael Kuhndt, Leiter des CSCP (UNEP/ Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production).

Schuldenproblematik

Eine andere Folge im Umgang mit dem Mobiltelefon ist das Überschuldungsproblem. Um zu telefonieren, kann man nämlich entweder einen Vertrag abschließen oder aber eine so genannte Prepaid-Karte benutzen. Nach dem Prepaid-System werden begrenzte Summen aufs Mobiltelefon geladen und dieses Guthaben wird dann verbraucht. Dies schützt im Prinzip vor einer unkalkulierbar hohen Rechnung am Monatsende.

Die intensive Nutzung von Mobiltelefonen - insbesondere in Verbindung mit einem Vertrag - kann für manche den Einstieg in die Schuldenfalle bedeuten. So haben zum Beispiel in Deutschland Jugendliche im Alter zwischen 13 und 17 Jahren durchschnittlich 370 € Schulden. Bei den 18- bis 20-Jährigen sind es im Schnitt 1430 €. 18% geben Mobiltelefon und Festnetztelefon als Verursacher ihrer Schulden an. In Belgien (Wallonie) sind es 36 % der überschuldeten Haushalte, die Handyschulden haben – und zwar 746,55 € durchschnittlich, was 2,5 % ihrer Gesamtschulden ausmacht.

My car, my liberty



Das Auto als Garant für Mobilität und Ausdruck des Erfolgs, ist nicht nur Symbol uneingeschränkter Freiheit, sondern vor allem ein Spiegelbild unserer Konsumgesellschaft.

□ **M**it seinem Konzept der modernen Fertigung von Fahrzeugen revolutionierte Henry Ford (1863-1947) nicht nur die industrielle Produktion, sondern hatte auch starken Einfluss auf die moderne Kultur. Seine besondere Einstellung zu seinen Arbeitern war im Grunde genommen eiskalte wirtschaftliche Berechnung: Die Arbeiter hatten einen Acht-Stunden-Arbeitstag und bekamen 1913 bereits einen Lohn von fünf US-Dollar pro Tag – deutlich über dem damals üblichen. Er wollte nicht die persönliche Situation seiner Arbeiter verbessern, sondern die Kaufkraft der Arbeiterschaft massiv stärken, um den Absatz massengefertigter Produkte – wie seiner Autos – zu gewährleisten. Damit schuf Henry Ford die Grundlagen der Konsumgesellschaft, wie sie für das 20. Jahrhundert typisch waren. Auch die gestiegene Freizeit der Arbeiter sollte der Nachfrage nach Produkten dienen.

Größte Wirtschaftsbranche

Die Autoindustrie ist die größte Industriebranche der Welt, sie macht 20 Prozent der Weltwertschöpfung aus. Allein in Europa beschäftigt sie 2,1 Millionen Menschen. 2002 wurden weltweit 58,8 Millionen Fahrzeuge gebaut. In Belgien sind 2005 genau 896.000 Fahrzeuge (Autos und Nutzfahrzeuge) montiert worden.

Heute fahren 800 Millionen Autos auf der Welt, zehnmal mehr als 1950. Wahrscheinlich wird diese Zahl im Jahr 2030 auf 1,3 Milliarden ansteigen. Alleine in Belgien sind mehr als 5,3 Millionen Fahrzeuge unterwegs, also jeder zweite Belgier fährt ein Auto. 76 Prozent der zurückgelegten Kilometer werden mit dem Auto bewältigt. Welch hoher Ressourcenverbrauch bei der Herstellung eines Automobils anfällt, verdeutlicht der ökologische Rucksack: dieser wiegt im Schnitt 30 Tonnen, wobei die meisten Rohstoffe aus den Entwicklungsländern stammen, wo sie durch billige Arbeitskräfte unter schweren Arbeitsbedingungen und ohne Rücksicht auf die Umwelt gewonnen werden.

Der letzte UN-Klimabericht hat die Ursachen in puncto Klimawandel nochmals verdeutlicht: Autoabgase tragen wesentlich zur Klimaänderung bei. Dass der Kohlendioxid-Ausstoß (CO₂) eine wesentliche Rolle bei der Erwärmung der Erdatmosphäre spielt, zweifelt heutzutage niemand mehr an.

