

IDEEN INITIATIVE ZUKUNFT

Jeder kann auch mit kleinen Ideen Großes bewirken. Machen Sie mit beim Wettbewerb für die Welt von morgen und **gewinnen Sie mit Ihrem Projekt 1.000 Euro!**

IDEEN

Gestalten Sie die Welt von morgen

INITIATIVE

Präsentieren Sie Ihr Projekt in einem dm-Markt

ZUKUNFT

Gewinnen Sie 1.000 Euro für Ihr Projekt



www.ideen-initiative-zukunft.de

EDITORIAL



LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

jeder von uns nimmt mit seinem täglichen Handeln Einfluss auf die Zukunft. Die Art, wie wir heute mit unseren Mitmenschen und der Natur umgehen, wird die Lebensbedingungen nachfolgender Generationen beeinflussen. Darin liegt eine große Verantwortung, aber auch die Chance, die Welt so zu gestalten, wie wir sie uns für unsere Kinder und Enkel wünschen.

Viele Menschen haben dies bereits erkannt und engagieren sich mit großem Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung unserer Gesellschaft. Gemeinsam mit der Deutschen UNESCO-Kommission möchten wir von dm mit dem Wettbewerb „Ideen Initiative Zukunft“ dazu beitragen, dass diese Menschen ihre Ideen und Projekte für die Welt von morgen umsetzen können und dass ihr Engagement Vorbild für andere wird.

Mehr über Nachhaltigkeit, den Wettbewerb und das gemeinsame Engagement von dm und der Deutschen UNESCO-Kommission erfahren Sie in dieser Broschüre.

Ihr

Erich Harsch

Vorsitzender der dm-Geschäftsführung

INHALT

05 Zusammen für die Zukunft

Eine Initiative für mehr Nachhaltigkeit



06 Morgen beginnt heute

Was ist Nachhaltigkeit?

08 Ideen Initiative Zukunft

Informationen zum Wettbewerb

15 Eine Welt – ein Ziel

Ein starker Partner: die Deutsche UNESCO-Kommission



16 Beispielhaft

Projekte, die die Welt verändern

21 Nachhaltigkeit bei dm

Eine Frage der Haltung



www.ideen-initiative-zukunft.de



ZUSAMMEN FÜR DIE ZUKUNFT

EINE INITIATIVE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

Jeder kann auch mit kleinen Ideen Großes bewirken. Damit möglichst viele davon umgesetzt werden können, rufen dm-drogerie markt und die Deutsche UNESCO-Kommission zum Wettbewerb „Ideen Initiative Zukunft“ auf.

„Mit unserem Wettbewerb wollen wir Menschen dabei helfen, heute schon etwas für morgen zu tun. Wir möchten einen Anstoß zum Nachdenken geben und gute Ideen und Projekte unterstützen“, erklärt Erich Harsch, Vorsitzender der dm-Geschäftsführung. Unter dem Motto „Ideen Initiative Zukunft“ fördern dm und die Deutsche UNESCO-Kommission deshalb zukunftsweisende Ideen und Projekte. dm stellt hierfür mehr als 1,5 Millionen Euro zur Verfügung.

IDEEN, DIE BEWEGEN

Bereits im Jahr 2009 haben dm und die Deutsche UNESCO-Kommission 1.082 Ideen und Projekte für die Welt von morgen mit je 1.000 Euro gefördert. Unter dem Aufruf „Sei ein Futurist!“ sind insgesamt 2.500 Projektideen eingereicht worden, jede einzelne ein Stück Zukunft. „Das ist ein toller Erfolg, an den wir in diesem Jahr anknüpfen wollen“, sagt Erich Harsch. „Denn wir brauchen gute Ideen und engagierte Menschen, wenn wir kommenden Generationen eine lebenswerte Welt hinterlassen wollen.“



Die Schüler des Esslinger Schelztor-Gymnasiums gewannen 2009 beim Wettbewerb „Sei ein Futurist!“ 1.000 Euro für ihre Umwelt-AG.

MORGEN BEGINNT HEUTE

WAS IST NACHHALTIGKEIT?

Ob unsere Enkel in Frieden leben und eine funktionierende Wirtschaft und intakte Natur genießen können, hängt von uns ab. Mit unserem Handeln heute stellen wir die Weichen für die Zukunft.

