

PENGEVIRKE

Tidsskrift for ny bankkultur – Utgis av Cultura Bank og Merkur

nr. 3 · 2010

Tema:

Forbruk



Bevisste forbrukere endrer verden

Av Jannike Østervold

Hvis vi ønsker et samfunn med økologisk produserte varer og rettferdig betaling til produsentene, må vi også være villige til å betale de ekstra kronene det koster. Da kan vi ikke lenger forbruke like mye – og det er kanskje ikke så galt.

Fremtidens produsenter bør tenke på hvordan en vare kan gjenvinnes og resirkuleres – dette kan du lese om i artikkelen *Fra vugge til vugge*.

Et alternativ til å kjøpe nytt kan være gjenbruk og reparasjon. Praktiske ferdigheter blir ikke verdsatt like høyt i skolen som teoretiske fag. Men kanskje er det nettopp slike ferdigheter som blir ettertraktet i fremtiden. Man behøver ikke nødvendigvis å gå like langt som journalist og forfatter John-Paul Flintoff*), som bestemte seg for å lage sine egne klær fra innerst til ytterst og endte med å hekle sine egne under-



bukser. Miljø- og Energicentret i Høje-Taastrup er et eksempel på et godt tiltak, der pensjonister hjelper til med forskjellig slags reparasjonsarbeid for en billig penge.

Aktivhus AS med miljøhuskonseptet Shelter sier på sin nettside: „Den mest miljøvennlige energien er den som ikke blir brukt.“ Dette kunne også ha vært motto for den danske vinner av vår miljø- og gjenbrukstipskonkurranse, som foreslår å ta på varme klær og senke innetemperaturen. Om alle senket innetemperaturen et par grader

ville det være et miljøtiltak som virkelig monnet. Litt på forskudd lar vi det være årets miljøjulegavetips: Gi familien ullundertøy til jul og skru ned termostaten!

** Boken Through the eye of a needle av John-Paul Flintoff er utgitt av Permanent publications, www.permaculture.co.uk*



I Merkur sker udlån på baggrund af såvel økonomiske som etiske, sociale og miljømæssige vurderinger. Ved at finansiere projekter ud fra disse kriterier ønsker Merkur at påvirke samfundsudviklingen i en bæredygtig retning. Mange af Merkurs låneprojekter har inspireret andre og givet impulser til videre udvikling. Merkur ønsker således med sit virke at række udover den umiddelbare finansiering og virkeliggørelse af konkrete initiativer. Omkring 17.000 privatkunder, virksomheder, foreninger og institutioner har på dette grundlag valgt at benytte Merkur som deres pengeinstitut. I kraft af udlånspolitikken får Merkurs indlånere yderligere mulighed for at øremærke opsparingen til særlige formål, f.eks til økologisk eller biodynamisk jordbrug, økologisk byggeri, vedvarende energi, bæredygtig produktion og handel, økosamfund og bofællesskaber, frie skoler og børnehaver, institutioner for social omsorg, kunst og kulturel virksomhed. Merkur har i øjeblikket en balance på ca. 1,6 mia. kr. Af det samlede udlån udgør de almennyttige, samfundsgavnlige projekter hovedparten. De øvrige udlån er til private – fortrinsvis til boligformål.

Merkur har afdelinger i Aalborg, Århus, Odense og København.

Merkur, Vesterbrogade 40, DK-1620 København V,
Tlf. +45 70 27 27 06,
merkur@merkur.dk, www.merkur.dk



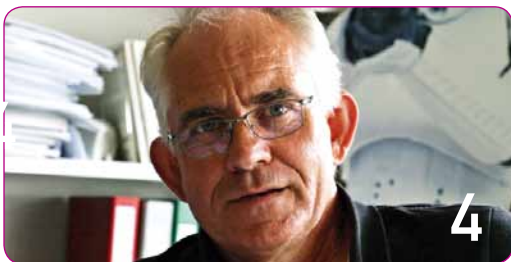
Cultura Bank driver sin virksomhet etter prinsippene for 'social banking'. Det innebærer for det første at utlånsformålene vurderes etter etiske kriterier, og for det andre transparens – det vil si at innskyterne får vite hva pengene lånes ut til. Cultura Bank arbeider for at etikk og moral skal innarbeides i det økonomiske liv gjennom et nytt syn på penger, økonomi og lønnsomhet, hvor man ikke ensidig fokuserer på egennytte.

Cultura finansierer blant annet prosjekter som kan forbedre økosystemene, skape renere luftmiljø, gi verdige sosiale forhold, dekke behov for omsorg og gi barn og ungdom bedre oppvekstvilkår. Spesielt kan også nevnes samarbeidet med det europeiske garantifondet (EIF), om en garantiordning for etablerere og småbedrifter. Cultura samarbeider med lignende bankinitiativer i andre land og med organisasjoner som WWF og Redd Barna, Norge.

Cultura har en balanse på ca. 440 mill. Nok. Det er 17 medarbeidere på kontoret i Oslo. Banken har kunder over hele landet.

Cultura Sparebank, Postboks 6800, St. Olavs plass,
N-0130 Oslo, Tlf. +47 22 99 51 99,
cultura@cultura.no, www.cultura.no

Innhold



Tema: Forbruk

4

Mellom barnaktighet og anstendighet

4

Den elleville forbruksfesten

6

Bruk bankkortet som stemmeseddel

8

Vinnerne av konkurransen om beste miljø- eller gjenbrukstips

10

Økologiske fotspor på kjøkkenet

12

Fra Vugge til Vugge – et verdisystem i utvikling

14

Det beste avfallet er slett ikke søppel

17

Smånytt

18

Kampen for et ansvarlig forbruk

20

Økonomer med fokus på miljø og samfunnsansvar:
Amitai Etzioni

22

Nytt fra Cultura

24

Miljøboliger for fremtiden

28

Idealisten forlot skolen og ble kjøpmann

30

Aktuelle bøker

32

Kommentar:
Nok klær i skapet

34





Mellom barnaktighet og anstendighet

Vi er i ferd med å utvikle oss til å bli en barnaktig nasjon med økt forbruk og iscenesettelse av oss selv som viktigste formål. Det får fellesskapet til å tynnes ut. Men opplevelsen av tomhet gjennom økt forbruk kan samtidig skape grobunnen for besindighet og en ny anstendighet. Det mener samfunnsforskeren Johannes Andersen fra Aalborg Universitet

Av Henrik Platz

◀ *Johannes Andersen er lektor ved Institutt for Økonomi, Politikk og Forvaltning på Aalborg Universitet. Han er forfatter av en lang rekke debattbøker om politikk, demokrati, hverdagskultur og samfunnsutvikling og opptrer ofte med sine bidrag på politiske og sosiologiske begivenheter.*

En av sommerens danske lykkekurer, som herjet på YouTube, er den "kjernesunne millionøse-kuren". Her kan du bli sunn, kjærlig, rik, lekker og lykkelig på få uker ved hjelp av en transformerende CD-workshop. Du blir „så strålende vakker og sunn, at du kan tiltrekke deg muligheter, forretninger og pengestrømmer i mye større grad enn du noen gang har turt å drømme om“, lover de kvinnelige millionærene i peptalken.

Kritikerne kaller dette for hjernevask, en spøk eller svindel, og den supersunne millionøse-kuren har forårsaket heftig debatt i mediene. Så heftig at de kjernesunne millionøsene til slutt fjernet peptalken på YouTube.

Livsstil og forbruk i sentrum

Denne kuren og mange andre beretninger fra ukeblader og TV fra det lykkelige liv, vitner om en kultur hvor det handler om å iscenesette seg selv og dermed score den store gevinsten. Det er nærmest ingen grenser for hvor lykkelig du har mulighet til å bli. Det er et spørsmål om du treffer de riktige valgene. At du har den rette innstillingen. For lykken er resultatet av et personlig valg, og vi er alle vår egen lykkes smed. Det er opp til deg, – hvis du tør og vil!

Samfunnsforskeren Johannes Andersen fra Aalborg Universitet ser dette som et uttrykk for at vi lever i en livsstils- og forbrukskultur, hvor de grunnleggende elementene er selvutvikling og personlig streben. Det gjelder å ta seg godt ut, vise stor grad av mobilitet, uavhengighet, omstillingsevne og fornyelse i en evig rastløs jakt. Betraktninger og resultater kommuniseres i nye sosiale medier, som Facebook. Vi skal vise at vi er langt foran og at vi har kontroll på disse tingene. Det er det simple, det lette og det hurtige som betyr noe i en verden som har blitt uoverskuelig:

„Vi har blitt en slags serielle mennesker i det moderne samfunnet vårt. Livsstilserier på TV viser avsnitt etter avsnitt. Helst så lenge som mulig. Butikker ligger i spesielle serier i gågater og kjøpesentre, hvor vi kan assosiere oss med bestemte serier av brands, som signaliserer at vi har gjort de riktige valgene. I et lite øyeblikk kan vi oppleve at vi ligger i forkant og er individuelle, når vi bestemmer oss for å kjøpe et bestemt merke“, sier Johannes Andersen.

Barn eller voksen?

Det økende fokuset på personlige valg og egne behov har store negative konsekvenser for samfunnet, mener Johannes Andersen. Vi blir ganske visst mer selvbevisste, men også mye mer selvpoptatte. Derfor sprer barnaktig-

heten seg med stigende hastighet i samfunnet. Vi ser kun oss selv og våre egne behov, og den samfunnsmessige fornuften går fløyten. Dette går ut over både mennesker og miljø.

Det motsatte perspektivet er ifølge Johannes Andersen, den voksne. Her ser vi de andres behov og har forståelse for det som er felles. Som voksne kan vi orientere oss i forhold til egne behov, fellesskapet og samfunnet som helhet. Vi kan akseptere ventelister, og vi kan sette tæring etter næring. Vi kan avstå fra egen behovsoppfyllelse, fordi det er uttrykk for en samfunnsmessig avveining og økonomisk prioritering. For vi er alle en del av og avhengige av å fungere i et fellesskap, hvis vi skal ha et godt liv.

Besinnelsen og en ny anstendighet

Økt forbruk og iscenesettelse av selvet kan likevel også gi en følelse av tomhet, og det kan skape en opplevelse av indre mangelfullhet. Dette kan bidra til å bane veien for en ny form for anstendighet, hvor det blir fundamentalt å bidra til fellesskapet og helheten. Derfor er dette voksne perspektivet i bevegelse parallelt med utbredelsen av det barnaktige:

„Det er i ferd med å skje en besinnelse blant oss. Mange kan godt se at dette bare ikke holder lengre. For selv om vi produserer varer, viten, underholdning og politikk som aldri før, blir vi ikke lykkeligere. Det serielle livet rommer dermed muligheten for en åpenbaring, hvor man ikke lenger er avhengig av hastighet, men som gir muligheten for å få øye på et større liv enn en selv. Her kan vi bli inspirert av initiativer som Aarstidene, Merkur og andre grasrotinitiativer. De kan skape institusjonelle rammer for at det kan oppstå besinnelse og alternative handlingsmuligheter i en uoverskuelig verden. Det er de historiene vi produserer akkurat nå“, avslutter Johannes Andersen.

I boken "De barnaktige – rundt i den moderne uoverskuelighet" angriper ► Johannes Andersen den moderne livsformen, som dyrker flere valg på bekostning av forpliktelser overfor fellesskapet. Utgitt på forlaget Hovedland i 2009.



Den elleville forbruksfesten

– eller kan vi velge noe bedre?