Mobilität hat ihren Preis

Unser Bedürfnis nach mehr „Freiheit, Abenteuer und Mobilität“ hat Folgen für das Ökosystem und unsere Gesundheit. Die Mobilität macht 20 Prozent des ökologischen Fußabdrucks eines Belgiers aus. Der

Anteil des PKW beträgt dabei 90 Prozent. Jedes Jahr sterben weltweit 1,2 Millionen Menschen durch Verkehrsunfälle, 50 Millionen werden verletzt. Die dabei entstandenen globalen wirtschaftlichen Verluste belaufen sich laut Weltgesundheitsorganisation auf 518 Milliarden US-Dollar pro Jahr. Und damit nicht genug: Das Auto ist die größte Dreckschleuder in den Städten. Die Luftverschmutzung fordert jährlich dreimal mehr Todesopfer als die Verkehrsunfälle. In Belgien wird die Lebenserwartung durch Luftverschmutzung um 15,4 Monate gesenkt. Der europäische Durchschnitt liegt bei 9 Monaten (Memo/05/15, Europäische Kommission, 18. Januar 2005).

Was tun?

Öffentliche Transportmittel wie Bahn, Bus oder Straßenbahn sind umweltverträgliche Alternativen, die mehr Unterstützung der öffentlichen Hand verdienen. Sie wurden in der zweiten Hälfte des 20. Jh. durch die Konkurrenz des Autos ins Abseits gedrängt. In den USA wurden Bahnhöfe und Zuglinien privatisiert und an Automobilhersteller verkauft, welche die Züge durch die von ihnen gebauten Busse ersetzten und die Bahnhöfe verrotten ließen. Dem Eisenbahnnetz in Europa ist es nicht viel besser ergangen. Es ist seit Ende des 19. Jh. kaum ausgebaut worden.

Im Gegenteil: In Belgien haben 3 von 4 Bahnhöfen ihre Pforten bereits während des zweiten Teils des vorigen Jahrhunderts geschlossen. Das Auto ist kein Fatalismus! Dort wo die Strecke kurz und die öffentlichen Verkehrsmittel effizient sind, nimmt das Auto einen kleineren Platz ein als z.B. in Belgien. In Dänemark verzichtete eine Familie von drei auf den Besitz eines PKW. Zum Vergleich besitzen 83 Prozent aller Haushalte in Ostbelgien ein Auto.

„Seit Ende des Zweiten Weltkriegs hat kein Krieg, kein Terrorakt und keine Umweltkatastrophe so viel menschliches Unheil hervorgebracht wie die Verbreitung des Automobils in der Welt.“

Marcel Robert

Kann man realistisch in der DG auf das Auto verzichten? Im Norden der DG ist es angesichts des öffentlichen Verkehrsmittelangebotes (Bahn, Bus, Taxi) durchaus realistischer, in der Eifel ist es dagegen in den allermeisten Fällen nicht möglich. „Auch wer aufs Auto aus ökologischen Gründen verzichten will, wird in der Eifel kaum Möglichkeiten finden, sich am gesellschaftlichen Leben zu beteiligen“, sagte Paul Bongartz, Initiator von „Fahr mit“.

Das öffentliche Verkehrsnetz in der Eifel ist absolut nicht angepasst. Andere Regionen wie Nordluxemburg oder einige Gebiete der deutschen Eifel sind wesentlich weiter. Kleinbusse, Bürgerbusse oder Sammeltaxen auf Anruf gewährleisten hier eine öffentliche Mobilität für den ländlichen Raum, die sich an der Nachfrage orientiert. Es bleibt also eine Menge zu tun, um die Mobilität in unserer Gegend umweltfreundlicher zu gestalten! So sind Initiativen wie die Mitfahrtzentrale „Fahr mit“ in St. Vith besonders lobenswert. Die öffentliche Hand steht aber im Zugzwang, denn eine nachhaltigere Mobilität geht nur über ausreichend öffentliche Verkehrsmittel.

Und wenn doch ein Auto erforderlich ist?

Will oder kann man nicht auf sein Auto verzichten, sollte das nächste Auto nach ökologischen Kriterien ausgesucht werden. Das föderale Umweltministerium hat einen CO₂-Ausratgeber herausgegeben, der allen Verbrauchern helfen sollte, beim Kauf eines PKW den bestmöglichen Kompromiss mit der Umwelt zu machen.

Da 30 Prozent aller Autofahrten in der Stadt kürzer als 2 Kilometer sind, sollte der Autofahrer das Auto öfter stehen lassen. Diese Strecke kann auch in 25 Minuten zu Fuß oder in 8 Minuten mit dem Fahrrad bewältigt werden.