Ursprünglich stammt das Prinzip der Nachhaltigkeit aus der Forstwirtschaft. Nachhaltig zu handeln, bedeutete hier schon im 16. Jahrhundert, nur so viele Bäume zu schlagen, wie nachwachsen können. Heute findet der Begriff Nachhaltigkeit sehr oft Anwendung, wenn wir über die Folgen unseres Handelns für die Zukunft sprechen.

LEBENSQUALITÄT SICHERN

Nachhaltigkeit bezeichnet eine generationenübergreifende Gerechtigkeit. Die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung hat es 1987 folgendermaßen auf den Punkt gebracht: „Eine nachhaltige Entwicklung muss den Bedürfnissen der heutigen Generationen entsprechen und deren Lebensqualität sichern, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden. Auch diese sollen ihre Bedürfnisse befriedigen und ihren Lebensstil selbst wählen können.“

Wissenswertes zum Thema Nachhaltigkeit unter: www.ideen-initiative-zukunft.de

GETRENNTES VERBINDEN

Damit alle Menschen heute wie morgen lebenswerte Rahmenbedingungen vorfinden, müssen im Sinne der Nachhaltigkeit die drei Bereiche Umwelt, Sozial-Kulturelles und Wirtschaft im Einklang sein. Sie werden deshalb auch die drei Säulen der Nachhaltigkeit genannt.



Ökologische Nachhaltigkeit bedeutet, der Natur die Möglichkeit zur Regeneration zu schaffen und sie so für kommende Generationen zu erhalten.

Sozial-kulturelle Nachhaltigkeit meint, soziale Konflikte friedlich zu lösen und die eigenen kulturellen Werte zu leben, ohne andere Kulturen gering zu schätzen.

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit verlangt eine maßvolle Wirtschaftsweise, die Ressourcen schont und allen Menschen dauerhaften Erwerb und Wohlstand ermöglicht.

IDEEN INITIATIVE ZUKUNFT

MEHR ALS 1,5 MILLIONEN EURO FÜR NACHHALTIGE PROJEKTE

dm und die Deutsche UNESCO-Kommission rufen dazu auf, gute Ideen und Projekte für die Welt von morgen einzureichen. Wer mitmachen möchte, erfährt hier Wissenswertes zum Wettbewerb „Ideen Initiative Zukunft“.

1 BEWERBUNG GUTER IDEEN

Jeder, der eine zukunftsfähige Idee hat oder sich in einem bereits laufenden Projekt engagiert, kann online unter www.ideen-initiative-zukunft.de den Bewerbungsbogen ausfüllen. Bewerbungsschluss ist der 15. Oktober 2010.

2 AUSWAHL DER JURY

Eine Jury aus Experten von dm und der Deutschen UNESCO-Kommission wählt aus allen Bewerbungen Ideen und Projekte aus und lädt sie zur lokalen Kunden-Abstimmung in einen dm-Markt ein.



Heute schon an morgen denken
und gemeinsam handeln.

3 DIE NOMINIERUNG

Im Dezember 2010 informieren dm und die Deutsche UNESCO-Kommission alle Projektgruppen, ob sie für die lokale Kunden-Abstimmung in einem dm-Markt in ihrer Nähe nominiert sind. Jedes der ausgewählten Projekte erhält 250 Euro.

4 LOKALE KUNDEN-ABSTIMMUNG

Zwischen dem 13. und dem 26. Januar 2011 stellen sich in jedem dm-Markt mehrere nominierte Projekte vor. Die dm-Kunden stimmen in dieser Zeit darüber ab, welches Projekt der lokale Gewinner ihres dm-Marktes werden soll. Für dieses Projekt erhöht sich die Gewinnsumme auf 1.000 Euro.



5 DER dm-NACHHALTIGKEITSPREIS

Im Frühjahr 2011 findet dann das große Finale statt: Die Jury wählt aus allen lokalen Gewinnern zehn aus, die unter www.ideen-initiative-zukunft.de zur Abstimmung vorgestellt werden. Hier kann jeder Besucher der Homepage online für seinen Favoriten stimmen. Die drei Projekte mit den meisten Stimmen sind die nationalen Gewinner. Sie erhalten den dm-Nachhaltigkeitspreis und sind eingeladen zu einer Reise für jeweils fünf Personen nach Paris zum Sitz der UNESCO.

IDEEN INITIATIVE ZUKUNFT

DIE TEILNAHMEKRITERIEN

Mit dem Wettbewerb suchen dm und die Deutsche UNESCO-Kommission Ideen, die dazu beitragen, die Lebensqualität für sich und andere zu verbessern.

