



Zukunft einkaufen – Glaubwürdig wirtschaften in Kirchen

Kirchen und kirchliche Einrichtungen als Promotoren nachhaltiger
Beschaffung und zukunftsfähigen Konsums

AZ25233-44

Bericht „Zukunft einkaufen“
Projektzeitraum 1.01.2008 bis 30.06.2010

BAND 1

Bericht

Verfasser:
Institut für Kirche und Gesellschaft der Evangelischen Kirche von Westfalen
Schwerte, 2010

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung.....	3
Vorwort.....	4
1. Projektziele	4
3. Kommunikationsstrategie – Layout.....	6
4. Mitwirkende im Projekt.....	7
5. Rahmenverträge – Kooperation mit der WGKD.....	8
6. „Zukunft einkaufen“ in der Praxis – Umsetzung und Ergebnisse	8
7. „Zukunft einkaufen“ – Akzente setzen und die breite Öffentlichkeit erreichen.....	10
8. Verankerung des Projektes – Öffentlichkeitsarbeit.....	14
9. Veranstaltungen von und mit „Zukunft einkaufen“.....	16
Fazit.....	19
Anlagen (s. Band 2).....	20



Zusammenfassung

Das Projekt „Zukunft einkaufen – Glaubwürdig wirtschaften in Kirchen“ ist ein Projekt der Umweltbeauftragten in der Evangelischen und Katholischen Kirche in Deutschland. Die Kirche hat als zweitgrößter Arbeitgeber Deutschlands mit ihren Kirchengemeinden, Bildungshäusern, Verwaltungsstellen sowie diakonischen und caritativen Einrichtungen eine große Nachfragemacht. Das Projekt „Zukunft einkaufen“ will seinen Beitrag dazu leisten, dauerhaft die Beschaffung der Kirchen an ökologischen und sozialen/fairen Standards auszurichten und dabei kirchliche Glaubwürdigkeit zu stärken. Gleichzeitig sollen wichtige Impulse für den privaten Konsum gesetzt werden.

Aufgrund unterschiedlicher kirchlicher Strukturen wurde die Projektstrategie und ihre Maßnahmen zunächst in „evangelischen / katholischen Testregionen und -einrichtungen“ erprobt und angepasst. Die Ergebnisse der Umstellung und Weiterentwicklung der Beschaffung wurden dadurch erzielt, dass sie in der Projektstrategie als kontinuierlicher und partizipativer Verbesserungsprozess verstanden wurden. Das Projektteam erstellte Material, welches den Akteuren als praxisnahe Arbeitshilfen zur Verfügung steht. Vom Leitfaden für ein nachhaltiges Beschaffungsmanagementsystem über Aktionsleitfäden für die Erwachsenenbildung und Jugendarbeit bis hin zu dem Material der bundesweiten Öffentlichkeitskampagne, welches über die Kirchen hinaus auch Privatpersonen in ihrem Konsumverhalten anspricht.

Neben den Publikationen dient der Internetauftritt von „Zukunft einkaufen“ als Informationsplattform für all diejenigen, die sich mit diesem Thema auseinandersetzen und beabsichtigen, in ihrem jeweiligen Bereich ebenfalls auf nachhaltiges Denken beim Einkauf umzustellen. Das virtuelle Informationszentrum erfüllt damit in erster Linie den Zweck, den interessierten NutzerInnen dieser Plattform die Begriffe der Nachhaltigkeit, der nachhaltigen und ökofairen Beschaffung in seinen verschiedenen Facetten zu erläutern und Handlungsmöglichkeiten im eigenen Umfeld aufzuzeigen. Darüber hinaus können dort die Publikationen sowohl bestellt als auch heruntergeladen werden.

Auf zahlreichen Veranstaltungen, wie Kirchentagen oder Verleihung von Auszeichnungen überzeugte das Projekt bundesweit eine Vielzahl an Menschen von seinen Zielen und der Marktmacht, die sowohl die Kirche in Deutschland als auch die Individuen haben. Mit dem Kaufverhalten in den Gemeinden und Einrichtungen können Beschaffer und Konsumenten dazu beitragen, die (Um-)Welt zu verbessern und Menschen ein gerechtes Einkommen zu ermöglichen.



www.zukunft-einkaufen.de

Vorwort

Die Katholische und Evangelische Kirche in Deutschland haben als zweitgrößter Arbeitgeber Deutschlands mit ihren Kirchengemeinden, Bildungshäusern, Verwaltungsstellen sowie diakonischen und caritativen Einrichtungen eine große Nachfragemacht. Mit dem Kaufverhalten in unseren Gemeinden und kirchlichen Einrichtungen können wir dazu beitragen, die (Um-)Welt zu verbessern und Menschen ein gerechtes Einkommen zu ermöglichen. Mit jedem Euro, den wir ausgeben, entscheiden wir mit, wie unsere Welt und das Leben in ihr zukünftig aussieht.

Mit Unterstützung des bundesweiten Netzwerks der Umweltbeauftragten der evangelischen Kirche und den (Erz-)Bistümern in Deutschland und den aktiven Mitgliedern des Fachbeirates konnte das Team von „Zukunft einkaufen“ das Projekt zu einem erfolgreichen Abschluss bringen. Die Implementationsstrategie mit der Erstellung praxisnaher Arbeitsmaterialien und deren Verbreitung im gesamtkirchlichen Bereich – nach einer Erprobung im kleineren Kreis – war sehr erfolgreich, gemessen an den Anfragen zu Vorträgen, zur Mitwirkung an Workshops und zur Begleitung bei der Einführung eines nachhaltigen Beschaffungsmanagements.

Die erfolgreiche Verbreitung der inhaltlichen Projektziele fand über die Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen hinaus bis zu den Privathaushalten statt. Rund 150 Kirchengemeinden und kirchliche Bildungs- und Verwaltungseinrichtungen bundesweit haben sich auf den Weg gemacht, ihren Einkauf von Waren und Dienstleistungen systematisch nach ökofairen Standards auszurichten. Die glaubwürdigen Beispiele verfehlten ihre Wirkung nicht und in Verbindung mit den zahlreichen Veranstaltungen zum Thema haben viele Menschen innerhalb und außerhalb von Kirche durch „Zukunft einkaufen“ Impulse auch für ihren privaten Konsum erhalten.

Über die Testregionen und -einrichtungen hinaus wurde die Projektidee von Verantwortlichen innerhalb und außerhalb der Kirchen aufgegriffen und mit Veranstaltungen und Aktionen umgesetzt. „Zukunft einkaufen“ hat viele Menschen in ganz Deutschland zu einer Auseinandersetzung mit dem Thema „ökofairer Konsum“ angeregt und dieser Prozess ist auch mit dem offiziellen Ende des Förderzeitraums (Juni 2010) nicht abgeschlossen.

1. Projektziele

„Zukunft einkaufen“ ist ein Projekt der Umweltbeauftragten in der Evangelischen und Katholischen Kirche in Deutschland zusammen mit der Wirtschaftsgesellschaft der Kirchen in Deutschland (WGKD). Das Projekt will seinen Beitrag dazu leisten, dauerhaft die Beschaffung der Kirchen an ökologischen, sozialen und fairen Standards auszurichten und dabei kirchliche Glaubwürdigkeit zu stärken. Gleichzeitig sollen damit wichtige Impulse für den privaten Konsum gesetzt werden.

„Zukunft einkaufen“ will einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der kirchlichen Beschaffung leisten. Dies betrifft sowohl die Qualität und Menge der eingesetzten Produkte als auch die Verbesserung der Beschaffungsstrukturen (das Management). Durch eine gesteigerte kirchliche Nachfrage von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen soll das ökofaire Marktsegment unterstützt und vergrößert werden. Durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit, kirchliche Vorbildwirkung und Vernetzung soll auch der private Konsum und Lebensstil thematisiert und Wege zu nachhaltigem Konsummustern aufgezeigt werden.