Mitfahrtzentralen oder Pendlernetze sind ebenfalls sinnvolle Alternativen, die sowohl im Norden als auch im Süden der deutschsprachigen Gemeinschaft angeboten werden. Dies schon die Umwelt und ist auch gut fürs Portemonnaie. Mit pflanzlichem Rohöl fahren ist eine CO₂-neutrale Alternative, dies könnte auch ein zusätzliches Einkommen für die hiesige Landwirtschaft bedeuten. Wussten Sie, dass der erste Dieselmotor, der 1900 auf der Pariser Weltausstellung präsentiert wurde, mit pflanzlichem Rohöl lief?



Berufsverkehr in der Stadt. S-Bahn-Zug fährt neben der Strasse.
(Foto: Bernhard Nimtsch/Greenpeace)

ALLGEMEINE LITERATUR

- Zur Lage der Welt – Die Welt des Konsums, Hrsg. Worldwatch Institute 2004
- Fair Future, Hrsg. Wuppertaler Institut, München 2005
- No Logo, Naomi Klein, München 2002
- Genuss und Nachhaltigkeit, Dan Jakubowicz, Sept. 2003
- 50 einfache Dinge die sie tun können, um die Welt zu retten, Andreas Schlumberger, München 2006
- Die Einkaufsrevolution, Tanja Busse, München 2006
- Nutzen wir die Erde richtig? Friedrich Schmidt-Bleek, Frankfurt 2007
- Das neue Schwarzbuch Markenfirmen, Klaus Werner/Hans Weiss, Wien-Frankfurt 2003
- Was trägt unsere Erde noch? Jill Jäger, Frankfurt 2007
- Das kleine Buch der Erde, James Bruges, München 2002
- Schwarzbuch Globalisierung, Jerry Mander/Edward Goldsmith, München 2004
- Impulse für eine Welt in Balance, Hrsg. Global Marshall Plan, Hamburg 2005
- Materialeffizienz, Christa Liedtke/Timo Busch, München 2005
- Publicité et développement durable: alliance possible?, CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs), Edition 2006

Links:

- www.info-durable.be
- <http://developpement-durable.viabloga.com>
- www.cidd.fgov.be
- www.developpementdurable.be

ERNÄHRUNG

- Le commerce de la faim, John Madeley, Editions de l'Atelier, 2002
- Kann unsere Erde die Menschen noch ernähren? Klaus Hahlbrock, Frankfurt 2007
- Welternährungssituation und nachhaltiger Konsum, Jürgen Lackmann, Berlin 1996
- McDonald's beißt kräftig zu, Siegfried Pater, Göttingen 1990
- We feed the world, Regie Erwin Wagenhofer, Österreich 2005.
- Markenführung in der Fleischwirtschaft, Maren Lüth/Achim Spiller, in: Agrarwirtschaft 55 (2006), Heft 3.
- Wir essen die Welt, Marcus Rohwetter, in: Die Zeit, Nr. 20 v. 11. Mai 2006.
- Agrarwende. Oder die Zukunft unserer Ernährung, Götz Schmidt/Ulrich Jasper, München 2001.



Links:

- www.neuland-fleisch.de
- www.foodwatch.de
- www.madeindignity.be
- www.slowfood.com
- www.vegetarismus.ch
- www.wwf.de
- www.wwf.be
- www.greenpeace.de
- www.greenpeace.be
- www.soylent-network.com
- www.ecoconso.org
- www.wwf.be

KLEIDUNG

- Blue Jeans, Levi Strauss und die Geschichte einer Legende, Katja Doubek, Piper Verlag, München.
- Reisebericht eines T-Shirts. Ein Alltagsprodukt erklärt die Weltwirtschaft, Pietra Rivoli, Berlin 2006.
- Der Lebensweg einer Jeans vom Baumwollanbau bis zur Entsorgung, in MIPS für KIDS, ökom Verlag, Wuppertaler Institut.
- Giftige Kleider, Inge Altemeier und Beate Greindl, SWR 2004
- Marken, Mode und Moneten, Reise einer Jeans, Ökoprojekt MobilSpiel Hrsg.
- Kampf ums „Weiße Gold“, WWF for a living planet, Dez. 2005
- Spaziergang – Handout, I. Station Jeans-Laden: Internationale Arbeitsteilung, in: Attac – Globalisierungskritischer Stadtspaziergang.
- Saubere Ernte – Mavuno Safi, Reportage von Peter Heller, Deutschland 2002
- Die ökologische Katastrophe am Aralsee, Fridjof Schmidt
- „Le textile belge se bat pour exporter“, in La Libre Belgique, 30/03/2006
- „Bist du fit für das 21. Jh.“, Wuppertal Institut, S. 4
- Eine Welt in der Schule, Klasse 1-10, Prof. Dr. Schmitt, Universität Bremen (Hrsg.).
- Macht Baumwolle reich?, in www.future-on-wings.net/konsum/baumwolle.htm
- Die Geburt einer Jeans, in: www.weltderwunder.de.
- GOTS – der weltweite Standard für Naturtextilien, in: www.naturtextil.com
- Sex, Drugs & Bio-Slips, Anne Seith, in: www.spiegel.de, 15. Sept. 2006.
- Nachhaltige Produktions- und Konsummuster im Fokus der nationalen Umweltpolitik, 30.10.2006, in: www.textil-online.de.
- Weltreise einer Jeans, in: www.globalisierung-online.de
- Die Früchte des Zorns, John Steinbeck,



