

# Aktionskatalog umWeltpreis 2012:

Aktionsvorschlag	Kurzbeschreibung
<b>1. Säule: Bio-Regionale Lebensmittel und Produktion</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauernhöfe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bauernhöfe, die bio-regionale Landwirtschaft betreiben und ihre Arbeitsweise in einen gesellschaftlichen Kontext stellen, z.B. mit Schulklassen, die Bio-Rüben ernten.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bio-KämpferInnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- LandwirtInnen, Verbände, Vereine oder Produktionsstätten, die auf bio-regionale, natürliche Landwirtschaft und Herstellung setzen und sich durch politische Lobbyarbeit dafür stark machen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bio-VertreiberInnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AnbieterInnen von Gemüseboxen oder OrganisatorInnen von Bauern-Märkten, die durch ihre Arbeit die Menschen mit bio-regionalen Köstlichkeiten versorgen.</li> </ul>
<b>2. Säule : Fair Trade Produkte</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eine-Welt-Läden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschäfte und Vertriebe, die auf fair gehandelte Produkte setzen und ihre KundInnen über die Vorteile von Fair-Trade informieren.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fair-Trade Partnerschaften</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gruppen, Geschäfte, Vereine, die Partnerschaften zu Produktionsstätten führen und die Produkte im Sinne des fairen Handels nach Deutschland bringen, um sie hier zu verkaufen, zu konsumieren oder Werbung für sie zu machen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fair-Trade Überzeugte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Betriebe, Vereine etc., die von Fair-Trade überzeugt sind und diese Philosophie in einer kreativen Art leben.</li> </ul>
<b>3. Säule: Kritischer Konsum</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bildungsveranstaltungen zum Thema kritischer Konsum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menschen, die andere Menschen dazu bringen, über Konsum, Nahrungsherstellung und die damit verbundenen Thematiken wie Finanzwelt, Klimawandel und Armut nachzudenken und die Verflechtungen dieser Themen verdeutlichen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufklärungskampagne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kampagnen, die alle drei oder eine der drei Säulen thematisieren und die Öffentlichkeit zum Reflektieren und Nachdenken anregen.</li> <li>- Kampagnen, die sich für mehr Verantwortung für die Schöpfung und für faire und umweltfreundliche Herstellung einsetzen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was steckt hinter den Produkten?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Initiativen, die über die verschiedenen Bio- und Fair-Trade-Labels in Kenntnis setzen und aufzeigen, welche Produkte wirklich fair, na(h)türlich und bio sind.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kritisch genießen: Es geht auch ohne die Mango im Winter!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kochkurse, die praktisch zeigen wie man zum Beispiel aus regionaler und saisonaler Ernte leckere Gerichte zubereitet.</li> <li>- Kantinen oder WiederverkäuferInnen, die nicht nur na(h)türlich, bio und fair zubereiten, sondern sich auch öffentlich dazu bekennen.</li> <li>- Schulkioske, die durch ihren Verkauf von na(h)türlich, bio und fair hergestellten Produkten sowie Speisen den Nachwuchs über das Thema nachhaltige Ernährung aufklären.</li> </ul>