Im Fokus des Projektes stehen dabei „kirchentypische“ Beschaffungsschwerpunkte wie Büromaterialien, technische Geräte, Energie, Mobilität sowie Lebensmittel.

Das Projekt ist als mehrstufiges ökumenisches Projekt modular aufgebaut. Aufgrund unterschiedlicher kirchlicher Strukturen wurde die Projektstrategie und ihre Maßnahmen zunächst in „evangelischen / katholischen „Testregionen und -einrichtungen“ erprobt und angepasst. Die Ergebnisse der Umstellung und Weiterentwicklung der Beschaffung wurden dadurch erzielt, dass sie in der Projektstrategie als kontinuierlicher und partizipativer Verbesserungsprozess verstanden wurden.

Das Team von „Zukunft einkaufen“ unterstützte und begleitete die Verantwortlichen bei der Einführung einer nachhaltigen Beschaffung. In den Materialien sind die Rückmeldungen und Erfahrungen der BeschafferInnen eingearbeitet und für die Praxistauglichkeit optimiert worden.

Mit der Veröffentlichung des Leitfadens für ein ökofaires Beschaffungsmanagementsystem führte das Projekt eine kircheninterne Fortbildungsoffensive durch und gleichzeitig mit der Veröffentlichung des Aktionsleitfadens für die Erwachsenenbildung und Jugendarbeit eine Bildungsoffensive im öffentlichen und privaten Bereich. Damit leistete das Projekt einen Beitrag, die Glaubwürdigkeit kirchlichen Redens und kirchlicher Bildungsanstrengungen zu stärken.

2. Projektablauf

Der Projektablauf orientierte sich an den folgenden vier Phasen:

Phase 1 Die Basis schaffen für eine nachhaltige Beschaffung in Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen

Die bestehende Beschaffungspraxis wurde unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten analysiert (Bestandsaufnahme) und ein Umsetzungsplan für die Implementierung nachhaltiger Beschaffung sowie begleitender öffentlichkeitswirksamer Aktionen vereinbart. Als zentrales Informationsmedium für alle Projektteilnehmenden wurde zeitgleich das Internet-Portal „Ökofaire/nachhaltige Beschaffung“ auf der Plattform der „Wirtschaftsgesellschaft der Kirchen in Deutschland“ (WGKD) aufgebaut.

Phase 2: Umsetzung nachhaltiger Beschaffung in Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen – Schaffung von „Erfahrungsräumen nachhaltigen Konsums“

Die Resonanz aus den Kirchen war überraschend groß, so dass bis Sommer 2009 die dreifache Zahl an Testregionen und Testeinrichtungen am Projekt teilgenommen hatte. Ein zusätzlicher Multiplikationseffekt entstand durch die Verbreitung des Beschaffungsmanagements im Rahmen der Fortbildung zum kirchlichen Umweltmanagement „Grüner Hahn“. Hier überwiegend in den Einrichtungen und Kirchengemeinden der Evangelischen Kirche von Westfalen.

Von nennenswerter Bedeutung war die flächendeckende Einführung in einigen Diözesen oder Regionen. Die Diözese Rottenburg-Stuttgart mit einer Beteiligung von 15 Bildungsstätten, dem Caritasverband der Diözesen und der zentralen Verwaltung des Bischöflichen Generalvikariats sind die größten Testregionen. Die Diözese Eichstätt hat sich die Umsetzung des Projektes als Ziel für alle ihre Einrichtungen gesetzt. Bemerkenswert ist auch, dass die Bremische Evangelische Landeskirche nach dem evangelischen Kirchentag im Mai 2009 an dem Projekt weiter arbeitet. Die Beteiligung der KD-Bank zeigt, dass die Beteiligung am Projekt auch für kommerzielle Anbieter von Interesse ist. Besonders öffentlich wirksam war darüber hinaus die Einführung unseres Managementsystems in den „Großeinrichtungen“ Evangelischer Entwicklungsdienst, Regens Wagner Zell sowie die Kooperation mit dem Deutschen Evangelischen Kirchentag.

Phase 3 Netzwerkbildung „Nachhaltige Beschaffung in Kirche und Kommune“

Die Phase 3 diente dem lokalen / regionalen Erfahrungsaustausch sowie der Netzwerkbildung (Runde Tische „Nachhaltige Beschaffung“) zwischen kirchlichen Einrichtungen, ihren lokalen/ regionalen Lieferanten sowie weiteren nicht kirchlichen Akteuren, v. a. Stadt- und Kommunalverwaltungen, Verbraucherberatungsstellen sowie Umwelt- und Entwicklungsverbänden. Kirchengemeinden und kirchliche Einrichtungen waren dabei die Promotoren, konnten aber auch von den Erfahrungen und Strukturen der nicht-kirchlichen Institutionen profitieren. Vorreiter der Netzwerkbildung waren der Großraum Stuttgart mit 15 kommunalen runden Tischen, die sich mit der nachhaltigen Beschaffung auseinandersetzten und

auch die Testregion Osnabrück, in der die erste Initiative zur Qualifizierung von BeschafferInnen ergriffen wurde. Außerdem kooperierte das Projekt mit „Corporate Accountability – dem Netzwerk für Unternehmensverantwortung“ (CorA), eine von Gewerkschaften, Verbraucherverbänden sowie Umwelt- und Entwicklungsinitiativen breit gebildete Initiative, die sich u. a. für eine ökofair ausgerichtete Beschaffung der öffentlichen Hand einsetzt.

Phase 4 Kampagne “Heute für die Zukunft einkaufen – Ökofair geht jeden an!”

Phase 4 hatte die Multiplikation der Projektergebnisse der Phasen 1-3 zum Ziel- insbesondere die bundesweite Ausweitung der in Phase 2 erarbeiteten verallgemeinerungsfähigen Strategien und Materialien mittels einer kirchlichen Beschaffungs- / Konsumkampagne. Die Kampagne „Heute für die Zukunft einkaufen – Ökofair geht jeden an!“ startete im Mai 2010 und wurde auf dem Ökumenischen Kirchentag in München einem breiten Publikum vorgestellt.

3. Kommunikationsstrategie – Layout

Die zentrale Kommunikationsaufgabe des Projektes bestand darin, anfangs im kirchlichen Bereich und später darüber hinaus gehend, stabile, zielgruppenspezifische Trends für eine nachhaltige Beschaffung bzw. einen nachhaltigen Konsum auszulösen. Dies war unter Berücksichtigung der aktuellen kirchlichen Umwelt- und Entwicklungsarbeit besonders der Klimaschutz- und Globalisierungsdebatte in den Kirchen geschehen. Das erhöhte Bewusstsein und die große Aufmerksamkeit für diese beiden Themen konnten für das Projekt erfolgreich genutzt werden.

In der Kommunikations- und Layoutstrategie berücksichtigte das Projektteam, dass nachhaltige Beschaffung / nachhaltiger Konsum nicht alleine auf rationale Entscheidungen begründet ist, sondern ebenso emotionale und ökosoziale Voraussetzungen hat. Verdeutlicht wurde, dass mit „Zukunft einkaufen“ einerseits nicht-nachhaltige Beschaffungsstrukturen verändert und andererseits die „Herzen“ der Menschen für eine zukunftsfähige Lebensweise gewonnen werden können. Dabei wurden möglichst aktivistische Strohfeuer vermieden und ein dauerhafter Trend zu mehr Nachhaltigkeit ausgelöst. Das Ziel der Kommunikationsstrategie lautete:

- nicht anklagen, sondern informieren, überzeugen und motivieren,
- einladen, um konstruktive Lösungen zu finden, die Kirche und Gesellschaft umweltverträglicher zu gestalten.