Ikke før har vi fått inn en diger flatskjerm før vi begynner å snakke om 3D-TV. Mobilen fra i fjor er for lengst byttet ut og handlevognene fylles til randen. Vi må jo følge med i tiden, og det å kjøpe noe nytt gir mange en opplevelse av lykke. En form for lykke som ofte er kortvarig, men som likevel tilstrebes i stadig større deler av befolkningen i land som Kina og India

Av Arne Øgaard

Det er selvsagt ikke alle som er med på festen. Mange må nøye seg med å se på i et gammelt tv-apparat. Mange har nok med å skrape sammen til det mest nødvendige og alt for mange har ikke en gang det. Men til tross for finanskrisens ettervirkinger er kjøpefesten fortsatt stor, og økonome forventer at selv vi her i det velfødde Norden skal fortsette å bruke enda mer. Noen roper at vårt høye forbruk er en trussel mot den økologiske balansen og klimaet. De vifter med FN-rapporter som viser at 2 % av verdens befolkning eier over halvparten av ressursene, mens den fattigste halvdel av menneskene kun eier 1 %. Men disse stemmene innvirker i liten grad på vår livsstil og politikernes handlinger.

Et forsøk på bevisstgjøring er den engelske tv-serien *Blood, sweat and takeaways*. Den viste en gruppe ungdommer som fikk oppleve virkeligheten bak den billige maten. Et av programmene handlet om tunfiskproduksjonen i Indonesia. De engelske ungdommene fikk prøve seg i hermetikkfabrikken og på en av fiskebåtene. De fikk oppleve en tøff arbeidsdag de ikke hadde forutsetninger for å klare, og de fikk utbetalt en lønn de opplevde som så godt som ingenting. De forstod at en den billige tunfisken i supermarkedet hadde en alt for lav pris. Men hva kunne de gjøre med det? Å slutte med å kjøpe fisken ville bare føre til at de fattige arbeiderne fikk det enda verre. Det eneste fornuftige måtte være å kreve at arbeiderne fikk høyere lønn og mer anstendige arbeidsforhold, men hvordan skulle det være mulig? En løsning kunne være at forbrukerne i de rike landene dannet organisasjoner som gjorde forpliktende avtaler med fabrikkieiere og handelsnæringen om hva som ville være en riktig pris og hva de ulike leddene skulle kunne tjene på produktene. Da ville det være mulig å betale en pris som sørget for at befolkningen ikke ble holdt nede på nesten slavelignende arbeidsvilkår. Et slikt aktivt forbrukerengasjement ville kunne skape drastiske endringer i den skjeve verdensøkonomien.

Hvorfor ikke?

Som forbrukere har vi store muligheter til å bidra til samfunnsendringer, men vi benytter disse i liten grad. Dels skyldes dette at vi lytter til ideologer som forteller oss at økt forbruk blant de rike er en forutsetning for videre samfunnsutvikling. En slik ideolog er svenske Johan Norberg. Den konservative tenketanken Civita har nylig sendt hans bok *Da mennesket skapte verden* til alle videregående skoler i Norge. Med lettvinde utsagn avvises her alle utsagn om at miljø og klima kan være truet og at det kan bli mangel på viktige ressurser. For Norberg er økt forbruk derimot løsningen på alle problemer. Han har blitt en populær ideolog i næringslivet og for alle som tror at vi kan forbruke oss ut av de store utfordringene verden nå står ovenfor. Å tenke noe annet er jo også svært utfordrende for et næringsliv som har basert hele sin virksomhet på en kontinuerlig forbruksvekst. Men for det økende antallet mennesker som ikke klarer å tilbaketale sin forbrukslån vil det sikkert være nyttig å tenke andre tanker.

Den frie forbruker?

Et aktivt forbrukerengasjement krever at vi våger å stille spørsmålet om hva som er en fruktbar handel og ikke bare om hva som er billigst mulig. I kampen for å overleve har det i mange tilfeller vært nødvendig å se etter det billigste. I vår underbevissthet virker krefter som trekker oss til salg, rabatter og lavprisbutikker. Det sies at vi lever i et kunnskapsfunn, men kunnskapen om forbruksvarens opprinnelse er som oftest svært lav. I den grad vi vet mer om hvilken pris andre må betale for at vi skal få noe billig, kan vi tenke annerledes. Mange har nok penger til å betale det en vare bør koste.

I vår underbevissthet virker også krefter som påvirker oss til å kjøpe det nyeste og mest moderne, og i den sammenhengen er det ikke grenser for hva folk er villige til å betale. For mange mennesker er et høyt forbruk et



Engelske ungdommer klare til å renske tunfisk. Foto: BBC

uttrykk for status og frihet. Men frie blir vi først når vi tar bevisste valg og ikke lar oss styre av ubevisste drifter til å kjøpe billig eller nytt.

Global bevissthet

I tillegg til spørsmål om pris og kvalitet kan vi forbrukere også engasjere oss i spørsmålet om hvordan vi skal bidra i forhold til styringen av den globale pengestrømmen. I USA er det nå mange initiativer for å handle produkter som er produsert lokalt på en bærekraftig måte.

I en sunn global økonomi må det være en riktig balanse mellom lokalt og globalt. Noe styres i dag av politikerne gjennom deres tollpolitikk, men de mislykkede WTO-forhandlingene viser at politikerne har problemer med å finne fram til gode kjøreregler for global handel. Et aktivt forbrukerengasjement kan bidra til å bedre situasjonen. Dagens fairtrade ordninger kan betraktes som de første skrittene i riktig retning.

Positivt forbruk

Vi går ikke lenger selv ut og henter alt vi trenger fra naturen. Vi har foretatt en arbeidsdeling og en industrialisering som har frembragt et stort antall produkter. Forbruk er ikke negativt. Vi kan berike våre liv med vakre og solide klær, god og næringsrik mat, effektive redskaper, kunnskap og kulturopplevelser, sikre fremkomstmidler og mye annet. Men det er på tide at vi begynner å stille spørsmål om hvordan vi kan innrette forbruket slik at vi ikke overbelaster miljøet og ressursene. Vi kan også spørre oss om hvordan vårt forbruk vil bidra til global rettferdighet. Vi kan undersøke hvordan vi kan utforme en livsstil som vil kunne være oppnåelig for alle verdens mennesker. Mange meningsfulle oppgaver ligger og venter på oss og alt som er meningsfullt kan gi glede.

Bruk bankkortet som stemmeseddel

Hver gang du drar kortet avgir du en stemme på hva du ønsker mer av i verden

Av Tone Granaas, daglig leder i Grønn Hverdag

Jeg tror at i tillegg til å stemme ved hvert valg, så avlegger du en like viktig stemme hver dag med pengene dine. Slik fungerer kreftene i markedsøkonomien.

Vi ønsker å ta gode valg – både med tanke på helse, økonomi, miljø, andre mennesker og dyrevelferd. Jeg husker jeg for noen år siden stod i butikken og skulle kjøpe kaffe. Valget sto mellom økologisk eller fairtrade kaffe – ikke begge deler i en. Jeg syntes det var veldig vanskelig. Etter å ha fått summet meg i noen sekunder tok jeg valget. Jeg kjøpte begge og blandet dem da jeg kom hjem – en ypperlig kaffe ble det med ekstra god smak.

Som forbruker har du stor makt. Det er vi som er drivkraften i verdensøkonomien. Maksimalt forbruk og optimal ressurstilgang er de viktige ingrediensene i markedsøkonomien, og vi er flinke til å tilfredsstille kravet om maksimalt forbruk. Tenk om vi isteden hadde

hatt en økonomi som snudde trenden og krevde 'maksimal livskvalitet og optimalt forbruk'. Da hadde vi hatt en verdensøkonomi som tok sikte på å fremme livskvalitet for alt liv, og som regulerte vårt forbruk i forhold til jordas bærekraft. Dette er ikke utopi – det finnes anerkjente matematikere og økonomer som mener at dette er den eneste veien å gå, og modellene finnes.

Tenk deg om neste gang du drar kortet, – trenger jeg dette? Bidrar dette kjøpet til min eller andres livskvalitet? Finnes det alternativer som jeg kan velge isteden og gjøre et godt valg? Vi i Grønn Hverdag ønsker å gjøre det enklere for deg å ta gode valg i forhold til miljøet, medmennesker og dyr. Nedenfor finner du et lite utvalg av våre forbrukertips. Du kan lese mer om hva du kan gjøre på www.gronnhverdag.no.

Husk at ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre litt!



Tone Granaas i Grønn Hverdag oppfordrer oss til å begynne i det små, med å endre noen hverdagsvaner. Ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre litt.

Ni grønne tips fra Grønn Hverdag

1. Jobb mindre, lev mer

Det kanskje mest effektive tiltaket vi kan gjøre for å redusere egen miljøbelastning, er å redusere egen inntekt. Ved å jobbe mindre kan vi bruke mer tid sammen med familie og venner, på fritidsaktiviteter og opplevelser, og kanskje på frivillig arbeid? Å være miljøvennlig handler ikke alltid om å ofre noe, men kan like gjerne handle om å bruke mer tid på det vi liker.

2. Kjøp brukt

Vareproduksjon gir miljøbelastning. Ved å ta turen innom Finn.no eller Zett.no i stedet for IKEA neste gang du trenger ny sofa, komfyr eller vaskemaskin, sparer du inn utslippet fra vareproduksjonen. For en sofa kan det bety et sted mellom 100 og 200 kilo CO₂ – tilsvarende utslippet fra 50–120 mil med bilkjøring.

3. Kjøp varer som varer

Enten du er på jakt etter stereoanlegg, oppvaskmaskin eller nye hagemøbler til kjøkkenet, gjør du miljøet en stor tjeneste ved å se etter kvalitetsprodukter. Jo lengre tingene varer, desto lengre tid tar det før du trenger å kjøpe noe nytt. Alle varer som produseres forbruker ressurser, areal og energi, og bidrar til klimagassutslipp i produksjonslandet.

4. Velg miljømerkede produkter

Å velge varer med svanemerket er en av de enkleste måtene vi kan ta miljøhensyn på. Disse er produsert med mindre bruk av energi og kjemikalier, og skal være blant de minst miljøbelastende varene i sin kategori. Du kan finne svanemerket på rengjøringsmidler, kosmetikk og hudpleie, toalett- og tørkepapir, bleier, batterier og byggevarer – og en rekke andre produkter.

5. Kutt strømforbruket i hjemmet

Selv om strømmen i Norge stort sett stammer fra vannkraft, er Norge en del av det europeiske kraftmarkedet. Ved å kutte i forbruket her hjemme, kan Norge eksportere mer strøm til Europa og dermed redusere behovet for mer forurensende kraftkilder. Alt fra enkle tiltak som å bli flinke til å slukke lyset etter oss og sette inn sparepærer, til større tiltak som etterisolering, vil bidra til redusert strømforbruk. Ved å erstatte én vanlig glødepære (60 watt) med en sparepære (11 watt), sparer vi omtrent 50 kilowattimer i løpet av et år.