Das können zum Beispiel kreative Stromsparmodelle sein, die eine Gruppe von Studenten für die Neubausiedlung in ihrer Stadt entwickeln möchte. Oder eine Gruppe Nachbarinnen, die sich für ein lebendiges Miteinander von Jung und Alt in ihrem Viertel engagiert. Es gibt viele Möglichkeiten, Zukunft zu gestalten. Die Jury bewertet die eingereichten Projekte nach folgenden Kriterien:

1. Die Projektidee ist umsetzbar. Denn nur dann ist sie auch zukunftsfähig. Natürlich kann auch ein bereits laufendes Projekt am Wettbewerb teilnehmen.
2. Die Idee oder das Projekt fördert nachhaltiges Handeln auf ökologischer, sozial-kultureller und/oder wirtschaftlicher Ebene.
3. Die Projektidee kann Vorbild für andere sein. Sie kann von anderen Menschen an verschiedenen Orten umgesetzt werden.
4. Wer seine Zukunftsidee einreicht, ist bereit, sie öffentlich in einem dm-Markt in seiner Nähe vorzustellen. Denn so kann sie auch anderen Menschen Impulse für nachhaltiges Denken und Handeln geben.





IDEEN INITIATIVE ZUKUNFT

WICHTIGE FRAGEN

WAS IST DIE AUFGABE?

Eine Idee zu entwickeln, die dazu beiträgt, das Leben der Menschen heute wie morgen lebenswert zu gestalten. Ebenso kann sich ein bereits laufendes Projekt bewerben. Willkommen sind auch Projekte, die schon im vergangenen Jahr am Wettbewerb „Sei ein Futurist!“ teilgenommen haben. Die Jury bewertet hier, wie sich das Projekt seitdem weiterentwickelt hat.

WER KANN TEILNEHMEN?

Jeder, der sich Gedanken über die Welt von morgen macht. Das können Vereine, Familien, Einzelpersonen, Schulklassen, Studentengruppen oder andere Interessengemeinschaften sein.

Mitmachen und gewinnen: einfach unter www.ideen-initiative-zukunft.de bewerben.



Weitere Informationen unter:
www.ideen-initiative-zukunft.de
und Montag bis Freitag von 9 bis 18 Uhr unter der
Service-Hotline 0721 / 6 25 14 44

WO UND WIE BEWERBEN?

Wer eine zukunftsweisende Idee hat, kann sich mit dieser online bewerben unter: **www.ideen-initiative-zukunft.de**. Bewerbungen sind möglich bis zum **15. Oktober 2010**.

WARUM LOHNT ES SICH MITZUMACHEN?

Weil es viele Möglichkeiten gibt, finanzielle Unterstützung für das eigene Projekt zu gewinnen. Die dm-Kunden wählen in jedem dm-Markt deutschlandweit ihren lokalen Gewinner. Damit erhalten über 1.200 Projekte je 1.000 Euro. Insgesamt stellt dm mehr als 1,5 Millionen Euro zur Verfügung, um zukunftsfähige Ideen und Projekte zu unterstützen.

Höhepunkt des Wettbewerbs ist der dm-Nachhaltigkeitspreis. Die drei Projekte, die hier das Rennen machen, können sich über je eine Reise für fünf Personen nach Paris zum Sitz der UNESCO freuen.

The screenshot shows a web browser window with the URL www.ideen-initiative-zukunft.de/. The page features several promotional tiles:

- Wir suchen Ideen und Projekte zur Nachhaltigkeit.** Der Wettbewerb für die Welt von morgen. [Mehr Info](#)
- Image of a young woman holding a globe.
- Image of an older woman holding a globe.
- Image of a man holding a globe.
- Image of a globe.
- Mitmachen!** Gewinnen Sie mit Ihrer Idee 1.000 Euro! [Jetzt bewerben!](#)
- Image of a woman holding a globe.
- Was ist Nachhaltigkeit?** Experten geben Antworten. [Erfahren Sie mehr](#)
- Image of a woman holding a globe.

At the bottom of the page, there is a navigation bar with links: [dm-Homepage](#), [Impressum](#), [Kontakt](#), [Fähfinder](#), [Presse](#), and [Die Seite weiterempfehlen](#) (with social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn).