Entsprechend erinnert die Bildmarke vom Projekt an den Noahbund, dessen Zeichen der Regenbogen ist. Der Menschheit wird im Noahbund von Gott Zukunft zugesprochen aber auch ethisches Handeln gegenüber Mitmensch und Mitwelt abverlangt. Gleichzeitig symbolisiert der geschwungene Bogen eine Brücke zwischen den Wohlstandsgesellschaften des Nordens und den Ländern des

Südens. Die Wortmarke „Zukunft einkaufen“ bezieht auf doppeldeutige, provozierende Weise den Begriff Zukunftsfähigkeit auf den alltäglichen Konsum bzw. auf jede Beschaffungsentscheidung. „Wer einkauft entscheidet (mit) über Umweltschutz oder -zerstörung, Menschenwürde oder Ausbeutung.“ Die große Medienresonanz auf den Kirchentagen oder auch während der Öffentlichkeitskampagnen im Frühjahr 2010 zeigte, dass dieser Slogan und die Projektidee trägt und großes öffentliches Interesse an dem Versuch besteht, den (teilweise noch) „schlafenden Beschaffungsriesen“ Kirche zu „wecken“.

4. Mitwirkende im Projekt

Zur erfolgreichen Umsetzung der Projektziele von „Zukunft einkaufen“ hat die bewährte Arbeitsstruktur von Kern-, Steuerungsteam und Fachbeirat beigetragen. Die personelle Zusammensetzung mit den unterschiedlichen beruflichen Hintergründen und Erfahrungen ermöglichte bei den regelmäßigen Treffen ein ergebnisorientiertes Arbeiten, bei dem die nächsten notwendigen Schritte im Projekt erarbeitet und festgelegt wurden.

Die Leitung des Gesamtprojekts lag bei Pfarrer Klaus Breyer, Leiter des Instituts für Kirche und Gesellschaft der Evangelischen Kirche von Westfalen (EkvW) und Thomas Kamp Deister, Umweltreferent der katholischen Landvolkshochschule „Schorlemer Alst“ in Freckenhorst.

Zur Bearbeitung des Projektes konnten zum 1.1.2008 zwei fachlich versierte ProjektmitarbeiterInnen mit je 0,5 Stellen für den evangelischen und katholischen Bereich eingestellt werden: Marithres van Bürk-Opahle (kath.) (bis Februar 2010) und Hans-Jürgen Hörner (ev.). Als Expertin für den Bereich der fairen Beschaffung agierte Brigitte Binder, Referentin für den fairen Handel beim evangelischen Entwicklungsdienst. Im Laufe des Projektes wurde das operative Projektteam um Michaela Shields (Online-Redaktion, Kampagnenarbeit), Dietrich Weinbrenner vom Amt für Mission, Ökumene und Weltverantwortung der EkvW (MÖWe) sowie Birgit Weinbrenner (Schwerpunkt „Ethische Geldanlagen“) erweitert. Auch die Zusammenarbeit mit dem Projektpartner der Wirtschaftsgesellschaft der Kirchen in Deutschland (WGKD) mit ihrem Geschäftsführer Rainer Gritzka erwies sich als konstruktiv und ergebnisorientiert.

Die sogenannte Steuerungsgruppe (erweitertes Kernteam) reflektierte den Projektablauf und alle Grundsatzentscheidungen (z. B. Strategien der Öffentlichkeitsarbeit, Layout, etc.). Zu dieser Steuerungsgruppe gehörten u. a. Dr. Hans-Gerd Wirtz, Sprecher der Umweltbeauftragten der deutschen Bistümer, Edmund Gumpert, Umweltbeauftragter der Diözese Würzburg, sowie Jobst Kraus, ständiger Ausschuss Umweltschutz des DEKT und Multiplikator für den Bereich der Umweltschutzarbeit in den Evangelischen Akademien in Deutschland. Ebenfalls zur Steuerungsgruppe gehörte Margarita Sigle, Aktion Fairer Kaffee in den Kirchen. Synergien zu dem im Herbst 2008 angelaufenen Kommunikationsprojekt „Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt“ wurden durch die Mitarbeit von Katja Breyer vom EED sichergestellt. Als fachlicher Kooperationspartner für den Bereich der umweltverträglichen Beschaffung fungiert das Umweltbundesamt (UBA).

Das Projekt wurde inhaltlich zusätzlich gestärkt und unterstützt durch den Fachbeirat, der etwa halbjährlich zusammentraf. In den Beiratssitzungen reflektierten die Mitglieder kritisch und konstruktiv die Entwicklung des Projektes. Die Beiratsmitglieder repräsentieren die wesentlichen Akteure in Deutschland, die als Regierungsstellen, Bildungseinrichtungen oder Nichtregierungsorganisationen das Thema Nachhaltigkeit vorantreiben. So stellten die Beiratssitzungen im Prinzip Netzwerktreffen dar, in denen das gebündelte Wissen der ExpertInnen praktisch auf das Projekt angewandt wurde.



5. Rahmenverträge – Kooperation mit der WGKD

Die Kooperation von „Zukunft einkaufen“ mit der WGKD diente dazu, den Abschluss von Rahmenverträgen für verschiedene Bereiche zu erleichtern und durch die Bündelung von Einkaufskapazitäten, bessere Preise, gerade für kleine Einrichtungen wie Kirchengemeinden, zu ermöglichen.

In der WGKD selber hat seit der Kooperation ein Umdenken stattgefunden. Hatte die WGKD bei ihrer Gründung zu einem ganz überwiegenden Teil wirtschaftliche Gründe als Ziel, so sind im Verlauf der Arbeit im Projekt“ die ökofairen Kriterien stärker in den Vordergrund gerückt.

So wurde 2009 der bereits bestehende Rahmenvertrag mit der GEPA gründlich nach ökofairen Kriterien überarbeitet. Für den gesamten kirchlichen Bereich konnten Bestkonditionen ausgehandelt werden. Der Vertrag beinhaltet nun neben dem Kaffee auch weitere Produkte der GEPA, wie Tee, Süßigkeiten.

Die Produktgruppe der Hardware-Anbieter, die vertraglich mit der WGKD verbunden sind (z. B. Fujitsu, Dell, HP) hat unter dem Oberbegriff „Green IT“ besonders sparsame und umweltfreundliche Produkte auf den Markt gebracht.

Zu den erfolgreichen Rahmenverträgen zählt die Firma LichtBlick. Sie verspricht besonders den kleineren bis mittleren Einrichtungen neben dem ideellen Vorteil der regenerativen Energie auch Preisvorteile.

Im Automobilbereich ist stärkster Vertragspartner die Volkswagengruppe mit ihren Marken (VW, VW-Nutzfahrzeuge, Audi, Seat, Skoda). Alle Marken bieten inzwischen besonders sparsame und damit umweltschonendere Fahrzeuge durch entsprechend niedrigen CO₂-Ausstoß an.

6. „Zukunft einkaufen“ in der Praxis – Umsetzung und Ergebnisse

Die Projektstrategie wurde zunächst in fünfzehn evangelischen und katholischen „Testregionen“ mit insgesamt 150 Kirchengemeinden und kirchlichen Bildungs- und Verwaltungseinrichtungen implementiert. Ungefähr 500 weitere Einrichtungen haben Kontakt zum Projekt aufgenommen und ihre Mitarbeit signalisiert.

Zusätzlich zu den Testregionen wurde das Projekt in über 50 Grüner-Hahn-Gemeinden der Evangelischen Kirche von Westfalen vorgestellt und in das Umweltprogramm der Kirchengemeinden aufgenommen. Somit beteiligten sich in der Testphase weitaus mehr Regionen und Einrichtungen als ursprünglich geplant.

Nach einer z. T. sehr intensiven Zusammenarbeit mit den Einrichtungen in den Testregionen entschied sich das Projekt-Kernteam im Juni 2010, diese Phase der Kooperation mit einer standardisierten Fragebogenaktion abzuschließen. Bei den Fragen ging es um die Verankerung, Umsetzung und Auswirkung der nachhaltigen Beschaffung in der Kirchengemeinde, -verwaltung oder kirchlichen Einrichtung.