6. Sunn mat er miljøvennlig mat

Frukt, grønt og fisk er generelt mye mindre miljøbelastende å produsere enn kjøtt. Norske helsemyndigheter anbefaler å spise mer frukt, grønt og fisk. Ved å følge de anbefalingene, bidrar vi til å redusere vår egen miljøbelastning mye. Kjøttproduksjon legger beslag på store arealer, krever mye energi og bidrar til å forverre matsikkerhetssituasjonen i verden. Hvis alle spiste som amerikanerne, ville verdens matproduksjon bare gi mat til 2.5 milliarder mennesker. Hvis vi spiste som italienerne, ville det gi mat til 5 milliarder, og hvis vi spiste som en gjennomsnittlig inder, ville det gi mat til 10 milliarder mennesker. FN har anslått at jordens befolkning i 2011 vil passere 7 milliarder.

7. Spar 20 prosent drivstoff uten å kjøre mindre

Økokjøring handler om noen enkle prinsipper som reduserer forbruket ditt ved bilkjøring. Ved å kjøre på høyest mulig gir, slippe gasspedalen i nedoverbakke og holde god avstand til bilen foran, kan du redusere forbruket mye. Ved å sørge for riktig lufttrykk i dekkene, bruke motorvarmer på kalde dager og fjerne takgrind og unødig bagasje, kan du spare enda mer. Sjekk hvor mye penger og utslipp du kan spare i et gratis kurs i økokjøring på nett: okokjoring.campaign.webscape.no.

8. Bruk sykkel

Transportøkonomisk institutt mener samfunnet vårt sparer ca fire kroner per kilometer du og jeg forflytter oss ved hjelp av sykkel eller beina. Årsaken er så enkel som at litt ekstra fysisk aktivitet reduserer risikoen for å pådra seg alvorlige sykdommer. Studiene sier også at folk i fysisk aktivitet er friskere – og derav sjeldnere borte fra jobben. Fortell det til sjefen som stiller med masse gratis parkeringsplasser, men ingen gulrøtter til arbeidere som velger tohjulingen til og fra jobb!

9. Reduser ditt CO₂ utslipp

... og kjøp klimavoter for det du ikke får redusert. I Norge og Danmark slipper vi ut ca 11 tonn CO₂ per person i året. Det er omtrent tre ganger så mye som gjennomsnittet på jorda, og ti ganger så mye som utslippene per person i India. Før vi klarer å komme ned på et akseptabelt nivå for klimagassutslipp, kan vi bidra ved å kjøpe frivillige klimavoter. På www.co2.klif.no eller www.mittklima.no kan du betale for at utslippene reduseres et annet sted i verden.

Les mer

» www.gronnhverdag.no

Danske lenker:

» www.gronnefamilier.dk

» Kjøp og selg brukt: www.dba.dk og www.brugt.dk

» Grønn klimavennlig strøm: www.natur-energi.dk



Vinnerne av konkurransen om beste miljø- eller gjenbrukstips

Av Jannike Østervold

Takk til danske og norske lesere for innsendte bidrag. Redaksjonen har kåret to vinnere, Lars Mikkelsen fra Danmark og Ingeborg Øveraasen fra Norge.

Blant de sterkeste utfordrerne var Katrine Ikast, som lager kunst av fargestrålende klippekort og Zsuzsa Fey, som foreslår at vi skal spise våre fiender, ugresset. Gode forslag kom det også fra våre yngste deltakere. Kevin 13 år, foreslo at det skulle innføres pant på engangsgrill

og Tiril 14 år vil ha klesbyttebutikk, der du kan ta med dine brukte klær og bytte dem inn. Vi fikk mange gode eksempler på kreativ gjenbruk, blant annet Susanne Simonsens konvoluttveske av brukte kaffeposer og Mile-nas vakre broderte omslag, som har gitt kasserte bibliotekbøker nytt liv. Asbjørn Syverhuset bruker gratis ved fra skogen i en flerbruksgrill. Det var også mange gode forslag vi ikke får plass til å nevne her. Tusen takk til alle!

Milliardbesparelse



I januar gjorde jeg et lite eksperiment, mens min kone var bortreist i ti dager.

Vi har et lite hus på 80 m² fra 1959 som er ganske dårlig isolert.

Her har vi en liten vedovn som vi fyrer i døgnet rundt. Vi skruer den til om kvelden, slik at det fortsatt gløder om morgenen. Jeg skrudde av fjernvarmen, også for varmvannet. Temperaturen var noen ganger helt nede i 11 grader om morgenen. Den kunne øke litt om dagen ved at jeg åpnet opp spjeldet litt, kanskje opp til 14–16 grader hvis solen skinte.

Jeg tok en overall på meg, så jeg var godt isolert klesmessig. Og det spennende var at dette faktisk føltes ganske behagelig. Alle dørene inne i huset sto åpne, og det var lik temperatur overalt. Forskjellen til utetemperaturen var liten, og jeg fikk ikke kalde gys når jeg gikk utenfor.

Dette var virkelig en berikende og spennende opplevelse. Ingen slumrende varme, men en behagelig og frisk luft. Samtidig som jeg ikke gikk rundt og frøs.

Tenk hvis alle satte ned romtemperaturen med mange grader, – det ville spare mange milliarder på fyringsregningen vår.

Er det kanskje mer et spørsmål om fastlåste vaner? I dag kan man vel få tak

i termoklær som kan isolere mot polarkulde, og allikevel føles det behagelig. Det kunne kombineres med at sofaer og lenestoler får oppvarmede seter slik som i en bil, hvis noen skulle føle behovet for det.

En vinter for noen år siden, da vi kom hjem til Danmark fra huset vårt på Grønland, svettet vi vilt de første par dagene, vi måtte gå uten yttertøy og kjøre med bilvindue åpent. Men så ble vi ganske raskt vant til de nye forholdene.

En sommerkveld jeg var i Spania, var temperaturen nærmere 30 grader. Svetten perlet frem på kvelden, men allerede neste dag var det stadiet overstått. Kroppen min innrettet seg etter de nye temperaturene.

Vi har tilsynelatende en fysisk kropp med en varmeorganisme som meget raskt kan omstille seg til endrede temperaturforhold. Hvorfor ikke utnytte dette bevisst og få romtemperaturen i husene våre ned? Om sommeren, hvor det kanskje bare er 17 grader inne i huset, og man kun har litt klær på, ja så føles det ok. Det har ofte undret meg. Folk kan også sitte ute og nyte aftenen ved ganske lave temperaturer.

Jeg synes så absolutt at dette emnet bør undersøkes næyere.

Med vennlig hilsen Lars Mikkelsen



Heimekompostering



Når eg skulle velja eit tips blant dei tinga eg gjer for å freiste å gjera kvardagen min litt grønare, velde eg noko som grip om seg på fleire måtar, i fleire retningar - heimekompostering. For dei som har hage er dette ein ganske vanleg ting å gjera, men er ein (som meg) student og bur i 4. etasje i ei blokk i byen, er det ikkje like opplagt. Konsekvensane av ein vanleg, aerob kompost er ikkje ønskelege på ein veranda utanfor eit soverom, og med naboar på alle kantar.

Vi kom over ein japansk, anaerob metode som kallast bokashi, der komposteringa skjer i ein heilt tett plastdunk. Vi samlar dagleg matavfall i ei isøskje under kjøkkenbenken (som òg er lettvinnt å ha oppå kjøkkenbenken når ein lagar middag og kan ha skal og liknande rett oppi. Øskja er enkel å vaske opp innimellom, slik at ho ikkje er grisate), og tømmer ho i den store, tette plastdunken på verandaen etterkvart. Her mognar alt i hop, blir brote ned, og til våren er det ei masse som er klar for å blandast med litt jord/tørrmasse, og slik har vi næringsrik plantejord nok til heimegartneriet vårt. På verandaen og i glaskarmane dyrkar vi smårterter som urter (basilikum, forskjellige slag mynte, sitronmelisse, graslauk, etc.), flotte blomar som vi kan eta (ringblomst, blomkarse, solsikke, stemor), og litt grønsaker (spinat, reddik, tomat, paprika). I tillegg nyttar vi brenneslevatn som gjødsel, og tettegras for å bli kvitt fruktfluger etc. I år har vore eit forsøksår for å finna ut kva artar vi kan dyrke kor hen, etc, så neste år kan vi ta med røyntslene og optimalisere meir.



Et av de mest dekorative bidragene og en sterk konkurrent om førsteprisen, var klippekortkunsten til Katrine Ikast.



Fordelar kring kompostering:

- » redusert avfallsmengde, mindre transport av avfall (i Trondheim går matavfall i restsøppel, og det blir brukt mykje energi på både å transportere og brenne fuktig restavfall)
- » mindre søl med restavfall, ingen rennande pose (som heller ikkje blir så fort full), ingen stank i benken, og tett kompostdunk hindrar stank på verandaen
- » næringsrik matjord til heimebruk, ein slepp å transportere og kjøpe plantejord
- » grunnlag for å dyrke litt av maten sin heime

*Grøn helsing frå
Ingebjørg Øveraasen*

Red. anm.: Bokashi er det japanske ordet for fermentert organisk materiale. Prosessen går raskt på grunn av effektive mikroorganismer (EM). Ingebjørg har ikke kjøpt noe spesielt startsett, men har brukt en selvkomponert kultur av gjær, surmelk og tang. EM for Bokashi kan også kjøpes fra bl.a. www.biosanorge.no, og det finnes en egen gruppe på Facebook, Bokashi Kitchen Composters.

Økologiske fotspor på kjøkkenet

Vår helse og klodens tilstand henger sammen. Sunne matvaner er som regel også miljø- og klimavennlige. Mat som er helsefarlig er ofte skadelig for miljøet. Derfor kan du velge en strategi i forhold til matvanene dine, hvor du tar hensyn til helse, klima og miljø i én og samme munnfull

Av Lise Faurschou Hastrup

Alle vet at kloden vår er i krise, og at noen må gjøre noe. Noen er ikke de andre. Noen er oss alle. Noen er selvfølgelig også statsministeren. Men når han nå ikke står opp for vegetardager, og Danmark ikke har blitt erklært økologisk enda, så er det de små skrittene som hver av oss kan ta, som er avgjørende.

Omtrent en tredjedel av de samlede drivhusutslippene stammer fra matvareforbruket vårt. Derfor er kjøkkenet et godt sted å gjøre en innsats. Hvis hver av oss gir dette en ettertanke og er bevisste i innkjøp, matlagning og avfallssortering, kommer vi riktig langt. Det handler helt konkret om ansvar for vår felles fremtid. Ansvar for dem som bor andre steder i verden, og som lider aller mest under klimaforandringene, og for dem som ennå ikke er født. Dette er et ansvar som vi må påta oss.

Alle handlinger har en effekt

Alle kan være med på å gjøre en innsats for miljøet. Selv om vi tar små skritt, kan vi godt stå sterkt. Kjøttetere så vel som vegetarer, fastfoodfolk så vel som helsefreaker kan gå matvanene etter i sømmene og gjøre en innsats utfra det ståstedet de har. Det virker, når en hardcore kjøttelsker innfører en vegetardag i uken. Og det virker, når vegetaren dropper genmodifisert soya og kjøper den økologiske varianten i stedet. Det virker, når hageentusiasten spiser sin skvallerkål i stedet for å sprøyte den. Det virker, når bilisten tar sykkel til bakeren. Det virker enda mer den dagen han selv baker brødet sitt. Og enda mer, når han sørger for at brødet ikke rekker å bli for gammelt, men blir drysset over en müsliblanding før det muger.

Lise Faurschou Hastrup har mange års erfaring på kjøkkenet, som foredragsholder og konsulent. Hun har nettopp skrevet ferdig boken Økologiske fotspor på kjøkkenbordet, hvor hun med oppskrifter og opplysninger viser sunne, miljø- og klimavennlige valg av mat. Nils Henrik Pedersen står for foto og grafisk formgivning.