ZWEI PARTNER, EINE VISION

Was verbindet das Handelsunternehmen dm-drogerie markt mit der Deutschen UNESCO-Kommission? Das Ziel, engagierte Menschen zu unterstützen, die auf lokaler Ebene einen Beitrag zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft leisten.

EINE WELT – EIN ZIEL

EIN STARKER PARTNER: DIE DEUTSCHE UNESCO-KOMMISSION

Mit Blick auf morgen zu denken und zu handeln, will gelernt sein. Um die Menschen dafür fit zu machen, haben die Vereinten Nationen (UN) das Jahrzehnt 2005–2014 zur UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ erklärt.

„Mit dieser Initiative möchten wir nachhaltige Entwicklung weltweit in den nationalen Bildungssystemen verankern“, erklärt Walter Hirche, Präsident der Deutschen UNESCO-Kommission. Seine Organisation ist verantwortlich für die Umsetzung der Dekade in Deutschland. „Bildung ist der Schlüssel zu nachhaltigem Handeln“, sagt Hirche. „Sie versetzt Menschen in die Lage, die Auswirkungen des eigenen Handelns auf kommende Generationen abzuschätzen.“

DIE AKTEURE DER DEKADE

Von zentraler Bedeutung für den Erfolg der Dekade sind die Menschen, die sich vor Ort einbringen, sich mit dem Thema

Nachhaltigkeit auseinandersetzen und ihr Wissen weitergeben. Sie gestalten Zukunft und befähigen andere, daran mitzuwirken. „Diese Menschen sind die Akteure der Dekade“, so Hirche. Um ihr Engagement zu würdigen, zeichnet die Deutsche UNESCO-Kommission jedes Jahr Projekte aus, die beispielhaft zeigen, wie man die Gesellschaft zukunftsfähiger machen kann. Mittlerweile haben 1.000 Initiativen die Auszeichnung „Offizielles Dekade-Projekt“ erhalten.



Die Auszeichnung „Offizielles Dekade-Projekt“ ehrt engagierte Projekte.

BEISPIELHAFT

PROJEKTE, DIE DIE WELT VERÄNDERN

*Kleine Ideen können Großes bewirken.
Wie das aussehen kann, zeigen zwei Projekte.*

PROJEKT 1: GEMEINSAM FIT, GEMEINSAM STARK: „INTEGRATION DURCH DIALOG UND BEWEGUNG“



Sport macht stark und kann Grenzen überwinden. In Heidelberg gibt es ein Integrationsprojekt für Frauen und Mädchen mit Migrationshintergrund, das außer Sport noch einiges mehr bietet.

Heute steht Aerobic auf dem Programm. In der Sporthalle lärmten fröhliche Stimmen durcheinander. Neben Deutsch sind Türkisch, Russisch und Albanisch zu hören. Die Aerobicgruppe gehört zum Projekt „Integration durch Dialog und Bewegung“, das der Sportkreis Heidelberg gemeinsam mit dem Caritasverband Heidelberg ins Leben gerufen hat. Insgesamt



nehmen 60 Frauen und Mädchen in verschiedenen Sportgruppen an dem Projekt teil. „Der Sport ist eine Brücke, über die Menschen aus unterschiedlichen Herkunftsländern leichter in das gesellschaftliche Leben gelangen können“, sagt Projektleiter Dr. Hamdi Galal El-Din. Dafür sorgen auch die beteiligten Netzwerkpartner wie das Internationale Frauen- und Familienzentrum, der Interkulturelle Elternverein oder der Arbeitskreis „Migration und Gesundheit“ des Gesundheitsamtes Rhein-Neckar-Kreis.

Sport baut Brücken: Beim Projekt „Integration durch Dialog und Bewegung“ treffen sich Frauen verschiedener Kulturen.

MEHR ALS SPORT

Gemeinsam gestalten die Projektpartner das Kursangebot, das neben Aerobic, Nordic Walking, Aqua-Fitness und Schwimmen auch Sprachkurse, Familienberatung oder Selbstbehauptungsseminare wie zum Beispiel Kampfsport umfasst. „Durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Netzwerkpartnern bündeln wir unser Wissen über die jeweiligen kulturellen Hintergründe und erleichtern den Frauen den Kontakt zu wichtigen sozialen Einrichtungen – eine wichtige Voraussetzung, damit Integration gelingen kann“, so Michaela Günter, Mitarbeiterin des Caritas-Migrationsdienstes.

www.sportkreis-heidelberg.de



BEISPIELHAFT

PROJEKTE, DIE DIE WELT VERÄNDERN

PROJEKT 2: AUGEN AUF BEIM EINKAUF: KONSUMGLOBAL

Wissen, wo die Ware herkommt: Die Stadtführung Konsum Global eröffnet neue Perspektiven.

