

NEWSLETTER

Oktober 2010

INHALT

- **Engagierte Unternehmen:** REWE Group und „Pro Planet“
- **Lieblingssite des Monats:** Dialog Nachhaltigkeit
- **Engagierte Menschen im Porträt:** Der deutsche Engagementpreis 2010 - „Geben Gibt“
- **Case Study aus dem Ausland:** Adobe Foundation mit Youth Voice
- **Die Zahl zum Schluss:** TEEB Studie – Was ist unser Boden wert?

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN: REWE Group und „Pro Planet“

Die REWE Group geht im Rahmen ihrer Nachhaltigkeits-Initiative den nächsten großen Schritt und hat ein eigenes Label für Umweltschutz-, Verbraucher- und Sozialorganisationen ins Leben gerufen. Die Vertriebslinien REWE, PENNY, toom Verbrauchermarkt sowie toom Baumarkt sind die unternehmensinternen Partner der „Pro Planet“ Kampagne, die das neue Label unter der Leitidee „Unsere Kunden bewegen mehr als ihren Einkaufswagen“ in den Einkaufsalltag integrieren wollen.

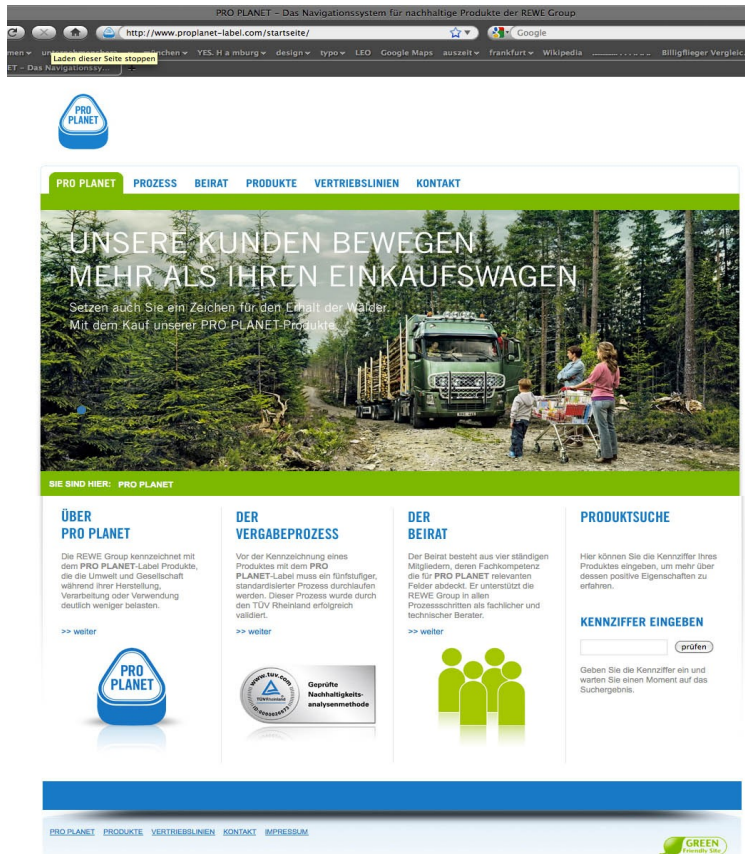
Dieses Label zeichnet Produkte aus, die unsere Gesellschaft und unsere Umwelt im Herstellungs- und Verarbeitungsprozess sowie während der Verwendung deutlich weniger belasten. Das „Pro Planet“-Siegel darf nicht mit einem Bio-Siegel verglichen werden; es geht vielmehr darum, konventionell hergestellte Produkte zu kennzeichnen, die unsere Umwelt und unsere Gesellschaft während der Herstellung, Verarbeitung und Verwendung weniger belasten als vergleichbare Produkte.

Ziel des Labels ist es, dem Endverbraucher eine Orientierungshilfe beim Einkauf zu geben und so nachhaltigen Konsum im Massenmarkt zu fördern. Der Entwicklungsprozess des Labels „Pro Planet“ wurde von vier unabhängigen Experten begleitet, die mit ihrer Fachkompetenz alle wichtigen Nachhaltigkeitsfelder optimal abbilden. Für eine Auszeichnung mit diesem Label wird der gesamte Lebenszyklus des Produktes in einem fünfstufigen, standardisierten, vom TÜV Rheinland zertifizierten Prozess, genauestens analysiert und bewertet.