Anlage 1: Fragebogen an Akteure der Testregionen und -einrichtungen

Zusammenfassung der Ergebnisse der Umfrage

Im Zuge der Projektarbeit haben 41 % der befragten Einrichtungen Beschlüsse zur nachhaltigen Beschaffung eingeführt. Die Beschlüsse von Leitungsgremien, schriftlich fixierte Standards und Beschaffungsordnungen garantieren die Verankerung von ökofairen Beschaffungsstrukturen in den Organisationen. Sie wirken, einmal erlassen, entspannend nach innen und nach außen, denn durch sie abgedeckte Einkaufsentscheidungen müssen nicht ständig neu legitimiert und begründet werden. Der EED z. B., eine der Testeinrichtungen des Projektes, hat eine hauptamtliche Stelle für Umweltmanagement eingerichtet, die in Zusammenarbeit mit den MitarbeiterInnen aus dem Bereich „Organisation Fairer Handel“ und „Umweltmanagement“ eine ökofaire Beschaffungsordnung entwickelt hat. Fortan ist eine ökologische und sozialverträgliche Produktion ausschlaggebendes Kriterium in der Beschaffung.

In zahlreichen weiteren Fällen wird an Grundsatzbeschlüssen und Beschaffungsordnungen gearbeitet. Fast alle Einrichtungen sind interessiert an bereits vorliegenden Textbeispielen und fordern diese im Projektbüro „Zukunft einkaufen“ an.

Die nebenstehende Grafik zeigt, dass Einführung und/oder Weiterentwicklung der nachhaltigen Beschaffung bei den befragten Gemeinden und Einrichtungen jeweils zur Hälfte in der Hand von Einzelnen oder Arbeitsgruppen liegt. Zum einen spielt dabei die Größe der Organisation eine Rolle, zum anderen wurden bereits vorhandene Strukturen berücksichtigt. In den Kirchengemeinden, die nur sehr begrenzt über Hauptamtlichkeit verfügen, arbeiten Teams an den Fragen zur Beschaffung.

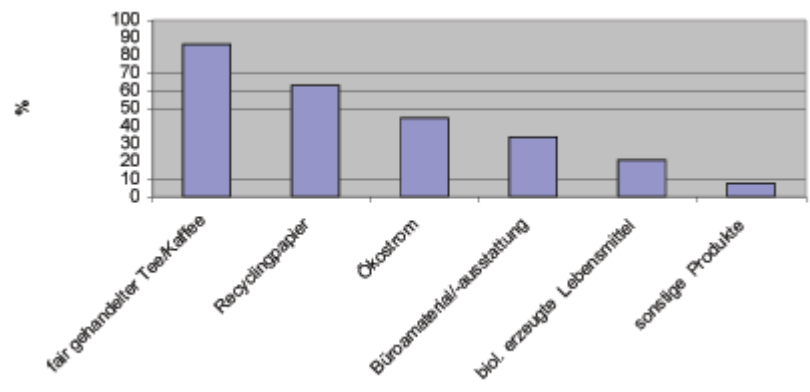


Größere Organisationen nutzen vorhandene Betriebsstrukturen und verorten die Einkaufsentscheidungen bei Einzelpersonen, denen in wenigen Fällen eine Arbeitsgruppe beratend zur Seite gestellt ist.

Um das Thema „ökofaire Beschaffung“ in den Einrichtungen virulent zu halten, ist eine Gründung von Arbeitsgruppen ratsam. Die inhaltliche Identifikation der Mitarbeitenden ist umso höher, je mehr von ihnen am Thema und deren betriebliche Umsetzung beteiligt sind. Die Verantwortlichen für die Beschaffung nehmen die Standards der eingekauften Produkte und den Verbrauch und Einsparmöglichkeiten von z. B. Strom und Reinigungsmitteln unter die Lupe. Neben verstärkter Öffentlichkeitsarbeit zum Thema nachhaltigem Konsum wurde überwiegend eine Umstellung auf Ökostrom, fairen Kaffee und Recyclingpapier umgesetzt.

Bei den eingeführten ökofairen Produkten ist an erster Stelle der fair gehandelte Tee/Kaffee zu finden. Dieser hat mit einem Anteil von 80% den Verbrauch von herkömmlichen Kaffee beinahe vollständig ersetzt. Angesichts der relativ kurzen Laufzeit des Projektes sind die Ergebnisse als Zwischenergebnisse zu verstehen. Alle Befragten betonen, dass sich die Anteile in den jeweiligen Produktgruppen erhöhen werden.

Anteil ökologischer und/oder fairer Produkte am Gesamtverbrauch der Testregionen und -einrichtungen seit Beteiligung am Projekt „Zukunft einkaufen“



Die Akteure bestätigen die Aussage, dass die Beteiligung am Projekt „Zukunft einkaufen“ einen Imagegewinn bedeutet und die Glaubwürdigkeit ihrer Kirchengemeinde/Institution gestärkt hat. „Zukunft einkaufen“ als Zeichen für nachhaltige Beschaffung hat sich als Markenzeichen etabliert.

Als wichtigste Veränderung seit Einführung des Projektes „Zukunft einkaufen“ nennen die Akteure „Bewusstseinsbildung“. In den Einrichtungen oder Gemeinden, die bereits im Vorfeld mit den Themen der nachhaltigen Beschaffung vertraut waren, gab die Beteiligung am Projekt noch mal einen zusätzlichen Impuls für die eigene Motivation. Auch die systematische Umsetzung konkreter Maßnahmen für ein ökofaires Beschaffungsmanagement, wie die Inkraftsetzung einer Beschaffungsordnung hoben die Befragten als wichtige Veränderung hervor.

In den Einrichtungen und Kirchengemeinden tragen die Akteure ihr Engagement im Bereich nachhaltige Beschaffung auf unterschiedliche Wege nach außen. So weisen Türplaketten, Plakate, Auslagen von Flyern, Broschüren, Info-Newsletter und Gemeindebriefe auf die Arbeit an dem Thema hin. Auch GEPA-Hinweise am Kaffeeautomat oder weitere gezielte Hinweise zu einzelnen ökofairen Produkten werben für einen nachhaltigen Konsum bei den Besuchern, Mitarbeitenden und Gästen.

Als die beiden stärksten Argumente zur Gewinnung weiterer Akteure nennen die Befragten die Schöpfungsverantwortung der Kirchen und den Zusammenhang zwischen der Konzeption, dem Anspruch der Institution und dem Alltagshandeln.

7. „Zukunft einkaufen“ – Akzente setzen und die breite Öffentlichkeit erreichen

In dem letzten Jahr der Projektlaufzeit erhöhte sich der Bekanntheitsgrad von „Zukunft einkaufen“ deutlich. Dieses spiegelte sich in den zunehmenden Anfragen für Beratungen, Vorträge und Kooperationen wider.

In dieser Phase konzentrierte sich das Projektteam auf die beiden Schwerpunkte:

- (a) Netzwerkbildung „Nachhaltige Beschaffung in Kirchen und Kommune“
- (b) Bundesweite Kampagne und Ergebnisverbreitung

(a) Netzwerkbildung „Nachhaltige Beschaffung in Kirchen und Kommune“

Die Netzwerkbildung diente dem lokalen/regionalen Erfahrungsaustausch zwischen kirchlichen Einrichtungen und nicht-kirchlichen Akteuren v. a. Stadt- und Kommunalverwaltungen, Verbraucherberatungsstellen und Umwelt- und Entwicklungsverbänden. Kirchengemeinden und kirchliche Einrichtungen agierten dabei als Promotoren, konnten aber auch von den Erfahrungen und Strukturen der nicht-kirchlichen Institutionen profitieren.

Tagung zur nachhaltigen Beschaffung in Kommunen

Um den Schritt in die nicht-kirchliche Öffentlichkeit zu gehen und einen Erfahrungsaustausch zwischen Kommunen und kirchlichen Einrichtungen zum Thema ökofairer Beschaffung zu initiieren, organisierte „Zukunft einkaufen“ gemeinsam mit der Landesarbeitsgemeinschaft Lokale Agenda 21 (LAG 21 NRW e. V.) und dem Institut für Kirche und Gesellschaft der EKvW die Tagung *'Fair geht vor! – Öffentliche Beschaffung wird nachhaltig'* im März 2010.