ISBN 978-87-994005-0-8.

Forlag: Tritla. www.tritla.com

Tre holdepunkter for sunn og klimavennlig mat

- » **Velg økologisk/biodynamisk.** Økologien har positiv innvirkning på grunnvann, natur, biodiversitet, dyrevelferd og for din helse.
- » **Velg årstidens lokale råvarer.** Da får du dem når de smaker best, er sunnest, billigst og mest klimavennlige.
- » **Velg mer vegetabilsk og mindre animalsk.** Grønnsaker og frukt dyrket utendørs, korn og belgfrukter fremfor kjøtt, fjærkre, fisk og melkeprodukter.



Mange tonn mindre CO₂

Ifølge Miljøverndepartementet belaster hver danske årlig verden med 11 tonn CO₂. „Ett tonn mindre“ het departementets kampanje, som ble kjørt frem til 2010. Men faktisk skal vi slippe ut 10 tonn mindre, slik at vi i 2050 kun belaster med ett tonn totalt per person, hvis kloden skal kunne bære det, og hvis forbruket skal deles likt mellom alle mennesker i verden.¹

Av danskenes årlige 11 tonn utgjør maten 3–4 tonn CO₂.² En stor del av forbruket stammer fra animalske produkter, som er langt de mest CO₂-belastende. Produksjon av 1 kilo kjøtt gir gjennomsnittlig 3,12 kg CO₂ i utslipp. En kilo oksekjøtt gir et CO₂-utslipp på over 19 kilo! En kilo grønnsaker forårsaker et langt mindre utslipp med kun 0,12 kilo CO₂.

Mer grønt, mindre kjøtt

Når vi spiser vegetarisk, kan vi dermed minimere utslippene fra kjøkkenet betraktelig. For hver eneste vegetardag vi gir oss selv, spiller det en rolle i den store sammenhengen. En kjøttfri dag kan også fort bli til flere, og man kan ende med å kun ha én ukentlig kjøtt dag eller helt å slå over til å bli plantespiser. En veganer, som lever av ren plantekost, belaster med ca. 1,5 tonn mindre enn en kjøttspiser i året.³ Så hvis over 5 millioner danskere har én veganerdag i alle årets 52 uker, HAR det betydning for miljøet, mot klimaforandringene, – og for folkehelsen.

Det klimavennlige kjøkkenet

– seks områder for oppmerksomhet

- » **Planlegging.** Når du planlegger mat til flere dager av gangen, er det enklere å disponere innkjøpene.
- » **Transport.** Ikke kjøp mat som er transportert med fly, og bruk selv sykkel så mye som mulig når du skal handle inn.
- » **Oppbevaring.** Ingen aluminiumsfolie, gjenbruk glass til oppbevaring, bruk svanemerket matpapir, bakepapir og servietter.
- » **Tilberedning.** Bak flere ting i ovnen samtidig, utnytt ettervarme, bruk høykasse til grøt og tin maten i kjøleskapet.
- » **Svinn.** Lav en kjøleskapsstrategi slik at du får overblikk, utnytt rester til nye retter og kast ikke mat.
- » **Avfall = gjenbruk.** Sorter glass, metall og papir. Arranger én månedlig samkjøring til gjenbruks-plassen sammen med naboene dine, hvis kommunen din ikke har beholdere plassert på sentrale steder hvor man kan levere avfall.

Kilder:

- 1: Jørgen Steen Nielsen: En lille fortælling om overlevelse. Peoples Press
- 2: Jørgen E. Olesen: Fødevarernes andel af klimabelastningen. Indlæg i Vores mad og det globale klima. Det Ethiske Råd
- 3: Gidon Esbel & Pamela A. Martin: Diet, Energy and Global Warming, University of Chicago.



Til planlegging av alle måltider kan du bruke klimatallerkenen. Det er en visuell modell hvor du skal forestille deg at alt du spiser i løpet av en dag, er anrettet på en tallerken med oppdelte rom. Når du bruker klimatallerkenen som utgangspunkt, og du velger sesongens økologiske matvarer, slår du flere fluer i en smekk; du får velsmakende, sunn mat, du vil som regel spare penger, og du gjør en innsats for miljøet og mot klimaforandringene.

Fra Vugge til Vugge – et verdisystem i utvikling

Jordens ressurser er begrensede. Allerede nå bruker vi flere ressurser enn jorden klarer å gjenskape, fordi vi ikke tenker kretsløp innen industri og produksjon. Drømmen i Vugge til Vugge er å fremme miljøet og samtidig gjøre det økonomisk forsvarlig. Men er det realistisk? Rekker vi å endre kursen og samtidig slippe å begrense oss?

Av Søren Lyngsgaard, kreativ direktør i Vugge til Vugge Danmark

Forestill deg en bil som renser luften når du er ute og kjører, og hvor alle materialer blir brukt om igjen som råmaterialer for nye produkter når bilen er klar for kondemnering. Isapir som smeltes om til en ufarlig væske når du kaster det fra deg på gresset og som inneholder frø fra sjeldne arter, som du er med på å spre hver gang du kaster et slikt papir fra deg. Aviser laget i tynn plastikk, som kan vaskes og brukes igjen og igjen. Bygninger som produserer mer energi enn de bruker og som renser sitt eget spillvann og fornyer luften rundt oss.

Forestill deg at alt du kjøper ikke bare er helt ufarlig for deg, miljøet og de som har produsert det, men også faktisk bidrar positivt med næringsstoffer til nye kretsløp. Når du er ferdig med produktet, blir det ikke til avfall, men inngår i kretsløp som ingredienser i nye produkter eller til jordens levende systemer.

En ny designstrategi

Vi kaller det et paradigmeskifte. I stedet for å reparere, minimere, redusere og regulere på et foreldet produksjonssystem, et lineært Vugge til Grav-produksjonssystem, som forutsetter en verden med uendelig tilgang til ressurser, representerer Cradle to Cradle konseptet et nytt sirkulært verdisystem, – på dansk kalt Vugge til Vugge. Det ikke bare anerkjenner at jorden er et stort levende system, som vi alle henger uløselig sammen med, men gir også bedriftene en metode for å utvikle produkter av en helt ny kvalitet, med et nytt lønnsomhetspotensial og dermed nye forretningsmodeller.

Tradisjonelt forsøker designere å minimere bygningers og produkters negative effekter på miljøet ved å prøve og redusere den negative påvirkningen så langt ned mot null som mulig. Denne 'grønne' eller 'bærekraftige' designpraksis er hva vi kaller et 'mindre miljøskade-

lig' perspektiv, som fokuserer på å redusere virkninger og minimere fotspor. Det er som å si at nå slår jeg bare barnet mitt tre ganger i uken, i stedet for fem. Ironisk nok er budskapet i denne filosofien at det beste ville ha vært å ikke lage produktet i det hele tatt.

Cradle to Cradle produkter og – bygninger er annerledes. De er i utgangspunktet designet for å øke de positive virkningene og det gunstige avtrykket de setter. Et Cradle to Cradle produkt eller bygning behøver ikke å være perfekt fra starten av, men det er nødvendig at det har en positiv design dagsorden og -fokus.

Om Vugge til Vugge Danmark

Vugge til Vugge Danmark har de siste tre årene stått bak utbredelsen og implementeringen av Cradle to Cradle konseptet i Danmark. I dag arbeider de med flere bedrifter, kommuner, regioner og regjeringsorganer med utvikling og implementering av vitenskapelig baserte Cradle to Cradle løsninger. Vugge til Vugge Danmark leder også Michael Braungarts – en av opphavsmennene til Cradle to Cradle konseptet – Danske avdeling EPEA Copenhagen og har gjennom dette adgang til hans stab på 40 av verdens ledende Cradle to Cradle vitenskapsfolk og eksperter.

Se mer her: www.vuggetilvugge.dk

En positiv design dagsorden

Cradle to Cradle metoden hviler på følgende fire grunnleggende prinsipper:

- » Design kretsløp – Det finnes kun materiale i omløp, – i evig bevegelse. Forutsatt at vi tilføyer fornuft, helse og inntjening i den bevegelsen, kan vi avskaffe begrepet avfall.
- » Velg de riktige fornybare energikilder – solens energi, med manifestasjoner som vind, jord og biomasse, er den bærende kraften vår. Solen er den eneste formen for atomenergi som ikke vil gå tom innen de neste millioner år.
- » Fold ut mangfoldet – Vi trives med mangfold. Jo større mangfold og mer biodiversitet det er, jo sterkere er vi rustet for krisetider. Rundt i verden skaper fotosyntesen og næringsstoff-kretsløpene, tilpasset lokale forhold, det mest utrolige mangfold.
- » Vær innstilt på evolusjon – En bygning er som et tre, – en strukturprosess som tjener omgivelsene sine samtidig som det oppfyller funksjonen sin. Det er hele tiden nye muligheter for hvordan en bygning eller et produkt kan gjøre god nytte. Arbeid med dette for øyet så det kan implementeres når tiden er inne for det.

Med disse prinsippene stiller Cradle to Cradle konseptet oss overfor en ny designoppgave, hvor produkter ved slutten av levetiden sin skal kunne splittes opp og bli til enten biologiske eller tekniske næringsstoffer. Biologiske næringsstoffer er de delene som kan inngå i ny produksjon eller komposteres og dermed brukes som gjødsel. Tekniske næringsstoffer er ikke-komposterbare materialer som kan sirkulere uendelig innenfor lukkede industrielle kretsløp, uten at de blir forringet, (dvs. få en dårligere kvalitet). Tvert imot fokuserer man i Cradle to Cradle konseptet på hvordan materialer kan oppgraderes i resirkulasjonsfasen, så de for eksempel blir sterkere eller renset for giftige kjemikalier og tilsetningsstoffer. ►

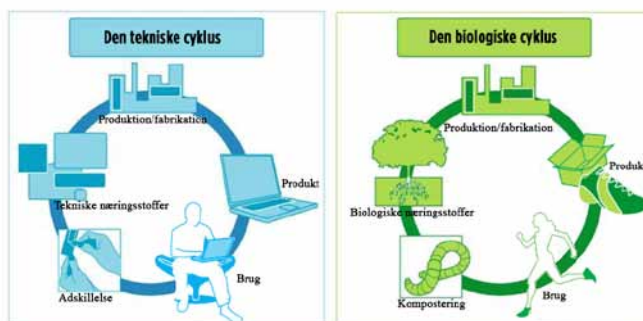


Foto: William McDonough & Partners

Denne fuglen har lagt egg på det nye gresstaket som Ford Motor Company installerte på sin nye fabrikk i Rouge-området i Michigan. Her startet Henry Ford produksjonen på 1920-tallet, og over tid ble det ett av verdens mest forurensede områder. Med hjelp fra Cradle to Cradle prinsippene, en mengde planter samt fremtidsrettet design er dette i dag blitt en industriell naturpark som bl.a. renser regnvann og øker biodiversiteten i området.



Trivsel og inntjening øker

Når disse enkle designprinsippene praktiseres, opplever bedriftene at medarbeiderne blir mer kreative, engasjerte og ansvarlige, fordi det skapes en ny dimensjon av mening og perspektiv i arbeidslivet. Det interessante er at det samtidig øker inntjeningen, fordi virksomheten nå kan tilby kundene sine en ny form for kvalitet.