NEWSLETTER

Der Zusatzhinweis unter dem Label gibt Auskunft über den ökologischen oder sozialen Mehrwert des jeweiligen Produktes, in diesem Beispiel „wassersparend angebaut“. Über den jeweiligen Code (hier beispielsweise 1641 002) kann im Internet Informationen für das Produkt abgerufen werden. Das „Pro Planet“-Label präsentiert sich so dem Endverbraucher transparent und nachvollziehbar.



In den Märkten selbst sind die Produkte am Regal aufmerksamkeitsstark gekennzeichnet. Eine groß angelegte Gemeinschaftskampagne in überregionalen Tages- und Sonntagszeitschriften sowie Publikumszeitschriften und Fachpresse informiert über das neue Label seit dem Frühjahr diesen Jahres.

MAKING SENSE meint:

Ein weiteres Label im Zertifikatdschungel? – falsch gedacht. Das „Pro Planet“-Label hebt sich von den üblichen Gütesiegeln ab und ist speziell für Produkte aus dem Massenmarkt entwickelt worden. So kann der Konsument durch die Informationen des „Pro Planet“-Labels seine Einkäufe gezielter tätigen und so einen Beitrag zu sozialen und ökologischen Herausforderungen leisten. Wir finden, dass dieses Label ein zukunftsfähiges Konzept auf dem Weg hin zu einer nachhaltig und verantwortungsbewusst konsumierenden Gesellschaft ist und hoffentlich, auch in anderen Branchen Nachahmer findet.

Mehr Informationen: www.proplanet-label.com

NEWSLETTER

LIEBLINGSSITE DES MONATS: www.dialog-nachhaltigkeit.de

Die Bundesregierung formulierte 2001 in ihrer nationalen Nachhaltigkeitsstrategie ihre Leitlinie politischen Handelns, die 2002 verabschiedet wurde. Seitdem ist sie mit Hilfe sogenannter Fortschrittsberichte mehrfach weiterentwickelt worden. Sie bildet das Fundament der deutschen Nachhaltigkeitsentwicklung und definiert den notwendigen Wandel in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik, um soziale Verantwortung, Umweltschutz und Wirtschaft in einen aufeinander abgestimmten Dreiklang zu bringen.

In diesem Jahr werden Mitbürger, Verbände und Organisationen dazu aufgerufen, sich an diesem Dialog aktiv zu beteiligen und so die Zukunft unserer Gesellschaft mitzugestalten. Damit soll eine breite Diskussion und ein gemeinsames Engagement der Mitbürger gewährleistet werden. Jeder der etwas zum Thema „Nachhaltigkeit“ zu sagen hat, kann mitdiskutieren. Auf der neu gelaunchten Dialog-Plattform gibt es elf Themenfelder, die sich an der europäischen Nachhaltigkeitsstrategie und dem Fortschrittsbericht der Bundesregierung orientieren.



The screenshot shows the homepage of the 'Bürgerdialog „Nachhaltigkeit“' website. At the top, there is a navigation bar with four tabs: 'Startseite', 'Nachhaltigkeit', 'Mitdiskutieren', and 'Über den Dialog'. The main content area features a video player with a play button and a video title 'Willkommen beim Bürgerdialog „Nachhaltigkeit“'. Below the video, there is a text block with a welcome message and two bullet points: 'Wo steht Deutschland in puncto Nachhaltigkeit - wenn es also darum geht, Wirtschaft, Soziales und Umwelt in Einklang zu bringen?' and 'Was ist wichtig für die Zukunft unseres Landes - im Sinne einer nachhaltigen Politik?'. To the right of the main content, there is a registration section titled 'Anmelden/Registrieren' with fields for 'E-Mailadresse' and 'Passwort', and buttons for 'Anmelden' and 'Registrieren'. At the bottom of the page, there is a banner for the 'Bürgerdialog „Nachhaltigkeit“ vom 27.09. bis zum 14.11.2010' with a 'Diskutieren Sie mit!' button.

Im nächsten Bericht, der 2012 erscheinen wird, werden zusätzlich die Bereiche „nachhaltiges Wirtschaften“ und „Wasser“ thematisiert werden. Diese beide Themenblöcke sind daher die Schwerpunktthemen der interaktiven Plattform, unter denen nach Belieben Beiträge gepostet und Statements abgegeben werden können.

Die gesammelten Ideen und Anregungen fließen anschließend in den ersten Entwurf des neuen Fortschrittsberichts 2012. Dieser wird in der zweiten Phase des Bürgerdialogs im Sommer 2011 veröffentlicht und zur allgemeinen Diskussion freigegeben. Die Ergebnisse werden im darauffolgenden Herbst bei der Erstellung des finalen Berichts berücksichtigt. Voraussichtlich Anfang 2012 wird der endgültige Fortschrittsbericht vom Bundeskabinett beschlossen und dient als einer der Grundlagen für die Konferenz nachhaltige Entwicklung in Rio de Janeiro in 2013.