Als Anknüpfungspunkt diente das seit April 2009 in Kraft getretene Gesetz zur Modernisierung des Vergaberechts, das die EG-Vergaberichtlinien innerhalb des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen umsetzt und dadurch die Möglichkeiten schuf, soziale Aspekte als zusätzliche Bedingungen bei der öffentlichen Auftragsvergabe zu berücksichtigen.

Die Veranstaltung fand im Anschluss an die Jahreshauptversammlung der LAG 21 NRW e. V. statt, so dass unter den Teilnehmenden eine größere Anzahl kommunaler VertreterInnen waren.

Es gab einen deutlichen Bedarf an Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen kommunalen und kirchlichen Einrichtungen. Diskutiert wurden innovative Ansätze aus kirchlichen Einrichtungen und Verwaltungen und aus der Kommune zur nachhaltigen Beschaffung und zur Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen. Die Projekterfahrungen von „Zukunft einkaufen“ wurden präzise nachgefragt und die Publikationen waren sehr begehrt.

Zu einer engeren Zusammenarbeit kam es mit folgenden Organisationen:

CorA (Corporate Accountability) – Netzwerk für Unternehmensverantwortung

Gemeinsam mit CorA entwickelte das Projektteam von „Zukunft einkaufen“ einen Kriterienkatalog zur Firmenauswahl, der im Fachbeirat von „Zukunft einkaufen“ vorgestellt wurde. Die konstruktive Diskussion ergab, dass ein professioneller Einsatz dieses Katalogs einen hohen finanziellen und personellen Aufwand bedeutet. Es sind Unternehmen aus den Größengruppen kleine/mittlere und Großunternehmen auszuwählen. Während die kleinen und mittleren Unternehmen eine Selbstverpflichtung als Garantie für die Einhaltung der Kriterien unterschreiben, würde für die Überprüfung von Großunternehmen (ab 1.000 MitarbeiterInnen) bzgl. ihrer Einhaltung der Kriterien die Dienstleistung einer Nachhaltigkeitsrating-Agentur in Anspruch genommen werden.

Kampagne für saubere Kleidung

Die Kampagne für Saubere Kleidung (Clean Clothes Campaign - CCC) will die Interessen der ArbeitnehmerInnen in der Bekleidungs- und Sportkleidungsindustrie und die Anliegen der VerbraucherInnen, die durch diese Industrie produzierte und verkaufte Erzeugnisse kaufen, geltend machen. Die Kampagne will die Unterdrückung, die Ausbeutung und den Missbrauch der ArbeitnehmerInnen in dieser Industrie, mehrheitlich handelt es sich um Frauen, beenden.

Da auch Textilien auf der Produktliste von „Zukunft einkaufen“ stehen, bot sich die Zusammenarbeit mit der Kampagne an. Die zuständige Kollegin erklärte sich zur Mitarbeit im Fachbeirat bereit und engagierte sich bei der Erarbeitung von Grundlagen. Wesentliche Unterstützung erhielt „Zukunft einkaufen“ bei der Gestaltung und inhaltlichen Ausführung des Themas *Beschaffung von ökologisch und fair produzierten Textilien* auf der eigenen Website. Arbeitsschwerpunkt der CCC ist u.a. die öffentliche Beschaffung. Beim Einkauf von Dienst- und Arbeitskleidung ist die kommunale Einkaufspraxis in Einzelfällen der kirchlichen weit überlegen, so dass die begonnene Zusammenarbeit vor allem zukünftig Früchte tragen kann.

Flower-Label-Program (FLP)

Schnittblumen gehören als Altarschmuck, bei festlichen Veranstaltungen und als „Danke-Schön-Geste“ fest zu den regelmäßig von Kirchengemeinden konsumierten Waren. Entsprechend groß ist das Interesse von BeschafferInnen aus diesem Bereich kirchlicher Arbeit an Informationen über fair gehandelte Blumen. Aus der Zusammenarbeit mit dem ebenfalls von der DBU geförderten Projekt (www.Blumen.natürlich.de) ragen vor allem die engen Kooperationen beim Deutschen Ev. Kirchentag in Bremen (2009) und beim Ökumenischen Kirchentag in München (2010) heraus. Bei beiden Großveranstaltungen war FLP Teil der Präsentation des Standes von „Zukunft einkaufen“.

Servicestelle Kommunen in der einen Welt

Zur Arbeit der Servicestelle gehört die Information, Beratung, Vernetzung und Qualifizierung kommunaler EntscheidungsträgerInnen aus Verwaltung, Politik und Nichtregierungsorganisationen in ihrem entwicklungspolitischen Engagement. Die Vernetzung mit ihr diente so vor allem dem Erfahrungstransfer in den kommunalen Bereich hinein. Michael Marwede als Kontaktperson der Servicestelle zum Projekt „Zukunft einkaufen“ und Mitglied im Fachbeirat erwies sich seit Beginn von „Zukunft einkaufen“ als wertvoller Rat- und Impulsgeber. Im Gegenzug nahmen MitarbeiterInnen von „Zukunft einkaufen“ an den Tagungen und Veranstaltungen der Servicestelle teil, erhielten dort auch die Gelegenheit der Projektdarstellung und konnten so Kontakte zu weiteren interessanten Partnerinnen und Partnern schließen.

Christliche Initiative Romero e.V. (CIR)

Die Initiative versteht sich als "Stimme der Armen" und ergreift Partei für die Menschen und Organisationen, die in Mittelamerika ihre Gesellschaft gerechter und zukunftsfähiger gestalten wollen. Solidarisches Handeln soll eine Brücke zwischen "Dritte-Welt"-Ländern und mitteleuropäischer Lebenswelt schlagen. Die politische Informationsarbeit ist ein Schwerpunkt der CIR. Sie greift in entwicklungspolitische Debatten ein und initiiert Kampagnen, etwa für menschenwürdige Arbeitsbedingungen in Weltmarktfabriken, für die Entschuldung oder für gerechteren Kaffeehandel. Hier liegt die Schnittstelle mit „Zukunft einkaufen“. Eine Mitarbeiterin aus dem Münsteraner Büro der Initiative brachte ihre Netzwerkerfahrungen in den Fachbeirat ein und engagierte sich in der Arbeitsgruppe „Corporate Social Responsibility von Unternehmen“.

Umwelt Netzwerk Kirche Rhein-Mosel e.V.

In der regionalen Zusammenarbeit mit einer der Testregionen von „Zukunft einkaufen“, dem Bistum Trier, führte das Netzwerk runde Tische mit VertreterInnen aus Kommunen und Kirchen durch. Ein Ziel des Umweltnetzwerks ist die Zusammenführung von kirchlichen Aktivitäten zum Erhalt der Schöpfung und lokalen Agenda-21-Prozessen. Mit Hilfe der Zielsetzungen von „Zukunft einkaufen“ erweiterte die Organisation ihren Themenkatalog, der im Schwerpunkt auf energiepolitische Themen, Energieeffizienz und erneuerbare Energien ausgerichtet ist.

Bremer entwicklungspolitisches Netzwerk e. V.

Eine weitere Initiative zu dem Thema ergab sich für das Projektteam mit dem Bremer entwicklungspolitischen Netzwerk e. V. (BeN). Dieses Netzwerk hat „Zukunft einkaufen“ mehrfach zu Veranstaltungen mit VertreterInnen aus Kirchen, Stadt und Senat in Bremen eingeladen. In Podiumsdiskussionen konnten VertreterInnen vom Projekt gemeinsam mit anderen entwicklungs- und umweltpolitischen Gruppen diskutieren und das Netzwerk in seiner Zielsetzung unterstützen, dazu beizutragen, dass die öffentliche Beschaffung sich an nachvollziehbaren sozialen und ökologischen Kriterien orientiert.