Imidlertid er det ikke enkelt å implementere Cradle to Cradle konseptet, fordi det krever at vi vet helt nøyaktig hvilke kjemikalier og materialer vi sender inn i et kretsløp. Helt ned til 100 parts pr. million (ppm). Så om ett stoff har en skadelig miljø- eller helseprofil, og det

er mer enn 100 ppm av det i produktet, blir det satt på listen over stoffer som skal utfases. Over tid vil virksomheten så innfase gode, sunne stoffer som vil bestå en slik test.

Til gjengjeld har virksomheten nå en positiv dagsorden og kan kommunisere til kunder og samfunn at den vil ta ansvar for sine kunders helse, og at den arbeider med å skape sunne næringsstoffslopp til gagn for fremtidige generasjoner. Bedriften kan nå la kreativiteten råde og med god samvittighet sammen med kundene sine skape nye måter å oppleve livet på i en evig strøm av forbruk, fordypelse og kvalitet.

Vugge til vugge i hyllene

Cradle til Cradle-merket er bare få år gammelt, og mange firmaer arbeider med disse prinsippene uten å la seg sertifisere. For å få merket må produktet innfri krav om materialer, gjenbruk, energi- og vannforbruk samt sosialt ansvar. Merket deles ut på fire nivåer; basis, sølv, gull og platina, hver med forskjellige krav som skal oppfylles. Merket er altså ingen garanti for 'det perfekte produktet', men viser at firmaet har tatt et skritt på denne veien.

Sertifiseringen skjer via the Green Products Innovation Institute i California. Det finnes i øyeblikket bortimot 300 vugge til vugge-sertifiserte produkter på markedet, og ingen har foreløpig oppnådd å få platina-merket, da det krever at man har et komplett lukket system på plass. I Danmark kan man blant annet kjøpe disse produktene:

- » **Steelcase** er verdens største produsent av kontormøbler, og det firmaet som har flest sertifiserte produkter. www.steelcase.com. Stolen *Think* kan deles opp til gjenbruk på fem minutter og er designet for å tilpasse seg ryggen. Forhandles i Danmark av www.movement.dk.
- » **RHEINZINK Danmark** – den første byggevareprodusenten i Danmark, hvis produkter har blitt Cradle to Cradle-sertifiserte. www.rheinzink.dk.



- » **ScandiRock** er papir laget av stein. I tillegg til å spare trær, har stenpapiret den fordelen at det er sterkt og vannavvisende, det slipper ut mindre CO₂ ved forbrenning og er fri for syrer og blekemidler. Til gjengjeld er det litt tyngre enn vanlig papir. Boken *Green Makeover* ble i år den første danske boken trykket på dette papiret. www.scandi.dk.
- » **Aveda** har ansiktskremer og shampo og balsam til både kvinner og menn, med gullsertifisering. www.aveda.com. Palma har en salong med Aveda-produkter, hvor flere er Cradle to Cradle-sertifiserte – www.palma.dk.
- » Hollandske **Van Houtum** har fått sitt toalettpapir og papierservietter av gjenbrukspapir basis-sertifiserte. www.vanhoutumpapirer.com. Kan kjøpes i Danmark gjennom www.abena.dk.

Pengevirkes redaksjon har en utfyllende liste over Cradle to Cradle-produkter og kontakter i Danmark – kontakt Henrik Platz på hp@merkur.dk for å bestille den.

Liste over alle Cradle to Cradle sertifiserte produkter: www.c2ccertified.com

Vugge til Vugge Danmark er kunde i Merkur.

Det beste avfallet er slett ikke søppel

Det er en lang vei å gå før det å reparere ting som ellers ville blitt kastet blir den vanligste utveien for avfallet vårt. Men i takt med at ressursene blir knappere og dyrere, vil vi bli tvunget til det. Vi kan like godt komme i gang med en gang, høste erfaringer og bane vei

Av Knut Anker Iversen, daglig leder i Miljø- og Energi Centret i Høje Taastrup

Vi lever i et samfunn hvor reparasjoner står lavt i kurs, – nærmest latterlig lavt. „Det lønner seg ikke å reparere. Du kan få noe nyere og mer moderne mye billigere enn hva det koster å reparere et produkt.“ Men fortsatt er det slik, – bortsett fra noen veldig få unntak – at det lønner seg å reparere på huset og på bilen. Det beste avfallet er det avfallet som aldri blir til avfall.

Før du kaster

I Miljø- og Energicenteret i Høje-Taastrup har vi nå i flere år hatt fokus på temaet reparasjon for å begrense 'bruk og kast mentaliteten', og i stedet se på mulighetene for å reparere ting. I 2001 etablerte vi www.reparationsguiden.dk, hvor alle som tilbyr reparasjoner kan annonsere gratis. Reparationsguiden.dk inngår nå som en naturlig del av hjemmesiden www.storskrald.dk, som ble laget for å hjelpe folk med å unngå og lage avfall.

For vår egen del har vi etablert 'Før-du-kaster-verkstedet'. Et par pensjonister reparerer noen av de tingene som folk vil kaste, fordi reparasjon ellers ikke lønner seg. For eksempel en vannkoker, en kaffemaskin, en brødrister, et knekket stolbein eller en klokkeradio. Pensjonist Aage, som har vært med oss i alle 10 år, er tilfreds med å få betalt med kaffe og fornøyde kunder. Og da blir prisen så lav at det faktisk lønner seg å reparere. I tillegg har Fleming, en annen pensjonist, reparert videospillere, TV'er og fjernkontroller. Om reparasjonen ikke lykkes, koster det ikke kunden noe.

Symaskiner til U-land

Vi reparerer også symaskiner. En annen pensjonist, John P., kommer innom en gang i uken og reparerer det som er kommet inn av gamle symaskiner. Noen av dem reparerer for kundene. Men vi får også gitt bort symaskiner som John har reparert, slik at de kan sendes videre til bruk i u-land. Maskiner som er umoderne i Danmark, kan nemlig være et eksistensgrunnlag i Sierra Leone eller Ghana.

PC'er, flatskjermer og DVD-spillere

Vi har et pc-verksted som ble startet som et aktivitets-tiltak, men som i dag er blitt et selvstendig reparasjons-verksted, www.comrep.dk, hvor Michael har ansvaret

for å reparere pc'er. Siste tilskudd er reparasjoner av flatskjermer-TV'er og DVD-spillere. Her har vi fått ansatt John P. i flexi-stilling, hvor han selv tjener inn lønnen sin. Dette verkstedet er svært populært, fordi det ikke er andre i denne delen av landet som tar seg av denne typen reparasjoner.

John P. har en bakgrunn i elektronikkbransjen, og han lykkes i ganske mange tilfeller med reparasjonene sine. Hans største utfordring er å få tak i reservedeler, som ofte har gått ut av forhandlernes sortiment – også selv om flatskjermer-TV kun er 4–5 år gammelt. På den lokale gjenbruksstasjonen melder de samtidig om en stadig stigende frekvens av kasserte flatskjermer-TV'er og DVD-spillere. Her har vi fått i stand en avtale med medarbeiderne om at de foreslår at folk lar John P. se på det, før de kvitter seg med flatskjermer.

Forebygge avfall

Vi kan med glede slå fast at andre arbeider for å få et større fokus på det å reparere ting. Det siste er at Miljøstyrelsen har introdusert en kampanje for å forebygge avfall og anbefaler å reparere i stedet for å kaste. Her har vi foreslått at det skal stilles krav om at reservedeler til elektronikk skal være tilgjengelige i minst 10 år. Dette kravet er anerkjent av Miljøstyrelsen, men de mener at dette er en for lang periode. Samtidig henviser Miljøstyrelsen til 'Vugge-til-vugge' prinsippet. De oppfordrer til at produktutvikling tar hensyn til at enkeltdele i elektronikk skal kunne skiftes ut, i stedet for at man kasserer hele produktet. Men dette er ikke et krav. Så det er fortsatt en lang vei frem til at vi blir fri for avfall.

Lenker:

Miljø- og Energicenteret i Høje Taastrup: www.mec-ht.dk
www.reparationsguiden.dk
www.storskrald.dk

Smånytt

Lær et verdensspråk

På nettstedet lernu.net kan du helt gratis lære esperanto, et lettlært språk som er tenkt som et internasjonalt politisk nøytralt fellesspråk, der alle kan snakke sammen på like fot.

Hvis du snakker esperanto, kan du overnatte gratis på rundt 1300 adresser i over åtti land. Denne tjenesten heter Pasporta Servo og administreres av det internasjonale esperantoundomsforbundet, TEJO.

www.tejo.org

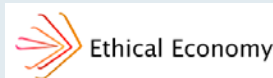


Foto: Mikkel Østergaard

Ethical Economy – din etiske markedsplass

Forbrukere inkluderer i større grad etiske overveielser i kjøpsbeslutningene sine. For eksempel viser en forbrukeranalyse fra IDG Retail Analysis på de fire europeiske dagligvaremarkedene i England, Frankrike, Tyskland og Spania, at minst 30% av de spurte henviser til etiske verdisett som en av grunnene til å kjøpe noe nytt for første gang (Kilde: Talking Retail, juni 2010).

Derfor oppfordrer hjemmesiden www.ethicaleconomy.com bedrifter til å dele sine etiske verdier med interessentene sine, som medarbeidere, kunder og leverandører, og gi dem mulighet til å vurdere virksomhetenes adferd og komme med forslag til hvordan de kan gjøre det bedre. Ethical Economy ønsker å hjelpe virksomheter til å etablere en etisk relasjon med interessentene sine og samtidig lære virksomhetene hvordan de kan følge de etiske verdiene sine bedre. Bedrifter over hele verden er medlemmer av portalen Ethical Economy, også mange virksomheter i Danmark.



Ny håndbok i miljøpåvirkning

EU Kommisjonen har utarbeidet en ny håndbok i miljøpåvirkning for å bidra til en mer bærekraftig produksjon. Håndboken beskriver produkters syklus fra 'vugge til grav' eller fra 'vugge til vugge' og gir retningslinjer for hvordan en offentlig eller privat organisasjon kan vurdere hele sin produksjonssyklus. Systemet kalles for *The International Reference Life Cycle Data System* (ILCD) og er utviklet av Europa Kommisjonens Felles Forskningscenter i Torino, Italia.

Du kan lese mer om håndboken her:
<http://lct.jrc.ec.europa.eu/publications>

Internett portal for spirituelt basert ledelse

Spirituellledelse.dk inneholder en oversikt over bøker, artikler, foredrag og kurs om spirituelt inspirert ledelse. Det er gratis både å lese artiklene samt å legge kurs, foredrag og artikler ut på portalen. Du kan bl.a. lese artikler av professor Peter Pruzan fra CBS og psykolog Frank Lyngholm fra Institut for Empatisk Ledelse.

Visjonen for Spirituellledelse.dk er å øke hastigheten som kunnskap om spirituelt basert ledelse spres med i Danmark. Spirituellledelse.dk legger stor vekt på et holistisk perspektiv, hvor spirituell kunnskap kombineres med kompetanse innen moderne organisasjonsteori, psykologi og praktisk erfaring. Målet er å sikre et større helhetsperspektiv, som er forankret i den virkelige verden. Av samme årsak stilles det høye krav til kursarrangører og foredragsholdere som annonserer sine foredrag og kurs på Spirituellledelse.dk.

Nå er Spirituellledelse.dk i ferd med å starte nettverksgrupper for ledere som interesserer seg for spirituelt basert ledelse. Nettverkene er selvorganiserte og gratis å være med i. Formålet med gruppene er å skape et rom hvor ledere kan dele erfaringene sine og få tilbakemeldinger på sine konkrete utfordringer fra likesinnete.

