



## Die Stadtführung mit dem anderen Blickwinkel:

Statt bekannte Sehenswürdigkeiten abzulaufen, richten wir unser Augenmerk auf Dinge, die uns sonst verborgen bleiben: Die zumeist unbekannt und unerwünschten Nebenwirkungen, die unser Konsumverhalten in anderen teilen dieser Welt hat. Sie erfahren, auf welche Weise große Markenkonzerne für die ökologischen und sozialen Missstände in anderen Ländern verantwortlich sind und wie wir selbst durch unser Konsumverhalten positiv Einfluss nehmen können.

\*\* Wir wollen die Welt verändern! Es geht nicht um Kritik, sondern wir zeigen vor allem positive Ansätze und erweitern das Bewusstsein für weltweite Zusammenhänge.

\*\* Wir wollen informieren was die Marken verschweigen oder in der Werbung verbergen, aber auch darüber, was an positiven Ansätzen existiert.

\*\* Wir wollen Bewusstsein schaffen für Gerechtigkeit, unsere Verantwortung und die Nachteile einer ungerechten Globalisierung!



- **Sie wollen selbst an einer Stadtführung teilnehmen?**

→ melden sie sich beim NABU Rengsdorf! Wir informieren Sie über den nächsten Termin!

- **Sie wollen mit einer Schulklasse / einer Jugendgruppe (Pfadfinder, christliche Jugendgruppen, Naturschutzjugend usw.) eine globalisierungskritische Stadtführung machen?**

→ Uns kann man buchen!

Wir kommen in Ihre Stadt (in jeder größeren Stadt ist eine Führung möglich).

Altersgruppe ist egal.

Auch für Erwachsene möglich!!

Gerne kommen wir auch in Ganztagschulen und informieren vor Ort (wobei eine Stadtführung eindrucksvoller ist)

Bitte melden Sie sich bei Katharina Philipp

E-Mail: ([katharina.philipp@online.de](mailto:katharina.philipp@online.de))

Telefon: 02639/1584

Mobil: 0173/1919994

## **Sie wollen sich weiter über dieses Thema informieren?**

→ wir haben ein paar Links mit Artikeln zusammengestellt:

Die virtuelle globalisierungskritische Stadtführung: [www.konsumensch.de](http://www.konsumensch.de)

Infos zu KonsumGlobal: [www.konsum-global.de](http://www.konsum-global.de)

## **Organisationen**

Kampagne für saubere Kleidung: [www.saubere-kleidung.de](http://www.saubere-kleidung.de)

Infos über Nahrung, Bio, Gentechnik im Essen: [www.foodwatch.de](http://www.foodwatch.de)

Sehr gute Zusammenfassung der Kaffeekrise:

[www.oxfam.de/download/Kaffeestudie.pdf](http://www.oxfam.de/download/Kaffeestudie.pdf)

Netzwerk für Unternehmensverantwortung / Corporate Accountability [www.cora-netz.de](http://www.cora-netz.de)

## Allgemeine Infos:

Wer billig kauft, kauft sehr teuer!!

[http://www.initiative.cc/Artikel/2004\\_10\\_11%20wer%20billig%20kauft.htm](http://www.initiative.cc/Artikel/2004_10_11%20wer%20billig%20kauft.htm)

Stichpunkt Marke / Konzerne: <http://www.markenfirmer.com/>

Umweltverbrechen multinationaler Konzerne:

[http://www.greenpeace.de/fileadmin/gpd/user\\_upload/themen/wirtschaft\\_und\\_umwelt/umweltverbrechen\\_multinationaler\\_konzerne.pdf](http://www.greenpeace.de/fileadmin/gpd/user_upload/themen/wirtschaft_und_umwelt/umweltverbrechen_multinationaler_konzerne.pdf)

Station McDonalds / Fastfood: <http://www.mcspotlight.org/> (english)

[www.foodwatch.de](http://www.foodwatch.de)

Station Kaffee, Kaffeekrise: <http://www.oxfam.de/download/Kaffeestudie.pdf>

Station Kleidung: <http://www.cleanclothes.org/companies.htm> (english)

[www.saubere-kleidung.de](http://www.saubere-kleidung.de)

Lebensbedingungen von Arbeiterinnen:

<http://www.oxfam.de/download/Arbeiterinnen.pdf>

Kleidung bei Tchibo: [http://www.saubere-kleidung.de/download/tchibo-broschuere\\_2006.pdf](http://www.saubere-kleidung.de/download/tchibo-broschuere_2006.pdf)

Textilschnäppchen bei Aldi: [http://www.saubere-kleidung.de/download/tchibo-broschuere\\_2006.pdf](http://www.saubere-kleidung.de/download/tchibo-broschuere_2006.pdf)

Station Sportbekleidung:

[http://www.oxfam.de/download/Fairplay\\_Zusammenfassung\\_ne.pdf](http://www.oxfam.de/download/Fairplay_Zusammenfassung_ne.pdf)

Stichpunkt Gentechnik:

[http://www.initiative.cc/Artikel/2005\\_07\\_30%20Gentechnik.htm](http://www.initiative.cc/Artikel/2005_07_30%20Gentechnik.htm)

[http://www.initiative.cc/Artikel/2006\\_07\\_06%20Weisheit%20der%20Tiere.htm](http://www.initiative.cc/Artikel/2006_07_06%20Weisheit%20der%20Tiere.htm)

Die Macht der Konsumenten:

[http://www.initiative.cc/Artikel/2003\\_11\\_16%20Macht%20der%20Konsumenten.htm](http://www.initiative.cc/Artikel/2003_11_16%20Macht%20der%20Konsumenten.htm)

→ Alternativen:

[www.gepa3.org](http://www.gepa3.org) [www.el-puente.de](http://www.el-puente.de) (Fairhandelsorganisationen)

Kleidung:

[www.fairliebt.com](http://www.fairliebt.com), [www.fairwear.de](http://www.fairwear.de), [www.lamulamu.de](http://www.lamulamu.de), [www.kuyichi.com](http://www.kuyichi.com) aber auch:  
[www.waschbaer.com](http://www.waschbaer.com), [www.panda.de](http://www.panda.de), [www.dwshop.de](http://www.dwshop.de)

Sportsachen: [www.nosweatapparel.de](http://www.nosweatapparel.de) [www.blackspotshoes.org](http://www.blackspotshoes.org)

[www.fairdealtrading.com](http://www.fairdealtrading.com)