NEWSLETTER



Der Bürger Dialog findet noch bis zum 14.11. statt – also diskutieren Sie und gestalten Sie unsere Zukunft mit.

Mehr Informationen: www.dialog-nachhaltigkeit.de

Engagierte Menschen im Porträt: Der deutsche Engagementpreis 2010 – Geben gibt!

Mehr als ein Drittel aller Bürger in Deutschland betätigen sich ehrenamtlich. Um dieses freiwillige Engagement zu fördern und wertzuschätzen, wurde der deutsche Engagementpreis ins Leben gerufen. „23 Millionen Menschen tun Gutes – und sind dabei nicht zu sehen. Zeigt sie uns!“

Dieser Aufruf soll den engagierten Personen und Projekten Anerkennung für ihr bürgerschaftliches Engagement in unserer Gesellschaft geben. Für diese Auszeichnung kann man sich nicht bewerben, vielmehr konnten Bürger ihren ganz persönlichen Helden für die Ehrung vorschlagen. Insgesamt wurden so 800 Projekte eingereicht. Die Ehrung wird in den drei Bereichen *Politik & Verwaltung*, *Wirtschaft*, *Dritter Sektor & Einzelpersonen* vergeben. Zudem wird in diesem Jahr erstmalig das *Engagement Jugendlicher* ausgezeichnet. Die Entscheidung fällt dabei eine Jury aus 14 Experten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien.



Jetzt mit abstimmen bis zum 15. November!

Als Besonderheit gibt es den *Publikumspreis*, der über eine noch laufende Online-Abstimmung verliehen wird. Unter der Rubrik „Online – Voting 2010“ findet man auf der Webseite von „Geben-gibt.de“ eine Shortlist von zwanzig Projekten bzw. Personen, welche ebenfalls die Expertenjury nominiert hat – basierend auf den besten 20 Einreichungen der vier Wettbewerbskategorien. Ferner wurden die Kriterien Nachhaltigkeit und Innovation, sowie Vorbildwirkung und gesellschaftlicher Bedarf bei dieser Vorauswahl berücksichtigt. Auf der Homepage kann man sich nicht nur über die Projekte umfassend informieren, sondern gleich Online für die eigenen Favoriten abstimmen – bis einschließlich zum 15. November (http://www.geben-gibt.de/online_voting.html).

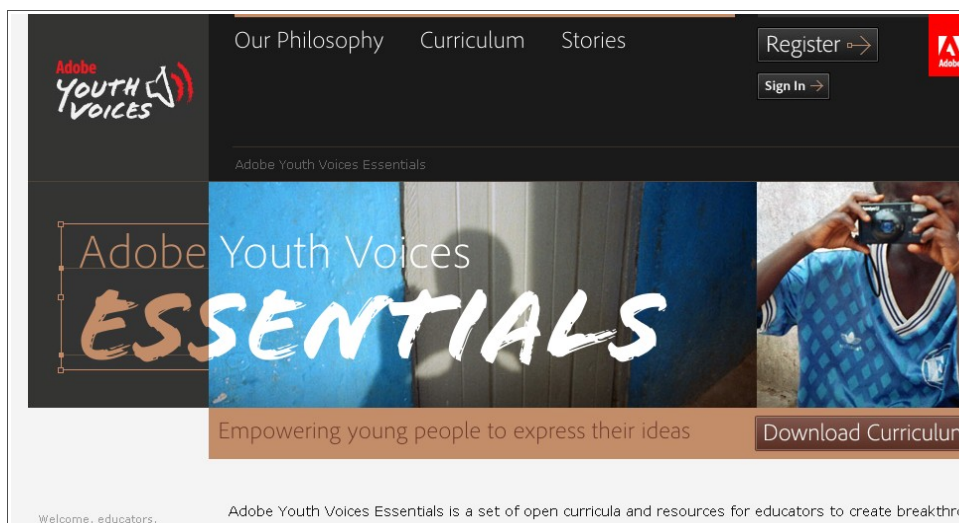
NEWSLETTER

Verliehen wird der deutsche Engagementpreis 2010 Anfang Dezember in Berlin. Im Rahmen einer feierlichen Abendveranstaltung werden die Gewinner der einzelnen Kategorien geehrt und ausgezeichnet. Alle Kategorien sind undotiert, lediglich der Sieger des Publikumspreises erhält 10.000 Euro für die Verwendung in einem konkreten Projekt und ein individuell abgestimmtes Schulungsangebot, welches den Gewinner in seiner weiteren Entwicklung seines Engagements unterstützen soll.