Links:

- www.vetementspropres.be
- www.cleanclothes.org
- www.saubere-kleidung.de
- www.ilo.org

KOMMUNIKATION

- Krieg um Rohstoffe, Michael Bitala, in: Süddeutsche Zeitung, 17. Juni 2006.
- Final report of the Panel of Experts on the Illegal Exploitation of Natural Resources and Other Forms of Wealth of the Democratic Republic of the Congo, S/2002/1146.
- Wuppertaler Institut.
- Eidgenössische Technische Hochschule Zürich; Forschungsstiftung Mobilkommunikation.
- Vodafone-Stiftung für Forschung.
- Input 3/2005.
- Universität Freiburg, Institut für Soziologie, Vorlesung zur Modernisierung; Arbeitsgruppe. Abhängigkeit von Handy.
- Umwelt Bundesamt.
- DGB Bildungswerk.
- Niklas Luhmann und das Handy - Sozialesystem Familie und ubiquitäre Erreichbarkeit, Michael Feldhaus
- Blickrichtung Familie – Vielfalt eines Forschungsgegenstandes. Festschrift anlässlich der Emeritierung von Frau Prof. Dr. Dr. h.c. R. Nave-Herz, Würzburg 2003, S. 201-215



Links:

- www.infogsm.be
- www.wikipedia.com
- www.silicon.de
- www.teltarif.de
- www.wsws.org
- www.at-mix.de
- www.computerwoche.de
- www.inside-handy.de
- www.technischeBildung.de
- www.nokia.de
- www.heise-online.de
- www.wissenschaft-online.de
- www.diepresse.com

MOBILITÄT

- Bringen wir das Klima aus dem Takt? Mojib Latif, Frankfurt 2007
- Weltmacht Energie, Hennicke/Müller, Stuttgart 2005
- Der CO2-Ratgeber des Autos: Broschüre Hrg. Föderaler öffentlicher Dienst, Brüssel 2006
- Prenzel Horst: Die Werbung deutscher Automobilhersteller, Hrg.BUND,Berlin 2006



Links:

- www.oivo-crioc.org
- www.uneptie.org
- www.wwf.be
- www.cefi.org
- www.lalliance.fr
- www.ecoconso.be
- <http://europa.eu>
- <http://www.ccfa.fr>
- <http://www.developpementdurable.be>
- <http://www.iris-berlin.de>
- <http://antivoitures.free.fr>
- www.observatoire-vehicule-entreprise.com
- <http://www.ledeveloppementdurable.fr>
- <http://www.milieurapport.be>
- <http://www.hfmvgv.org>
- www.ccfa.fr
- <http://www.footprint.ch>
- www.febelauto.be
- www.unece.org



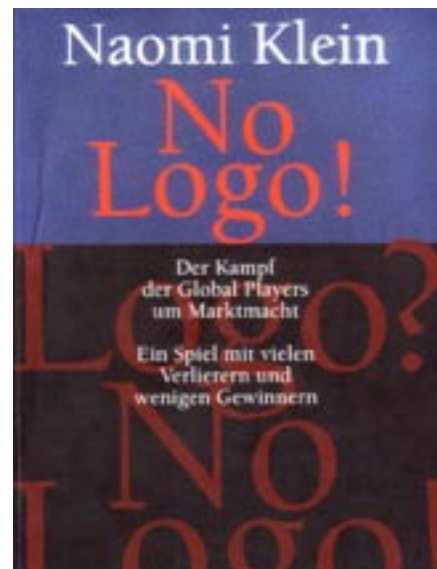
Das kleine Buch der Erde

In kompakter Form findet der Leser hier das Hintergrundwissen für die aktuelle Globalisierungs- und Ökologiediskussion. James Bruges macht den Leser mit den problematischen Fakten unserer globalisierten Welt vertraut. Einer Welt, in der die Schere zwischen Arm und Reich immer weiter auseinander geht. Wie kommt es zur Ausbildung des Ozonschlochs? Worum ging es bei dem Weltklimagipfel in Kyoto und was wurde dort beschlossen? Was ist ein ökologischer Fußabdruck? In diesem kleinen Buch sind Antworten auf diese Fragen und zahlreiche andere zu finden. Das für den Schulunterricht gut geeignete Buch kann bei der VSZ zum Preis von 0,25 € ausgeliehen werden. Mitglieder zahlen keine Gebühr.