Konsumenten haben Macht: Mit ihrer Kaufentscheidung können sie die Arbeits-, Lebens- oder Produktionsbedingungen in anderen Teilen der Welt beeinflussen. Menschen dafür zu sensibilisieren, ist das Ziel des Projekts KonsumGlobal, einer besonderen Stadtführung.

Der Jeansladen ums Eck – klar, an dem läuft man doch täglich vorbei. Doch wer weiß schon, welche Stationen die Jeans hinter sich hat, ehe sie passgenau an der Schaufensterpuppe sitzt? Die 15 Schüler des Gymnasiums Dresden lernen heute ihre Stadt von einer ganz anderen Seite kennen. Sie nehmen an der Stadtführung des vom BUNDjugend unterstützten Projekts KonsumGlobal teil. Anstelle von berühmten Denkmälern gehören bekannte Geschäfte zu den Stationen der Stadtführung. Vor dem Schaufenster des Jeansladens erfahren die Teilnehmer zum Beispiel, mit wie viel Pestiziden die Baumwolle behandelt wird und unter welchen Umständen die Menschen leben, die sie weiterverarbeiten. Auf einem Globus stecken die Jugendlichen die Stationen



ab, die eine Jeans vom Bauwollanbau bis in die Einkaufsstüte zurücklegt. „Beim aktiven Mitmachen wird den Schülern bewusst, dass jeder Produktionsabschnitt mittlerweile in einem anderen Land stattfindet“, erklärt Antonia Meder, Stadtführerin aus Dresden.

BEWUSSTER KONSUMIEREN

Das eigene Einkaufsverhalten zu reflektieren und dabei die globalen Zusammenhänge zu verstehen, ist das Ziel des Projekts KonsumGlobal. Ursprünglich stammt die Idee von zwei jungen Frauen, die in einem Freiwilligen Ökologischen Jahr darüber nachdachten, welche Wege es gibt, um bei Verbrauchern das Bewusstsein zu wecken: Bio oder billig? Kinderarbeit oder fairer Handel? Abfall- oder Recyclingverpackung? „Wer bewusst konsumiert, trägt einen Teil zu globalen Themen wie Umweltschutz, Ressourcenschonung und sozialer Gerechtigkeit bei“, sagt Antonia Meder. Die Idee kommt an:

Mittlerweile sind in 41 Städten in Deutschland Ehrenamtliche unterwegs, die eine Konsum- und globalisierungskritische Stadtführung anbieten. Zum Programm gehören selbstverständlich auch positive Handlungsalternativen, wie der Obst- und Gemüsehändler, vor dessen Laden Antonia Meder die Stadtführung beendet. Er achtet darauf, dass seine Ware ökologisch und fair angebaut und gehandelt wird – vielleicht ein erster Impuls, um beim nächsten Mal bewusster einzukaufen.

www.konsum-global.de



KonsumGlobal 



NACHHALTIGKEIT BEI dm

EINE FRAGE DER HALTUNG

Ein Unternehmen kann nur dann langfristig erfolgreich sein, wenn es gelingt, die wirtschaftlichen Belange mit ökologischen und sozialen in Einklang zu bringen. Nach dieser Überzeugung handelt das Unternehmen dm-drogerie markt seit seiner Gründung im Jahr 1973.

Gelebt wird dieses Verständnis von den Menschen im Unternehmen, die sich damit vertraut machen und es mit ihrem eigenen Engagement weiterentwickeln. Transparenz und ein vertrauensvolles Miteinander sind wichtige Voraussetzungen dafür, dass jeder Mitarbeiter Verantwortung für sein Handeln übernehmen kann.

DAS GANZE IM BLICK

„Nachhaltigkeit ist kein Zustand, der erreicht werden kann, sondern entspricht einer inneren Haltung, die Grundlage unseres Handelns sein muss“, sagt Erich Harsch, Vorsitzender der dm-Geschäfts-

führung. „Wenn es gelingt, bei allem, was wir tun, den Blick aufs Ganze zu behalten, handeln wir nachhaltig.“ Nachhaltiges Handeln bei dm findet seinen Ausdruck in unterschiedlichen Maßnahmen. Dazu gehören effiziente Energiekonzepte für Neubauten ebenso wie kurze Transportwege, der Einsatz von Recycling-Papier oder von Papier aus nachhaltiger Waldwirtschaft, etwa für die Papiertragetaschen, Produktverpackungen oder das Kundenmagazin alverde. Aber auch mit rund 1.000 Ausbildungsplätzen im Jahr 2010 beteiligt sich dm aktiv an einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung.