Les mer på: www.spirituellledelse.dk



Hva er friganisme?

Friganisme er en anti-konsumerende livsstil hvor mennesker lever med en begrenset deltakelse i den konvensjonelle økonomien og minimalt forbruk av ressurser. Friganere (freegans) er opptatt av generøsitet, sosial utfordring, frihet, samarbeid og deling i opposisjon mot materialisme, moralsk apati, konkurranse, konformitet og grådighet. Livsstilen innebærer i å innsamle forkastet, uberørt mat fra matbutikk/bakeri-containerer som har utgått holdbarhetsdato, men som likevel er fullt spiselig og i god stand. De berger ikke mat eller andre gjenstander fordi de er fattige eller hjemløse, men som en politisk erklæring.

Ordet friganer eller på engelsk freegan er en blanding av gratis og vegan. Friganisme startet i midten av 1990-tallet og sprang ut fra antiglobalisering- og miljøforkjemper-bevegelser.

Kilde: Wikipedia. Les mer på www.frigan.no



Bli en SEKEM venn!

SEKEM www.sekem.com i Egypt har nå etablert en venneforening i Norden. Det er forfatteren Ragnhild Nilsen som er grunnleggeren av Sekem Scandinavia, og hun er også gründeren bak verdens første biodynamiske og fairtradesertifiserte froterhåndklær. Venneforeningens oppgave er å bidra til utveksling av studenter og lærerkrefter til det nye Heliopolis University, selge klimavoter for å bidra til å forgrønne ørkenen, fairtrade handel og utbygging av solenergi i ørkenen. Mer informasjon finner du på www.sekemscandinavia.com og på facebook. Som Sekem-venn får du tilsendt SEKEM-Insight; SEKEM's Journal for Economy,

Culture and Society in Egypt og venneforeningens egne skandinaviske nyhetsbrev. Ta kontakt med info@sekemscandinavia.com.

SEKEM i Egypt. Foto Kaja Jensen



Kampen for et ansvarlig forbruk

Helt siden slutten av 1800-tallet har forbrukerbevegelser talt forbrukerens sak. Kampene den gangen handlet om å få mat på bordet til en anstendig pris. I dag handler kampene om gjennomsiktighet, global ansvarlighet og menneskelige verdier

Av Jeppe Juul, initiativtaker til Aktive Forbrukere, www.aktiveforbrugere.dk

Forbrukerbevegelser har opp gjennom tidene kjempet for vilkårene på markedet og har i høy grad vært med på å forme det samfunnet vi har i dag. Og selv om kampene over tid har hatt svært forskjellig innhold, har de alle handlet om å skape rammer for et ansvarlig forbruk.

Forbrukerkoopersjonen

Forbrukerkooperasjonen oppsto på slutten av 1800-tallet, med et formål om å hjelpe de ubemidlede slik at de kunne kjøpe varer de ellers ikke hadde mulighet til. Men denne bevegelsen var også en del av en beinhard politisk kamp mellom venstre og høyre i samfunnet, hvor forbrukerbevegelsen forsøkte å bryte kjøpmennenes monopol og maktposisjon. Senere sloss bevegelsen for forbrukernes interesser ved at de selv etablerte produksjonsbedrifter for produkter som var utsatt for boikott, eller der hvor det var monopolsituasjoner.

Husmødrene

Mens mennene dominerte i kooperasjonene, begynte kvinnene for alvor å organisere seg på begynnelsen av 1900-tallet. Kvinnene forsøkte, på samme måte som mennene, å profesjonalisere vervene og oppgavene sine gjennom opplysning, utdanning og vitenskapelig forskning. Forbrukeren var oftest en kvinne, og kvinnen skulle nå være en effektiv forbruker og sjef for husholdningen. Dette arbeidet kulminerte med opprettelsen av Statens Husholdningsråd.

Etter 2. verdenskrig ble det klart at mennene som styrte rasjoneringen av varer, hadde liten innsikt i husmødrenes praktiske problemer. Dette førte til etableringen av Danske Husmødres Forbrugerråd (senere omdøpt til Forbrugerrådet), som skulle representere forbrukeren i forhold til det offentlige og markedet.

På 1960-tallet blomstret økonomien, og et kjøpesterkt publikum stod klar til å ta imot masseproduserte, emballerte varer i selvbetjeningsbutikkene. Kampen handlet heretter om retten til å få informasjon om det faktiske innholdet i et produkt. Informasjon som vi i dag oppfatter som en selvfølge.

Den svake forbrukeren og miljøet

I 1970-årene og på starten av 80-tallet blomstret flere lokale forbrukergrupper frem. Noen prøvde å gjenoppta

FDB (Fællesforeningen for Danmarks Brugsforeninger) og etablerte biodynamiske lokale innkjøpsforeninger. Andre sluttet seg til Forbrugerrådet og arbeidet for særlig å hjelpe svake forbrukere i forhold til virksomheter og staten. Parallelt etablerte Danmarks sentrale forbrukerlovgivning Forbrukerombudsmanns-embetet for å overvåke markedet med særlig henblikk på å ivareta forbrukernes interesser.

På begynnelsen av 1990-årene begynte miljøet og en bredere ansvarlighet også å få betydning for miljøbevegelsen. Dette skjedde i form av begreper som den politiske forbruker og i kraft av konkrete begivenheter som boikotten av Shell for dumping av boreplattformen Brent Spar og boikotten av franske produkter på grunn av Frankrikes atomprøvesprengninger på Mururoa.

Sentralisering og fremmedgjøring

Siden da har flere viktige spørsmål og problemstillinger tikkert inn på dagsordenen. Den grunnleggende strømmingen på markedet i dag er en industrialisering av produksjonen koblet med masseproduksjon, standardisering, internasjonalisering, rasjonalisering og sentralisering. Det har betydd at forbrukerne har fått færre og større butikker med et økende antall varegrupper, men med færre valgmuligheter innenfor de enkelte varegruppene.

Hvis du for eksempel er i en Kvickly eller Føtex, (dagligvarebutikker, red.) er det lett å få følelsen av å ha uendelige valgmuligheter. Der er det eksotiske frukter fra hele verden, men samtidig er det kun to til tre danske eplesorter i den danske eplelesongen. Du kan kjøpe bøker, film og musikk, men bare de tyve mest selgende.

I dagligvarehandelen i Danmark kan du i dag reelt sett bare velge mellom noen ganske få virksomheter med en betydelig markedsandel (f.eks. Coop 37%, Dansk Supermarked 32% og Dagrofa 20%). Og selv om emballasjen, merkene og markedsføringen kan være veldig forskjellige, blir de fleste varene produserte av noen ganske få aktører uansett om du snakker om gulrøtter eller mobiltelefoner. Derfor får forbrukerne de samme få valgmulighetene, uavhengig hvilken butikk de handler i.

Samtidig har det skjedd en økende grad av fremmedgjøring av produktene. Vi vet i mindre og mindre grad hvordan matvarene produseres, hva som er i dem, eller hvordan eller når de smaker best. Og salget av alt

fra harde hvitevarer, klær eller byggevarer utføres ofte av mennesker som reelt sett vet lite om hva de selger. I en kjede som Jem og Fix reklamerer de rett frem med at det ikke er mulig å få vite noe om produktene. Det er spart bort.

Gjennomsiktighet

Internasjonaliseringen og globaliseringen lenker verden sammen gjennom forbruk. I kampen for å produsere stadig billigere, flyttes den mest arbeidsintensive produksjonen til land med stor fleksibilitet i forhold til utenlandske investorer og kjøpere. Selv danske svinetarmer blir sendt av gårde til den andre siden av kloden for så å komme tilbake som en ingrediens i medisterpølser.

Men med globaliseringen følger også informasjon om hvilke forhold varene våre blir produsert under. Slik får vi innsikt i at den samme personen som er en god far, nabo og statsborger og klør sin hund bak nakken, samtidig, direkte eller indirekte kan være medansvarlig til at mødre i et fattig land blir hentet midt på natten av korrupt politi, for de har krevet høyere lønn eller er medlem i en fagforening. Kløften mellom forbrukernes forventninger til virksomhetens anstendige oppførsel og til den praktiske virkeligheten på en tekstilfabrikk i Thailand, skaper derfor en ny, kraftig dynamikk på markedet.

Corporate Citizenship, Corporate Social Responsibility og etiske investeringer er alle eksempler på at virksomheter i stigende grad blir presset til å oppføre seg som mennesker, og ikke kun som kapitalgenererende maskiner. Stadig flere virksomheter starter egne programmer, blir med på sertifiseringsordninger, ser et marked for økologiske- og fairtrade-produkter. Dermed holdes virksomhetene individuelt sett ansvarlig for sine handlinger. I Danmark kjører Aktive Forbrukere eller Clean Clothes kampanjer mot konkrete virksomheter og produkter, Danwatch avslører danske virksomheter med uetiske produksjonsforhold under fjerne himmelstrøk, og Forbrukerrådet påvirker bedrifter og offentliggjør produkttester, hvor etikk og ansvarlighet er viktige parametere.

Så der hvor det tidligere var mulig å gjemme seg i mengden av umenneskelig drift og produksjon, er det nå i ferd med å bli uakseptabelt at virksomheter ikke retter seg etter allmenne menneskelige verdier. Det er skjellsettende historisk sett, og meget, meget viktig sett i lyset av de massive utfordringene verden står overfor. Forbrukerbevegelsen skal være der for å fremskynde og sementere denne utviklingen mot et ansvarlig forbruk. Veien er stadig lang, men retningen er utvetydig.

Aktive Forbrukere arbeider for å sikre at forbrukerne får tilgang til bedre og mer bærekraftige produkter gjennom intensive kampanjer rettet mot varer eller produsenter som ikke er bærekraftige.

Foto: Aktive Forbrugere.



Amitai Etzioni

Amitai Etzioni står sentralt i utviklingen av sosio-økonomi. Sosio-økonomi skiller seg fra ny-klassisk økonomi langs flere dimensjoner; sterkere vektlegging av kulturens betydning som økonomisk forklaringsfaktor, økt oppmerksomhet omkring etiske prinsipper og et flerfaglig perspektiv på økonomisk teori og praksis

Av Professor Ove Jakobsen, Senter for økologisk økonomi og etikk, Handelshøgskolen i Bodø

Amitai Etzioni ble født i Tyskland i 1929 og vokste opp i Aten og Palestina. I 1951 begynte han på det Hebraiske Universitetet i Jerusalem hvor han studerte musikk og sosiologi. Deretter dro han til USA hvor han i 1958 disputerte for doktorgrad i sosiologi ved University of California, Berkeley. Han var deretter professor i sosiologi ved Columbia University i tyve år. I 1980 ble han utnevnt til professor ved The George Washington University der han fortsatt er direktør ved Institutt for politiske studier. Han var gjesteprofessor ved Harvard Business School fra 1987 til 1990.

Etzioni er kjent for sitt arbeid med å utvikle sosio-økonomi basert på en kommunitaristisk samfunnsforståelse. Etzioni har forfattet det kommunitaristiske manifest som blant annet hevder at det ikke finnes noen tilstand før fellesskapet. Mennesket har ikke etablert samfunn for å nå bestemte mål – det har alltid eksistert.

