



Photo by Leung Ching Yau Alex / CC BY

Kritischer Einkaufsbummel

Infoblatt zur Methode

Unser alltäglicher Konsum ist eine globale Angelegenheit: Die Jeans kommt aus Kambodscha, das Handy aus China, der Kaffee aus Brasilien. Nicht immer ist uns dabei bekannt, wo die Produkte genau herkommen. Noch weniger bekannt ist, unter welchen Umständen sie produziert wurden, welche sozialen und ökologischen Probleme damit zusammenhängen. Hier setzt die Bildungsarbeit zum Thema Konsum & Globalisierung an und weckt mittels Fragen, die das Alltägliche mit dem Globalen verbinden, Interesse und Neugier:

- Was hat mein Hamburger mit dem Regenwald zu tun?"
- Warum kommt mein Handy aus dem Kongo?
- Wer verdient wie viel an meinen Markenturnschuhen?
- Wie kann ein T-Shirt aus Bangladesch nur 5 Euro kosten?

Warum das Ganze?

Das Konsumniveau der Menschen in Mitteleuropa ist auf einem Niveau angelangt, das global keineswegs nachhaltig ist. Zum einen in der direkten Produktion, da unter dem Primat der Kostenreduktion natürliche Ressourcen und Arbeitskräfte in anderen Teilen der Welt ausgenutzt werden, zum anderen in der indirekten Perspektive, dass nicht genug Rohstoffe vorhanden wären, um allen Menschen der Erde ein vergleichbares Konsumniveau zu ermöglichen. Aus beiden Perspektiven ist eine Änderung der Konsumkultur

erforderlich, wenn Nachhaltigkeit angestrebt wird. Ethischer Konsum ist ein Konzept, welches die Produktionsbedingungen und die Nachhaltigkeit bewusst macht und in die Konsumententscheidungen mit einbezieht.

Der etwas andere Einkaufsbummel

An der „persönlichen Anschlussstelle“ von Globalisierung und Konsum setzt der **kritische Einkaufsbummel** an: die vorgestellten Marken, Geschäfte etc. sind den Jugendlichen nicht nur bekannt, sie spielen eine wichtige Rolle in ihrem Leben. Dass die Werte und die Symbolik „ihrer“ Marken in den meisten Fällen der Realität der Produktionsbedingungen widersprechen, ist jedoch nur wenigen bewusst.

Wichtig ist, dass bei jeder Station des Einkaufsbummels das Vorhandensein eigener Einflussmöglichkeiten verdeutlicht wird. Glaubwürdige, möglichst vielseitige und aktuelle Quellen der vermittelten Fakten sind von hoher Bedeutung. Es sollen weder ausschließlich die Position der Kritiker, noch die der Konzerne selbst präsentiert werden, sondern beide Aussagen sollen verglichen werden, damit sich die Jugendlichen ihr eigenes Bild machen, eine eigene Meinung entwickeln und eine eigene Position vertreten können. →



Sherpa



Ähnliche Einkaufsbummel werden in Deutschland und Polen bereits in verschiedenen Orten von Umweltvereinen angeboten, sind also ein bewährtes Konzept zur Behandlung der Themen mit Jugendlichen.

Grundlegend sind in der Arbeit mit dem Thema nachhaltiger Konsum folgende Punkte wertvoll und wichtig:

- Der persönliche Konsum (inkl. Kaufentscheidungen und der damit verbundene Lebensstil) ist ein emotionales Themenfeld für Jugendliche und sollte entsprechend sensibel behandelt werden,
- Eine gute Auswahl und Aufbereitung von Informationen ist wichtig, klare Beispiele machen die komplexen Zusammenhänge anschaulicher,
- Um Frustrationen und „Ohnmacht“ zu vermeiden ist es wichtig, konkrete und lokale Handlungsoptionen deutlich zu machen und zur Diskussion stellen,
- Ideal ist es, Jugendlichen Raum zu bieten, sich die Themen selbst zu erarbeiten und das Thema mittels des „peer-to-peer“ – Ansatzes zu behandeln.

Links und weitere Informationen:

- ▶ Anleitung zum Selbsterstellen hier: <http://bit.ly/1ofJmvu>; ebenso finden sich viele Informationen auf www.weltbewusst.org/stadtrundgang,
- ▶ Das Projekt WELTbewusst bietet Informationen rund um kritische Einkaufsbummel und Stadtrundgänge zu Konsum & Globalisierung: www.weltbewusst.org,
- ▶ Mehrsprachige Materialien zum Thema nachhaltige Lebensstil und Konsum: www.youthxchange.net,

- ▶ Informationen zum Thema Textilien auf: <http://sauberekleidung.de>, <http://www.cleanclothes.org>,
- ▶ Informationen zum Thema Handy / IT auf: <http://makeitfair.org> (d/e),
- ▶ Informationen zum Thema Fairer Handel auf: www.forum-fairer-handel.de,
- ▶ Informationen bei der Bundeszentrale für politische Bildung: <http://bit.ly/1scB97Q>,
- ▶ www.generationawake.eu/de
- ▶ UNEP, Visions for Change: <http://bit.ly/1yUsonf>,
- ▶ EEA, Consumption and the Environment 2010: <http://bit.ly/1scBt6u>.

Buchtipps:

- T. Busse, Die Einkaufsrevolution. Konsumenten entdecken ihre Macht, München 2008. (Buch mit vielen Informationen zu einzelnen Produkten und Themen)
- É. Orsenna, Weiße Plantagen. Eine Reise durch unsere globalisierte Welt, München 2007. (ansprechend geschriebener Bericht über globale Baumwollproduktion)
- K. Werner-Lobo, Uns gehört die Welt! Macht und Machenschaften der Multis, München 2010. – Onlineplattform zum Buch: <http://unsdiwelt.com/buch> (jugendgerechtes Buch zum Thema)
- Weitere Buchempfehlungen auf: www.weltbewusst.org/konsum-literatur