NACHHALTIGKEIT BEI dm

BEWUSST EINKAUFEN IM dm-MARKT

Wer bei seinem Einkauf auf Nachhaltigkeit achtet, findet im Sortiment von dm zahlreiche Produkte, die höchste Ansprüche erfüllen. Dazu gehören Bio-Lebensmittel ebenso wie Watte-Artikel aus Bio-Baumwolle, Hygiene-Papiere aus 100 Prozent Recycling-Material und zertifizierte Naturkosmetik.

„Als Handelsunternehmen möchten wir unseren Kunden die Möglichkeit geben, sich bewusst für nachhaltige Produkte zu entscheiden“, sagt Erich Harsch. Um beim Einkauf die Orientierung zu erleichtern, tragen immer mehr Produkte der 22 dm-eigenen Qualitätsmarken das dm-Nachhaltigkeits-Kleeblatt auf der Verpackung. Dort findet sich der Hinweis auf nachhaltige Aspekte des Produkts oder seiner Verpackung und auf das Herstellungsland. Die Mehrzahl der dm-Qualitätsmarken wird in Deutschland und Zentraleuropa hergestellt. Das reduziert

Transportwege. Bei der Herstellung der Qualitätsmarken-Produkte legt dm großen Wert auf Nachhaltigkeit. Inhaltsstoffe, Produktionsverfahren und Verpackungen erfüllen strenge Richtlinien und werden ständig optimiert.



- Karton aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern und aus kontrollierten Herkünften – mit 50 % Recycling-Anteil
- Karton recyclebar



SEKEM – EINE BESONDERE HANDELSPARTNERSCHAFT

Im Sortiment der dm-Qualitätsmarke Alana finden dm-Kunden seit 1986 Babytextilien aus Bio-Baumwolle. Ein Teil der Alana-Wäsche kommt von der ägyptischen SEKEM-Farm. Das Entwicklungshilfeprojekt SEKEM entstand in den 70er-Jahren in der kargen Wüste nördlich von Kairo. Bis heute hat es sich zu einem florierenden Wirtschaftsunternehmen entwickelt, das in neun eigenen Betrieben Bio-Produkte von Kleidung bis zu Tees und Gewürzen produziert und handelt. Das Unternehmen bietet den Beschäftigten neben einer fairen Bezahlung und einem funktionierenden Sozialsystem vor allem auch individuelle Bildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten.



**Deutscher
Nachhaltigkeitspreis**

Top 3 Deutschlands nachhaltigste
Marken 2009

AUSGEZEICHNET NACHHALTIG

Eine besondere Ehrung erhielt im November 2009 die dm-Qualitätsmarke alverde NATURKOSMETIK: Die Jury des Deutschen Nachhaltigkeitspreises zeichnete sie als eine der drei nachhaltigsten Marken Deutschlands aus.



NACHHALTIGKEIT BEI dm

AUS- UND WEITERBILDUNG MIT PERSPEKTIVE

dm möchte seinen Mitarbeitern in der Aus- und Weiterbildung nicht nur Wissen vermitteln, sondern nachhaltiges Lernen ermöglichen. Bei dm heißt das vor allem Lernen durch Erleben statt Auswendiglernen. So erworbene Kenntnisse befähigen Menschen, das Gelernte selbstständig und flexibel anzuwenden.

LERNEN IN DER ARBEIT

Ein wichtiger Bestandteil der Ausbildung bei dm ist das sogenannte „Lernen in der Arbeit“, kurz LidA. Es steht für ein aktives Mitgestalten der Arbeitswelt. Wer bei dm seine Ausbildung macht, erhält die Möglichkeit, sich Themengebiete mit der nötigen Hilfestellung selbst zu erschließen. „Nur wer das, was er tut, wirklich begreift, wer Fehler macht und daraus lernt, kann selbstbewusst und eigenverantwortlich handeln“, erklärt Erich Harsch das Grundprinzip des dm-Ausbildungskonzepts.