(b) „Heute für die Zukunft einkaufen – Ökofair geht jeden an!“ Bundesweite Öffentlichkeitskampagne und Ergebnisverbreitung

Nachdem die Projektstrategie und ihre Maßnahmen in den Testregionen erprobt und kontinuierlich angepasst und verbessert wurden, konnten diese in dem abschließenden Teil des Projektes in den gesamtkirchlichen und darüber hinaus bis in den privaten Bereich hinein verbreitet werden. Dafür entwickelte das Projektteam die bundesweite Kampagne „Heute für die Zukunft einkaufen – Ökofair geht jeden an!“, die am 3. Mai 2010 startete.

Schirmherren der Kampagne

Für die Kampagne konnten als Schirmherren die Bundestagsvizepräsidentin und Vorsitzende der Synode der Evangelischen Kirche in Deutschland Katrin Göring-Eckardt und Alois Glück, der Vorsitzende des Zentralkomitees der deutschen Katholiken gewonnen werden.

„Als Kirche müssen wir uns mit all den kirchlichen Einrichtungen unserer Marktmacht bewusst werden. Allein die Küchen in Tagungsstätten, Heimen und Krankenhäusern der evangelischen Kirchen haben ein jährliches Einkaufsvolumen von fast einer halben Milliarde Euro“, so Göring-Eckardt.

Mit einem jährlichen Einkaufsvolumen von mehr als 60 Milliarden Euro hat die Kirche mit ihren christlichen Verwaltungen, Gemeinden, Schulen oder Krankenhäusern in Deutschland eine enorme Einkaufsmacht.



Katrin Göring-Eckardt

Diese Marktmacht könnte auch jede Bürgerin und jeder Bürger nutzen und täglich durch die eigene „Politik mit dem Einkaufskorb“ mitentscheiden, was und wie produziert wird. Alois Glück sieht in der Konsumentenverantwortung eine wichtige Kraft der Zivilgesellschaft, denn: „wer ökologische, fair gehandelte oder regionale Produkte bevorzugt und dem Konsumrausch entsagt, der wandelt sich vom Ver-braucher zum Fair-braucher“.



Alois Glück

Materialien der Kampagne

Die Kampagne zielte darauf ab, ihre Empfehlung zu einem ökofairen Konsumverhalten über den gesamtkirchlichen Bereich hinaus bis hin zu den Privathaushalten zu verbreiten.

„Zukunft einkaufen“ erstellte dazu eine Broschüre im CD-Format, in welcher die Notwendigkeit und Möglichkeiten für einen nachhaltigen, verantwortungsbewussten Einkauf anhand der Themen Lebensmittel, Energie, Genussmittel und ethisch nachhaltige Geldanlagen anschaulich und praxisnah dargestellt werden. Die Broschüre wird begleitet von einer thematisch abgestimmten Plakatreihe mit deutlicher Sprache der Werbewelt. Schriftfarbe, Schrifttyp, Bildanordnung rufen Assoziationen mit den „großen Marken“ hervor, um dann mit der Botschaft zu nachhaltigem Konsum zu überraschen.



Auf verschiedenen großen (Jahres)Veranstaltungen, wie der Jahrestagung der evangelischen Umweltbeauftragten in Hamburg, der Katholischen Umweltbeauftragten in München, der Jahresklausur der Direktoren der Caritasverbände der Deutschen Diözesen wurde die Kampagne vorgestellt. Publikumswirksamer Höhepunkt war die Präsentation der Arbeitsgemeinschaften der evangelischen und katholischen Umweltbeauftragten unter dem Dach der Deutschen Bundesstiftung Umwelt beim Ökumenischen Kirchentag in München in einer der größten Veranstaltungshallen „Zentrum für Umwelt und Ressourcen“.

Die positiven Resonanzen spiegeln sich zum einen durch die Rückmeldungen auf den oben genannten Veranstaltungen als auch durch die zahlreichen Bestellungen der Materialien wider. Seit Kampagnenstart erreichen uns weitere Anfragen aus Kirchengemeinden, die das Projekt „Zukunft einkaufen“ bei sich einführen und unser Informations- und Beratungsangebot in Anspruch nehmen möchten. Das sich im Aufbau befindliche Netzwerk von engagierten BeschafferInnen bemüht sich, diesen Bedarf aufzufangen.

8. Verankerung des Projektes – Öffentlichkeitsarbeit

In seiner gut zweijährigen Laufzeit kommunizierte das Projektteam seine Ziele Methoden und Inhalte über seine Internetseite, seine Publikationen und auf Veranstaltungen. Beteiligten und Interessenten standen also unterschiedliche Wege und Kommunikationskanäle zur Verfügung, an die gewünschten Informationen zu gelangen. Neu hinzugewonnene kirchliche Einrichtungen, erhielten somit die nötige fachliche Unterstützung bei ihrer Umstellung auf nachhaltige Beschaffung.

Auf die Projektförderung durch die DBU wurde auf sämtlichen Veranstaltungen, auf denen „Zukunft einkaufen“ vertreten war, hingewiesen und ist sowohl auf den Internetseiten als auch auf allen Publikationen deutlich sichtbar.

Publikationen

Nach Abschluss der Erarbeitungs- und Testphase des Beschaffungsmanagements wurden die von dem Projektteam entwickelten Materialien als Leitfaden für nachhaltiges Beschaffungsmanagement und die dazugehörige Checkliste herausgeben. Wie alle anderen Publikationen konnten diese sowohl per Post sowie als Download bezogen werden. Gleichzeitig wurden in enger Kooperation mit dem Projekt „Zukunftsfähiges Deutschland“ und mit Fachleuten aus den Testregionen und -einrichtungen Broschüren entwickelt, die aus dem Blickwinkel der Erwachsenen- und Jugendbildung heraus verfasst wurden und das Thema ökofairer Konsum für kirchliche und kirchennahe Zielgruppen aufbereiten. Das veränderte, an nachhaltigen Kriterien ausgerichtete Beschaffungsverhalten der Kirche wird hier zum Anlass genommen, nachhaltigen Konsum auch für den Privatbereich zu thematisieren. Entsprechendes Material wurde erstmalig auf dem Deutschen Evangelischen Kirchentag in Bremen 2009 vorgestellt.

Im Mai 2010 veröffentlichte das Projektteam zwei weitere Publikationen.

Zum einen die Begleitbroschüre zur bundesweiten Kampagne „Heute für die Zukunft einkaufen – Ökofair geht jeden an!“ mit einer Auflage von 5.000 Stück. Die Nachfrage war überraschend hoch, so dass die Broschüre nach kaum einem Monat vergriffen war und im Juni mit Unterstützung des EED und MÖWe in einer Auflage von 10.000 nachgedruckt wurde.

Mit der Broschüre „Geld kann duften – ethisch nachhaltige Geldanlagen“ traf das Projekt den Zahn der Zeit. Im Zusammenhang mit der



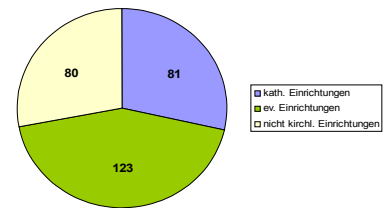
Wirtschaftskrise und der finanziellen Situation in Unternehmen, Einrichtungen, Kommunen, steht das Thema Geld und Geldanlagen ganz oben auf den Agenden. Diese Broschüre bietet Informationen und Handlungsmöglichkeiten, um die Weichen der Wirtschaft auf Nachhaltigkeit zu stellen. In der Broschüre wird erklärt, was ethisch nachhaltiges Geldanlagen konkret bedeutet und es sind Vorschläge enthalten für ökologische und soziale Kriterien, an denen sich AnlegerInnen orientieren können. Auch sind dort Ideen und Tipps für Kirchengemeinden zum Thema zu finden



Anlage 2: Publikationen von „Zukunft einkaufen“

Nachfrage nach Publikationen

Bis Mitte Juli 2010 hatte das Projektbüro den InteressentInnen über 10.000 Arbeitshilfen zugesandt. Das Diagramm zeigt die Anzahl der Anfragen und Materialbestellungen und die Verteilung auf kirchliche und außerkirchliche Bereiche:



Über 70% der Anfragen kamen aus dem kirchlichen Bereich, also der Kern-Zielgruppe des Projekts. Besonders hervorzuheben ist allerdings, dass 28% der InteressentInnen dem nicht-kirchlichen Bereich zuzuordnen sind. Damit wird deutlich, dass mit diesem Projekt die Kompetenzen der Kirchen zum Thema „Nachhaltiges Wirtschaften“ ernst genommen werden und es belegt ihre gesellschaftliche Multiplikatorenrolle.