- » Samfunn er bygd på noen felles verdier, som alle anerkjenner
- » Initiativer i verdensfellesskapet kommer nedefra (bottom-up) – ikke fra staten (top-down)
- » Fellesskapets verdier er dybt rotfestet i tradisjoner

Mangel på tilhørighet

Den sosiale konteksten er en integrert del av den enkeltes eksistens. „We are members of one another“. Individet og samfunnet skaper hverandre og forutsetter hver-

andre og økonomien er et sub-system under det sosiale systemet. I tråd med dette resonnementet hevder Etzioni at forandringer i markedet kan forstås ut fra mer fundamentale endringer i kulturen. Det vestlige samfunnet har over lengre tid beveget seg i retning av økende instrumentalisme og egoisme på bekostning av grunnleggende verdier som tillit og tilhørighet. Dette er fenomener som ikke blir fanget opp av ny-klassisk økonomisk teori. I den grad slike fenomener blir nevnt blir de redusert til en undergruppe av rasjonell markedsatferd.

Når ny-klassiske økonomer hevder at konkurransemarkedet tjener den enkeltes preferanser overser de det faktum at preferansene i stor grad er sosialt formet og avspeiler samfunnets verdier, kulturen og maktstrukturene i samfunnet. Etzioni kritiserer ny-klassisk økonomisk teori for å overvurdere fordelene ved konkurranse og at den neglisjerer verdien av samarbeid. Han fremhever for eksempel at samarbeid mellom bedrifter ofte er nødvendig for å finne frem til løsninger på felles utfordringer knyttet til både miljø og samfunnsansvar. I følge Etzioni er det ikke tilstrekkelig å appellere til individuell ansvarlighet, det er i tillegg nødvendig å sette i verk tiltak på samfunnsmessig nivå. Utviklingen av en ny økonomi er et viktig bidrag i riktig retning. I tråd med kommunitarismen kreves det mer enn forandring i menneskenes 'hearts and mind', det er også behov for endringer i økonomiske, sosiale og politiske strukturer.

Med utgangspunkt i kommunitaristisk samfunnsforståelse retter Etzioni kritikk mot ny-klassisk økonomisk teori som forutsetter at økonomiske aktører søker å maksimere egen nytte og at de rasjonelt velger de virkemidler som tjener denne målsetningen.

Forslag til endringer

I boken *The Moral Dimension - Toward A New Economy* argumenterer Etzioni for at det ny-klassiske paradigmet er så begrenset – det fanger ikke opp vesentlige sider ved virkeligheten – at det ikke er egnet til å forstå økonomiske problemstillinger. I artikkelen *Towards a New Socio-Economic Paradigm* (2002) begrunner han nødvendige-

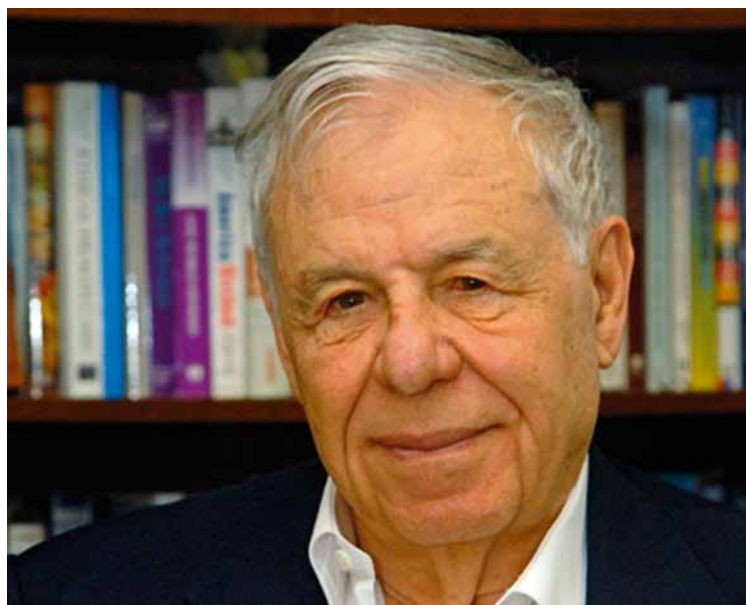


ten av 'a paradigm shift – a basic change in perspective' innenfor økonomi. Etzioni forslår tre grunnleggende endringer;

1. Overgang fra fokus på individet til mer vekt på sosiale og kulturelle strukturer (fra individualisme til kommunitarisme). Det innebærer at aktørenes handlinger påvirkes av fenomener på samfunnsnivå. Det vil for eksempel si at vårt økende individuelle forbruk blir forklart ved å vise til endrede verdier og strukturer i det moderne samfunnet.
2. Beslutningsmodeller basert på instrumentell rasjonalitet bør erstattes med modeller som viser at beslutninger også påvirkes av etiske prinsipper. Det betyr at økonomiske aktører i tillegg til å vurdere nytten av ulike handlingsalternativer også vektlegger (internaliserte) kulturelt betingede normer og verdier. Resultatet er at det ofte oppstår etiske dilemmaer der valget står mellom ønsket om å øke nytten (lykke, lyst eller forbruk) og etiske forpliktelser overfor andre mennesker (rettferdighet, tillit og nøysomhet). Med andre ord en konflikt mellom hva vi ønsker å gjøre og hva vi bør gjøre.
3. Sosio-Økonomi blir beskrevet som en flerfaglig disiplin som bygger bro mellom ulike vitenskapelige fagområder. Behovet for et flerfaglig perspektiv blir begrunnet med at beslutninger og handlinger innenfor økonomi alltid vil være påvirket av ikke-økonomiske forhold knyttet til den sosiale og kulturelle konteksten.

Økonomi en underkategori

Sosio-økonomi hevder at økonomien er en underkategori av overordnede sosiale eller samfunnsmessige systemer. Betegnelsen sosio-økonomi viser til at all økonomisk aktivitet foregår innenfor en sosial kontekst som ikke kan reduseres til summen av individuelle handlinger. Etzioni er mer opptatt av hvilke normer og verdier som regulerer atferden til aktørene på markedet enn av økonomiens innvirkning på natur og økosystemer. I artikkelen *A Crisis of Consumerism* (2009) stiller Etzioni spørsmål ved grunnleggende verdier i forbrukersamfunnet. I denne sammenheng viser han til Maslows humanistiske psykologi der menneskets behov fremstilles i ulike nivåer, fra de mest grunnleggende fysiske behov til



Professor Amitai Etzioni er forfatter til det kommunitaristiske manifest.

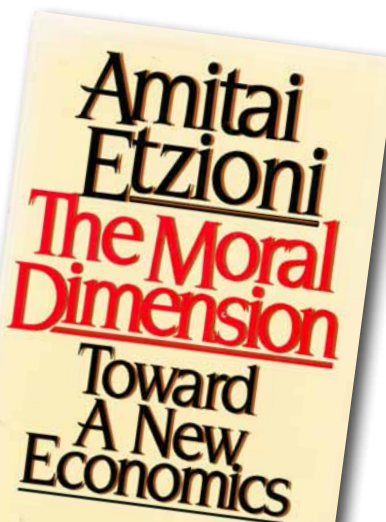
det høyeste – behovet for selv-aktualisering. Etzioni stiller seg kritisk til at økt forbruk bidrar til økt selvfølelse og selv-aktualisering. Han argumenterer for at det gode liv ikke kan ses isolert fra utviklingen av det gode samfunn. Som betegnelse på dette samspillet bruker Etzioni betegnelsen 'Jeg & Vi paradigmet'. Det enkelte individ ansvarliggjøres ved å inngå i sosiale nettverk. Kulturen er dypt forankret i menneskelige relasjoner.

Forklaringen på den negative utviklingen der felles verdier har forvitret og individualisme og egosentrisk nyttetenkning har fått økende dominans er blant annet at internaliserte verdier og ytre autoriteter har fått redusert innflytelse i de senere årene. Selv om Etzioni er åpen for at mer detaljerte reguleringer, flere kontrollører og økt vakt hold kan være nødvendig for å dempe negative symptomer hevder han at de ikke garanterer for at økonomiske transaksjoner følger lover og regler. For å utvikle en selv-regulerende sosio-økonomi kreves det endringer i de kulturelle verdiene. Etzioni påpeker at slike endringer alltid er et resultat av bottom-up initiativer forankret i for eksempel sosiale bevegelser og

frivillige organisasjoner. „Changing the normative culture would shift public perceptions to view these changes as an opportunity to abandon consumerism“ (Etzioni 2009, p. 161)

Litteratur:

- » Etzioni, A. (1988) *The Moral Dimension - Toward A New Economics*, The Free Press
- » Etzioni, A. (2002) *Towards a Socio-Economic Paradigm*, Socio/Economic Review Vol. 1. No. 1. (pp. 105–118)
- » Etzioni, A. (2009) *A Crisis of Consumerism in Aftershocks: Economic Crisis and Institutional Choice*, Anton Hemerijck, Ben Knapen, Ellen van Doorne (ed.), (Amsterdam: Amsterdam University Press, (pp. 155–162)



Nytt fra Cultura

Hvorfor investere i Cultura Bank?

Cultura Bank inviterer innskytere og gamle og nye venner til å tegne egenkapitalbevis ved høstens emisjon

Av banksjef Lars Hektoen



Bank- og finanskrisen har avdekket at mange finansinstitusjoner og banker ikke lenger tjener den realøkonomiske utviklingen, men har som hovedhensikt å tjene mest mulig penger for aksjonærene. Samtidig ser vi at gode prosjekter innen landbruk, omsorg, utdanning og lokalt næringsliv sliter med å skaffe seg finansiering. Vår ambisjon er å være en bank som bidrar til en positiv samfunnsutvikling og en sunn økonomi, der hensynet til miljø og mennesker kommer før hensynet til maksimal profitt. Vår praksis gjennom 13 år har vist at det er mulig å drive en lønnsom bank etter disse prinsippene.

Forvaltningskapitalen i Cultura Bank har siden starten i 1997 vokst fra 40 til over 400 millioner kroner. Utlån til bedrifter og private utgjorde ved siste årsskifte ca 300 millioner kroner. Utlånene finansieres gjennom innskudd fra kunder og innskutt egenkapital i form av egenkapitalbevis, som er sparebankens form for aksjer.

Når utlånene vokser, må banken hente inn mer egenkapital slik at denne holder seg på et forsvarlig nivå. I Cultura Bank regner vi 15 % av risikovektet balanse som en passende andel egenkapital, noe som også samsvarer godt med det som er vanlig for norske sparebanker. Lovens minstekrav er 8%. På bakgrunn av de siste årenes vekst, trenger vi derfor å øke egenkapitalen for å kunne fortsette å vokse på utlånssiden.

Vi oppfordrer nå våre innskytere og venner som deler vårt verdigrunnlag til å hjelpe oss til å vokse videre, ved å kjøpe egenkapitalbevis.

Hvordan?

I perioden fra 15. oktober til 30. november kan du tegne deg som kjøper av egenkapitalbevis i Cultura Bank. Det er utarbeidet et prospekt som kan fås i banken eller lastes ned fra våre nettsider, www.cultura.no. Dersom du har



Foto: Mikkel Østergaard

ytterligere spørsmål kan du henvende deg til banken v/ Lars Hektoen eller Morten Blaauw. Kontakt oss gjerne på e-post: cultura@cultura-no.

Hva får du igjen som 'medeier' av Cultura Bank?

Vi håper at våre investorers viktigste motivasjon er en tilslutning til bankens verdigrunnlag og en forventning om at banken klarer å virkeliggjøre sine ambisjoner i praksis.