Abstimmen sowie weitere Informationen unter: www.geben-gibt.de

CASE STUDY AUS DEM AUSLAND: Adobe Foundation mit Youth Voice

Viele Jugendliche haben häufig das Gefühl in der Welt der Erwachsenen nicht gehört zu werden. Adobe Youth Voice gibt den Kids eine Stimme. Das in 2006 von der Adobe Foundation ins Leben gerufene internationale Medienbildungsprogramm soll Jugendlichen beim Gebrauch der innovativen Kommunikationsmöglichkeiten des 21. Jahrhunderts an die Hand nehmen und sie mit diesen vertraut machen.



Dadurch können die Jugendlichen diese Werkzeuge als Sprachrohr ihrer eigenen Ideen und Meinungen benutzen. Jährlich werden von der Adobe Foundation ca. 7 Millionen US-Dollar in Trainer, Bildungsmaterialien und weitere Zuschüsse für das Youth Voice Programm investiert. Seit Beginn dieser Aktion haben weltweit schon über 27.000 Jugendliche und 1.500 Pädagogen, sowohl in Schulen als auch außerschulisch, an diesem spannenden Projekt teilgenommen.

Auch an prominenter Unterstützung fehlt es bei diesem Projekt nicht, schon seit Beginn machen sich die Black Eyed Peas für das Programm stark, damit das vorhandene Potential der Teenager so früh wie möglich erkannt und gefördert wird. Adobe Youth Voice gibt Jugendlichen die Chance die Welt durch Tools wie Video, Multimedia und digitale Kunst für sich zu entdecken.

NEWSLETTER



MAKING SENSE meint:

Adobe Youth Voices unterstützt Jugendliche darin ihr persönliches Sprachrohr in unserer Gesellschaft zu finden. Sie erfahren auf unterschiedliche Weise, was es heißt, gehört zu werden. Nicht nur das, auch Teambuilding, Organisationmanagement sowie das Gefühl ein eigenes Projekt durchgeführt zu haben sind wichtige Erfahrungen, welche die Jugendlichen aus dem Adobe Youth Voice-Programm mitnehmen.

Leider ist Deutschland noch kein Teil der internationalen Adobe Youth Voice-Familie. Auf der Website ist nicht ersichtlich, wie man an dem Programm teilnehmen kann und ob sich jeder beteiligen kann, oder ob es spezielle Auswahlkriterien gibt. In Amerika wird dieses Programm flächendeckend erfolgreich eingesetzt und das wünschen wir uns für Deutschland. Damit auch deutsche Jugendliche die Möglichkeit haben eine Stimme in unserer digitalen Welt zu erhalten.

DIE ZAHL ZUM SCHLUSS: TEEB Studie – Was ist unserer Boden wert?

Obwohl 2010 das offizielle Internationalsale Jahr der Biodiversität ist, wird diesem so wichtigem Thema noch nicht genügend Aufmerksamkeit und Brisanz beigemessen. Dabei könnten wir ohne die Leistungen unserer Ökosysteme, wie etwa die Bildung fruchtbaren Bodens, die Reinhaltung unserer Luft oder die Regulation unserer Wasserhaushaltes, nicht leben.

Um einen Anhaltspunkt für den Wert der Natur zu bekommen, lohnt sich der Blick in die aktuelle TEEB (The Economics of Ecosystems Biodiversity)-Studie des UNEP (United Nations Environment Program). Ihr Ziel ist es, den Wert der Biodiversität und der Dienstleistungen unserer Ökosysteme monetär zu messen. Hier einige aussagekräftigen Zahlen aus der Studie:

200 bis 500 US-Dollar sind entwaldete, tropische Gebiete pro Hektar wert.

Rund 1.500 bis 10.000 US-Dollar ist hingegen der monetäre Wert eines intakten Regenwaldes pro Hektar.

Durch diese Wertbeimessung soll der Gesellschaft der Verlust der ökologischen Vielfalt verdeutlicht und neue Chancen der Erhaltung unserer Ökosysteme erschlossen werden. Zukünftig soll auch die positive Klimaleistung alter Wälder monetär bewertet werden.

Weitere Infos: http://www.nachhaltigwirtschaften.net/scripts/basics/eco-world/wirtschaft/basics.prg?a_no=3145