Auch ohne gezielte Bewerbung und Ansprache von Einrichtungen der Diakonie und Caritas konnte in den letzten Monaten schon ein lebhaftes Interesse von dieser Seite kirchlicher Arbeit registriert werden. Dieser Aspekt ist relevant für ein Nachfolgeprojekt, das sich auf diese Zielgruppe fokussieren wird. Die relativ starke Nachfrage von Gruppen und Initiativen aus den Themenbereichen „Eine-Welt“, „Fairer Handel“ sowie „Umwelt und Entwicklung“ verifiziert die These, dass globale Problemstellungen nur interdisziplinär zu lösen sind.

Presseresonanz

Folgende Ereignisse sind besonders erwähnenswert, da sie eine verstärkte Medienpräsenz zur Folge hatten:

- der Katholikentag in Osnabrück (Mai 2008)
- die UNESCO Preisverleihung (März 2009),
- der Evangelische Kirchentag in Bremen (Mai 2009),
- das Erscheinen der Publikationen zum Managementsystem und den Aktionswochen (Mai 2009)
- die Verleihung des Fairtrade Award (September 2009)
- der Klimagipfel in Kopenhagen (Dezember 2009)
- die Auszeichnung des Projektes vom Land NRW „NRW denkt nachhaltig“
- der Ökumenische Kirchentag in München (Mai 2010)



Das Thema ökofaire Beschaffung spielte nicht nur in der kirchlichen „Beschaffer-Szene“ eine Rolle, sondern auch in Umwelt-, Entwicklungspolitischen- und Wirtschaftskreisen.

Die Berichterstattung fand teilweise auf lokaler und kommunaler Ebene, überwiegend aber auf bundesweiter vereinzelt sogar internationaler (Österreich, Schweiz) Ebene statt. So sind die Artikel über „Zukunft einkaufen“ u. a. zu lesen in:

- zahlreichen kirchlichen Printmedien
z. B. Evangelischer Pressedienst, lokale Kirchenmagazine, kirchliches Umweltmanagement, etc.
- Broschüren und Druckwerken,
z. B. „Nachhaltig Predigen“, BEK-Forum Bremen, Utopia
- Newslettern der Umwelt- und Entwicklungsorganisationen,
z.B. Venro, B.A.U.M, UBA, Berliner Umweltforum, epo.de (Entwicklungspolitik online)
- In den Medienverteilern der Kooperationspartner Beschaffungsfachblättern
z.B. Beschaffungswelt.de, Office&Paper
- Wirtschafts- und Finanzportalen,
z.B. Wallstreet-online, Finanznachrichten, Forum-Führung
- Lokalzeitungen

Anlage 3: Pressespiegel

Internetauftritt – www.zukunft-einkaufen.de

Die medienwirksamen Höhepunkte lassen sich auch bei den Zugriffszahlen auf die Internetseiten von „Zukunft einkaufen“ wiederfinden, die rund um die Veranstaltungen, wie Kirchentage, um 50% in die Höhe kletterten. Seit Bestehen der Internetseiten wurden sie ungefähr 26.000 Mal besucht.

Der Internetauftritt von „Zukunft einkaufen“ dient nach wie vor als Informationsplattform für all diejenigen, die sich mit diesem Thema auseinandersetzen und beabsichtigen, in ihrem jeweiligen Bereich ebenfalls auf Nachhaltigkeit beim Einkauf umzustellen. Das virtuelle Informationszentrum erfüllt damit in erster Linie den Zweck, den interessierten NutzerInnen dieser Plattform die Begriffe der Nachhaltigkeit, der nachhaltigen und ökofairen Beschaffung in seinen verschiedenen Facetten zu erläutern und Handlungsmöglichkeiten im eigenen Umfeld aufzuzeigen.

Der Internetauftritt ist ganz bewusst sehr eng mit dem Auftritt der Wirtschaftsgesellschaft der Kirchen in Deutschland (WGKD) verbunden, die als Kooperationspartner des Projekts auftritt. Möchte der/die InteressentIn nach dem Lesen der zahlreichen Informationen rund um die Ziele und Kriterien von nachhaltigem Beschaffen wissen, welche Produkte er zu welchen Konditionen erwerben kann, so hat er die Möglichkeit, sich mit einem Passwort in den sogenannten geschützten Bereich von „Zukunft einkaufen“ einzuloggen und erhält dann genauere Informationen über Rahmenverträge zu einzelnen Produkten und Preise. Der Internetauftritt wird regelmäßig aktualisiert und bei Bedarf an die Bedürfnisse der Nutzer angepasst.



9. Veranstaltungen von und mit „Zukunft einkaufen“

32. Evangelischer Kirchentag 2009 in Bremen

Drei Tage präsentierte sich das bundesweite, ökumenische Projekt „Zukunft einkaufen“ im Rahmen des 32. evangelischen Kirchentages in der Themenhalle „Zentrum Zukunft“ in Bremen. Mehr als 10.000 TeilnehmerInnen pro Tag besuchten eine Fülle von Veranstaltungen, die sich mit der Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft auseinandersetzten. „Zukunft einkaufen“ war darüber hinaus in mehreren thematischen Veranstaltungen vertreten.

Fachtagung „Erfahrungen teilen – Perspektiven planen – Zukunft einkaufen“ 2009, Münster

Im Dezember 2009 führte „Zukunft einkaufen“ die Veranstaltung „Erfahrungen teilen – Perspektiven planen – Zukunft einkaufen“ im Zentrum für Umweltkommunikation in Osnabrück durch. An der Fachtagung nahmen rund 40 Akteure teil und tauschten sich über ihre praktischen Erfahrungen, Handlungsmöglichkeiten und Umsetzungsstrategien aus. Wie gelingen Verankerungen in Strukturen, wie können Menschen zur Verhaltensänderung motiviert, wie mögliche Mehrkosten bei der Umstellung auf ökofaire Produkte finanziert oder durch andere Einsparungen relativiert werden?



Die TeilnehmerInnen der Fachtagung berichteten, dass „Zukunft einkaufen“ den Blick geschärft habe, das eigene Verhalten zu überprüfen und Menschen bei ihren eigenen Ansprüchen packen. Die Fachtagung bot zum ersten Mal die Möglichkeit des direkten Austausches aller wichtigen Akteure im Projekt.

Auf der Fachtagung gründete das Projektteam gemeinsam mit den Teilnehmenden ein Netzwerk der „Beschaffungsmentoren“, welches eine Plattform für die MultiplikatorInnen für nachhaltige Beschaffung darstellt. Diese MentorInnen geben ihr Know-how an Akteure aus noch nicht beteiligten Regionen / Einrichtungen weiter und beraten diese bei der Umstellung der Beschaffung. „Zukunft einkaufen“ bietet den Mitgliedern dieses Netzwerks Unterstützung durch Informationen über Handlungsmöglichkeiten und Qualifizierungsangebote.