Haben oder Sein?

Dieses Buch Erich Fromms eines seiner berühmtesten Werke, da er hier die zentrale Frage unseres modernen Lebens, die Frage nach Haben oder Sein, behandelt. In seiner Darstellung steht die Existenzweise des Habens für die Übel der gegenwärtigen Zivilisation, die des Seins aber für die Möglichkeit eines erfüllten, nicht entfremdeten Lebens. Der Mensch, der nicht mehr vom Haben, sondern vom Sein bestimmt wird, kommt zu sich selbst, entfaltet eine innere Aktivität, die nicht mit purer Geschäftigkeit zu verwechseln ist, und kann seine menschlichen Fähigkeiten wirklich produktiv einsetzen. Das Buch kann bei der VSZ zum Preis von 0,25 € ausgeliehen werden. Mitglieder zahlen keine Gebühr.



No Logo!

Was hat die Globalisierung den Menschen tatsächlich an Freiheit, Vielfalt und Wohlstand gebracht? Das Ergebnis von Naomi Kleins Studie ist erschütternd. Während Großunternehmen die freie Wahl der Verbraucher propagieren, beherrschen sie mit ihren Marken die Medien. Die Kosten, die sie aufbringen müssen, um ihre Marken zu managen, sparen sie bei der Herstellung der Produkte ein. Naomi Klein erkennt aber auch eine gegenläufige Entwicklung. Sie spürt beeindruckende Aktivitäten von Menschen auf, die es nicht länger hinnehmen, dass die Dritte Welt zur Steigerung des Komforts der Ersten Welt missbraucht wird. Dieses Buch kann bei der VSZ zum Preis von 0,25 € ausgeliehen werden. Mitglieder zahlen keine Gebühr.

Bringen wir das Klima aus dem Takt?

Es besteht kein Zweifel: Der Klimawandel ist in vollem Gange. Das Buch von Mobij Latif liefert eine solide wissenschaftliche Grundlage zum Stand der Klimadiskussion. Weder Horrorszenarien noch Verharmlosung sind angebracht, sondern eine möglichst objektive Beschreibung und Bewertung der Sachverhalte. Latif befasst sich in einer leicht verständlichen Sprache mit der Grundlage der Klimaphysik und er beschreibt den wissenschaftlichen Kenntnisstand hinsichtlich der Ursachen des globalen Klimawandels. Er geht auf die gängigen „Skeptikerargumente“ ein und skizziert, wie unser zukünftiges Klima aussehen könnte, wenn sich die Menschheit nicht der Nachhaltigkeit verschreibt. Das Buch kann bei der VSZ zum Preis von 0,25 € ausgeliehen werden. Mitglieder zahlen keine Gebühr.



VERBRAUCHERSCHUTZZENTRALE VoG



**Neustraße 119
4700 Eupen**

Tel.: 087/59 18 50
Fax: 087/59 18 51
Email: info@vsz.be
Web: <http://www.vsz.be>

ÖFFNUNGSZEITEN

Montag: 9.00 - 12.30 Uhr
Dienstag: 9.00 - 12.30 Uhr und 13.30 - 17.30 Uhr
Mittwoch: Geschlossen
Donnerstag: 9.00 - 12.30 Uhr und 13.30 - 17.30 Uhr
Freitag: 9.00 - 12.30 Uhr

PERSÖNLICHE BERATUNG IN SANKT VITH

im JIZ, Hauptstraße 82, 4780 St. Vith
Jeden 2. und 4. Freitag im Monat auf Termin (087/59 18 50)

TELEFONISCHE VERBRAUCHERBERATUNG

070/22 25 20 (0,18 €/Min.)
Dienstags und donnerstags von 9.30 bis 12.30 Uhr

KREDIT- UND VERSICHERUNGSBERATUNG

nach Terminabsprache

SCHULDNERBERATUNG

nach Terminabsprache

Die persönlichen Beratungen sind kostenlos über die Grenzen hinweg