ABENTEUER KULTUR

Ein weiterer Baustein der Ausbildung bei dm sind Theaterworkshops mit dem Titel „Abenteuer Kultur“. Mit Unterstützung von professionellen Schauspielern, Regisseuren und Theaterpädagogen nehmen alle Lehrlinge und Studenten während ihrer Ausbildung zweimal an diesen acht-tägigen Workshops teil. Der Höhepunkt ist jeweils die Präsentation vor Freunden und Kollegen. „Abenteuer Kultur“ unter-

stützt die jungen Menschen in der Entwicklung ihrer Persönlichkeit und ermöglicht es ihnen, neue Fähigkeiten an sich und an anderen zu entdecken.

DIE WERKSTÄTTEN

Zentraler Bestandteil des Weiterbildungsangebots von dm sind Werkstätten zu verschiedenen Themen aus dem Arbeitsalltag. Die Referenten bei diesen Veranstaltungen sind Mitarbeiter aus den dm-Märkten, die sich mit den jeweiligen Inhalten eingehend beschäftigt haben und ihr Wissen praxisnah weitergeben. Die Teilnehmer erarbeiten sich das notwendige Grundlagenwissen und nutzen hierzu die Kenntnisse der Kollegen.

Die Theater-Workshops: eine besondere Erfahrung in der Ausbildung bei dm.



NACHHALTIGKEIT BEI dm

DIE INITIATIVE ZUKUNFTSMUSIKER

Wenn die Stimme klingt, die Füße springen und die Finger tanzen, dann macht das Kindern richtig Spaß. Darüber hinaus schulen Singen und Bewegung Koordination und Artikulationsvermögen. Deshalb unterstützen die Musikpädagogen des dm-Projekts „Singende Kindergärten“ Erzieherinnen und Erzieher dabei, das Singen stärker in den Alltag zu integrieren.

dm fördert 2010 deutschlandweit 500 Erzieher in 250 Einrichtungen. Musikpädagogen machen ihnen Mut, die eigene Gesangsstimme selbstbewusst einzusetzen und dadurch die Freude am Singen an die Kinder weiterzugeben. „Kinder haben eine natürliche Begeisterung für das Singen und rhythmische Bewegungen“, weiß Beatrice Werner, Initiatorin des Projekts. „Singen gibt Selbstvertrauen, stärkt die sozialen Fähigkeiten und steigert vor allem Lebensfreude.“

„Singende Kindergärten“ ist ein Projekt der Initiative ZukunftsMusiker, mit der sich dm seit Jahren der musikalischen Breitenförderung von Kindern annimmt. Dieses Engagement im sozial-kulturellen Bereich ist dm ein besonderes Anliegen, weil Kultur und kulturelle Werte unsere Gesellschaft und unseren Umgang miteinander positiv prägen. Über das Singen und Musizieren möchte dm Kindern einen besseren Zugang zur Kultur ermöglichen.



Weitere Informationen unter
www.zukunftsmusiker.de



www.ideen-initiative-zukunft.de



Herausgeber:
dm-drogerie markt
Carl-Metz-Straße 1
76185 Karlsruhe
www.dm-drogeriemarkt.de

Konzeption und Redaktion
Arthen Kommunikation GmbH, Karlsruhe
Druck: Druckhaus Kaufmann
Bilder: Arbeitsstelle der UN-Dekade/Freyer
Diepenbrock (S. 3, 15), Günter E. Bergmann
(S. 3, 5), Andreas Drollinger (S. 21, 9), Andrea
Fabry (S. 2), iStockphoto.com (Monkey
Business Images, Take A Pix Media, Andres
(S. 7), Elenethewise (S. 8), Dave Bolton (S. 10),
Randy Plett Photographs (S. 19)), Andreas
Krieg (S. 3, 23, 24), Adrian Schmidt (S. 24),
Gaa Fotodesign Heidelberg (S. 16, 17),
Bildarchiv der BUNDjugend (S. 18)



Deutsche
UNESCO-Kommission e.V.

Organisation der
Vereinten Nationen für
Bildung, Wissenschaft,
Kultur und Kommunikation

Deutsche UNESCO-Kommission
www.unesco.de



Bildung für nachhaltige Entwicklung
Weltdekade der Vereinten Nationen
2005–2014
www.bne-portal.de



• Papier aus
verantwortungsvoll
bewirtschafteten Wäldern
und aus kontrollierten
Herkünften
• Broschüre recyclebar