„Auszeichnung als offizielles Projekt der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“, Bonn

Die Vereinten Nationen (United Nations, UN) würdigten mit der Urkunde die Aktion der beiden großen Kirchen in Deutschland, die ihr Einkaufsverhalten zunehmend stärker an Umweltschutz und sozialen Kriterien ausrichten wollen. Die Auszeichnung wurde im Anschluss an die UN-Dekade- Weltkonferenz am 2. April 2009 in Bonn vom Vorsitzenden des deutschen Nationalkomitees der UN-Dekade, Professor Dr. Gerhard de Haan, überreicht.

Fair Trade Award, Berlin

„Zukunft einkaufen“ erhielt im September 2009 am Vorabend der International Fairtrade Conference in Berlin den „Fairtrade Award“ des gemeinnützigen Vereins TransFair. Diese Auszeichnung in der Kategorie „Organisationen und Projekte aus der Zivilgesellschaft“, wurde dem Projekt überreicht, da es sich in herausragender Weise für das System und die zertifizierten Produkte fairen Handels (engl.: Fair trade) engagiert hat. Der Preis wurde in Deutschland erstmalig vergeben.

Auszeichnung mit Landespreis „NRW denkt nachhaltig“ 2009 in Düsseldorf

Im Dezember 2009 zeichnete das Land NRW das Projekt der Kirchen in Düsseldorf mit dem Landespreis „NRW denkt nachhaltig“ aus. Der Staatssekretär für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen, Michael Mertes, übergab die Urkunde und den Preis.

Internationaler ökumenischer Bodenseekirchentag 2010 in Radolfzell

Auf dem internationalen ökumenischen Bodenseekirchentag in Radolfzell war „Zukunft einkaufen“ mit einem eigenen Stand auf dem Markt der Möglichkeiten vertreten. Darüber hinaus führte Hans-Jürgen Hörner von „Zukunft einkaufen“ in der Veranstaltungsreihe „Frieden und Gerechtigkeit“ den gut besuchten Workshop „Wer einkauft entscheidet – nachhaltige Beschaffung der Kirchen“ durch.

Ökumenischer Kirchentag 2010 in München

Im Rahmen des Ökumenischen Kirchentages 2010 war das Projekt „Zukunft einkaufen“ am Stand der Deutschen Bundesstiftung Umwelt ein gefragtes Projekt. Zwischen 3.000 und 4.000 Besucher waren nach Auskunft der Deutschen Bundesstiftung Umwelt / DBU) am Stand und informierten sich über neue Formen des Beschaffungsmanagements in kirchlichen Einrichtungen. Gäste am Stand waren neben dem Bundesumweltminister Dr. Norbert Röttgen, die Präses der Evangelischen Synode in Deutschland, Katrin Göring-Eckardt, der Bischof von Fulda, Heinz Josef Algermissen, Weihbischof Prof. Dr. Karlheinz Diez, der Präses der EKvW Alfred Buß und viele Leiter und Mitarbeiter der 200 Einrichtungen, die dieses neue Beschaffungssystem in Deutschland umsetzen.

Der Stand befand sich in der Messehalle 3, dem „Zentrum Umwelt und Ressourcen“ auf deren Bühne eine breite Palette von Themen aufgegriffen wurde, bei denen es um die nachhaltige Nutzung von Ressourcen und den Schutz der Umwelt geht. Projektleiter von „Zukunft einkaufen“, Klaus Breyer, der bei der Entwicklung des Bühnenprogramms mitgewirkt hat, stellte das Projekt im Rahmen eines großen Forums in der Halle 3 vor. Thomas Kamp-Deister diskutierte am Vortag in der „Halle der Bistümer“ die Umsetzungsmöglichkeiten des Projektes.

Ein Höhepunkt war die Annahme der Resolution "Energie für Deutschland". Bei dieser Resolution konnte durch das Sammeln von mehr als 100 Unterschriften engagierter Standbesucher dazu beigetragen werden, dass sie als offizielle Resolution des 2. Ökumenischen Kirchentages an die Bundesregierung übergeben wurden. Ausgehändigt wurde das Papier von Klaus Breyer an Dr. Norbert Röttgen, Bundesumweltminister bei der Podiumsdiskussion "Auch der Mensch verliert – soziale Folgen des Klimawandels".



Fazit

Der „schlafende Riese“ ist wachgerüttelt worden

In den letzten beiden Jahren ist es gelungen, mit „Zukunft einkaufen“ ein Projekt zu realisieren, das in weiten Teilen der evangelischen und katholischen Kirche die Beschaffung nach ökologischen und fairen Kriterien auf die Tagesordnung gebracht hat. Rund 150 Kirchengemeinden und kirchlichen Bildungs- und Verwaltungseinrichtungen in vielen Regionen Deutschlands haben sich auf den Weg gemacht, ihren Einkauf von Waren und Dienstleistungen systematisch nach ökofairen Standards auszurichten. Die glaubwürdigen Beispiele haben ihre Wirkung nicht verfehlt und in Verbindung mit den zahlreichen Veranstaltungen zum Thema haben viele Menschen innerhalb und außerhalb unserer Kirchen durch „Zukunft einkaufen“ Impulse auch für ihren privaten Konsum erhalten.

Über die Testregionen und -einrichtungen hinaus wurde die Projektidee von Verantwortlichen innerhalb und außerhalb der Kirchen aufgegriffen und mit Veranstaltungen und Aktionen umgesetzt. „Zukunft einkaufen“ hat viele Menschen in ganz Deutschland zu einer Auseinandersetzung mit dem Thema „ökofairer Konsum“ angeregt und dieser Prozess ist auch mit dem offiziellen Ende des Förderzeitraums nicht abgeschlossen. Ca. 500 weitere kirchliche Einrichtungen haben Kontakt zum Projekt aufgenommen und ihre Mitarbeit signalisiert.

Die Einführung von angepassten Beschaffungsmanagementsystemen in kleineren kirchlichen Einrichtungen wie auch größeren Verwaltungen (z. B. dem Evangelischen Entwicklungsdienst) hat sich bewährt. In zahlreichen Einrichtungen wurden Beschaffungsstandards bzw. -ordnungen eingeführt. Ebenso tragfähig erwies sich die Kommunikationsstrategie, Kirchengemeinden zu "Schaustellen nachhaltigen Lebensstils und Konsums" werden zu lassen.

Die im Mai 2010 gestartete deutschlandweite Kampagne ‚Heute für die Zukunft einkaufen -ökofair geht jeden an!‘ hatte eine große Zahl von Rückmeldungen und Materialbestellungen zur Folge. Das Thema fasst zunehmend in der Jugendarbeit, Tagungsstätten und in der allgemeinen Bildungsarbeit von Kirchengemeinden und Kirchenkreisen (auch in Ostdeutschland) Fuß. Insgesamt gibt es eine erfreulich breite Nachfrage von Kirchengemeinden, Kirchenkreisen über Klöster, Eine-Welt-Initiativen, Frauenarbeit, Jugendverbänden, Ökumenezentren usw. Die ‚Dachmarke Zukunft einkaufen‘ ist somit eingeführt und inzwischen so attraktiv, dass bereits weitere gesellschaftliche Akteure daran interessiert sind, sie zu nutzen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es in den letzten beiden Jahren gelungen ist, mit „Zukunft einkaufen“ ein Projekt zu realisieren, das in weiten Teilen der evangelischen und katholischen Kirche die Beschaffung nach ökologischen und fairen Kriterien wirksam auf die Tagesordnung gesetzt und damit einen auf Dauer angelegten Prozess angestoßen hat.

Anlagen (s. Band 2)

Anlage 1: Fragebogenaktion bei Testregionen und -einrichtungen

Anlage 2: Publikationsliste

Anlage 3: Pressespiegel

Anlage 4: Zwischenbericht Januar – August 2008

Anlage 5: Zwischenbericht September 2008 – September 2009



Für die Projektleitung/ Steuerungsgruppe
Pfarrer Klaus Breyer, Leiter des Instituts für Kirche und Gesellschaft
Thomas Kamp-Deister, Umweltreferent Diözese Münster