Vi kan ikke love høy avkastning eller kortsiktig kursgevinst, men har som mål å kunne tilby en nøktern avkastning.

Egenkapitalbevisene har rett til en andel av bankens overskudd som utbytte, eller hvis utbytte ikke deles ut, som en øremerket del av bankens reserver som kalles utjevningsfond. For 2009 ble det ikke utbetalt utbytte, men ca 1 million kroner ble lagt til utjevningsfondet.

Som egenkapitalbeviser gir du et viktig bidrag til utviklingen av en ny økonomisk kultur.

Bevisene er fritt omsettelige, og avvikende kurser kan forekomme, men så langt har så å si all omsetning foregått til pari kurs, kr 1 000.

Som eier av egenkapitalbevis er du med på å velge ¼ av medlemmene i bankens forstanderskap, som er bankens øverste organ. De øvrige representantene velges av kunder, de ansatte samt en representant som oppnevnes av kommunen, i vårt tilfelle Oslo by. Sparebanken har således en svært demokratisk styreform, og bankens formål vernes på denne måten mot eventuelle angrep utenfra.

Bankkultur og Cultura Bank

Fra 1820 tallet og fremover grunnla flere lokalsamfunn sine egne, selveiende sparebanker. Formålet med alle disse bankene var å stimulere til sparing og gjennom dette fremme utvikling av næringsvirksomhet. Cultura Bank ser på seg selv som en samfunnsbyggende institusjon, mye lik de opprinnelige sparebankene på 1900-tallet. Dessverre har mange av dagens banker fjernet seg langt fra denne modellen og driver en virksomhet der personlig kjennskap og et gjensidig tillitsforhold mellom banken og kundene spiller en underordnet rolle. Lånesøknadene siles gjennom databaserte modeller, og eierne, aksjonærene, er langt unna bankens daglige drift. Ingen vet heller hva banken låner ut penger til. Bankens hovedanliggende er å skape størst mulig avkastning på egenkapitalen, gjerne gjennom utstrakt engasjement i finansmarkedene og med store inntekter fra ren spekulasjon. Cultura Bank representerer en bankkultur som går i mot denne utviklingen. I tillegg vil vi vise vei og bidra til en alternativ utvikling som også kan stoppe nedbrytningen av miljøet og skape økt sosial tilhørighet. Kort sagt et mer menneskevennlig og bærekraftig samfunn.

Invester i Cultura Bank

Cultura Bank vokser og trenger mer egenkapital.

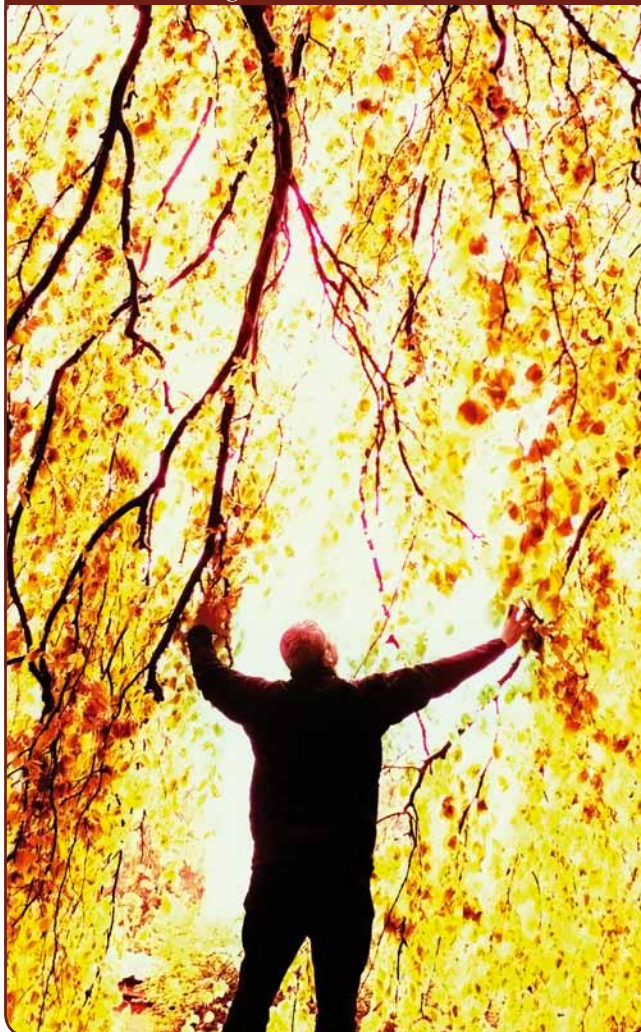
Derfor er det besluttet å invitere til ny tegning av egenkapitalbevis.

Emisjonen finner sted i perioden 20. oktober til 15. november 2010.

Prospekt finnes på www.cultura.no

For mer informasjon, kontakt Cultura Bank på cultura@cultura.no eller ring 22 99 51 99 og spør etter Lars Hektoen eller Morten Blaauw.

Foto: Mikkel Østergaard



Nordisk råds natur og miljøpris til Cultura Bank

Merkur Andelskasse, Ekobanken og Cultura Bank har sammen fått Nordisk råds natur- og miljøpris 2010. Miljøprisen på 350 000 danske kroner blir i år delt ut for sekstende gang, og temaet for prisen er grønn kapitalforvaltning. Prisutdelingen skjer i Reykjavik 3. november. Det betyr mye for Cultura Bank å motta denne prisen og vi setter stor pris på at det settes fokus på grønn kapitalforvaltning, og at vi får anerkjennelse for det vi har arbeidet med i så mange år, med samfunnsnytte og åpenhet som bærebjelker.



Nordisk Råd

Nytt fra våre kunder

Unntak og regel

Teatergruppa Fabula Rasa spiller Unntak og regel av Bertolt Brecht på Black Box teater i Oslo fra 24.–28 november. Det blir musikkteater med Bertolt Brechts originaltekst og nykomponert musikk av Bjørn Bolstad Skjelbred. For å tydeliggjøre tematikkens samtidsrelevans vil forestillingen gå direkte over i en åpen samtale med utvalgte ekspertgjester, Ingeborg Gjerum fra Naturvernforbundet, samt korrupsjonsjeger og forfatter Nigel Krishna Iyer, som har bred erfaring med oljebransjens mislighetskultur i både Norge, England og resten av Europa.

Se www.blackbox.no for billettbestilling og mer informasjon.

Vannform til salgs

Signy Krohn i Molde har en syvfoldig vannform som hun vil selge til halv pris, kr 16 000. Hun kan kontaktes på mobil 938 15 634 eller e-post signy.k@online.no.



Cultura Bank på Globaliseringskonferansen

Cultura Bank medvirker på Globaliseringskonferansen 2010 som finner sted i Folkets Hus i Oslo 18.–21.november. Konferansens tittel er *mellom krise og håp* og vil ha fokus på løsninger og håp.

Globaliseringskonferansen er et møtested og et samarbeidsforum for aktivister, tillitsvalgte og andre engasjerte i Norge som arbeider for en verden der hensynet til mennesker, samfunn og miljø settes foran hensynet til fortjeneste. I løpet av de fire dagene konferansen pågår, holdes en rekke stormøter, seminarer, verksteder, debatter og foredrag med innledere fra både inn-og utland. I tillegg satser konferansen på fristende kulturinnslag som kulturbarnehage, konserter, film og bokbad.

Cultura Bank arrangerer sammen med Framtiden i våre hender en workshop fredag 19.november: Vekstens pris – må økonomien legges om av hensyn til miljøet? I tillegg til arrangørene, vil representanter fra Finansdepartementet og Civita innlede.

www.globalisering.no



GLOBALISERINGS-
KONFERANSEN

Abonnement på Pengevirke

I Norge kan abonnement på Pengevirke tegnes ved å kontakte Cultura Bank. Bladet finansieres ved frivillig abonnementsavgift. Selvkost er ca. kr 150,- pr. år. Beløpet kan innbetales til konto 1254.96.00555, adresse Cultura Sparebank, Postboks 6800 St. Olavs plass, 0130 Oslo. Merk innbetalingen 'Pengevirke 2010'. Pengevirke kan også leses i pdf-utgave på www.cultura.no.

For mye post fra oss?

Hvis du ikke ønsker å motta bladet, eller du får for mange eksemplarer, kontakt Cultura Bank på telefon 22 99 51 99 eller cultura@cultura.no.



Gunstige miljøboliglån

Culturas Bank har utvidet sitt tilbud til privatpersoner. Vi kan nå tilby miljøboliglån med gunstige rentebetingelser til kunder som skal bygge et Shelter hus fra Aktivhus AS (se artikkel annet sted i bladet) eller et Svanemerket hus. Vi har også gode lånebetingelser til kunder som vil gjøre påkostninger på boligen som gjør at energiklassifiseringen forbedres.

Se www.cultura.no eller kontakt banken for nærmere informasjon om aktuelle rentesatser og betingelser.

Gentle actions

Gentle actions er et kunst- og miljøprosjekt som finner sted i Kunsternes Hus i Oslo, 23. oktober–14. november 2010. Det blir et møtested for engasjerte mennesker innenfor en eksperimentell visuell ramme. Det utvikles spesielle møtesteder eller habitater for lokale møter. Cultura Bank deltar i habitatet for økologisk økonomi, sammen med blant annet Irene Nygårdsvik fra Spekulatoriet i Bergen og Ove Jakobsen fra Høyskolen i Bodø, som holder seminar om økologisk økonomi 6. og 7. november.

www.gentleactions.wordpress.com

Noen av våre nye utlånsprosjekter

Biologisk dynamisk gård er blitt stiftelse

Gården Alm Østre har vært drevet og eiet av Trygve Sund siden 1967, og den ble tidlig lagt om til biologisk dynamisk drift. I 2009 ble stiftelsen Alm Østre opprettet, med det formål å overta eierskapet til gården. Stiftelsen skal foruten å drive gården også drive forskning, opplysning og veiledning i biologisk dynamisk landbruk og spre kunnskap om ernæring og forvaltning av naturressurser i en helhetlig sammenheng. Gården gir arbeid for inntil 3 forpakterfamilier, og de mottar også praktikanter. Det produseres hovedsakelig grønnsaker og melk, foruten noe korn, kjøtt og egg. Produktene selges blant annet via gårdsbutikk og en abonnementsordning for Hamar-/Stange, Gjøvik og Lillehammer området.

www.almostre.no, almostre@gmail.com

Cirkus Xanti

Cirkus Xanti er et sirkuskompani som produserer forestillinger, undervisningsprosjekter og events. Cirkus Xanti arbeider også for etablering av et senter for sirkus som scenekunst, for å kunne videreutvikle nysirkus. Deres mobile sirkuslandsby har vært på turne i Sør Norge sommeren 2010, med artister og forestillinger fra hele verden. På programmet sto også sirkusskole, der både barn og voksne kunne få prøve seg.

www.cirkusxanti.no



Flere barnehageplasser

Regnbuen Steinerbarnehage ligger vakkert til på tunet til Steinerskolen i Asker, der de har holdt til siden 1995. Den gangen hadde barnehagen plass til 36 barn over 3 år. Høsten 2006 ble den ene avdelingen gjort om til småbarnsavdeling med plass til 10 barn i alderen 1–3 år. Barnehagen har hatt økt pågang de siste årene, og de har derfor i løpet av 2010 utvidet med et nytt tilbygg og med en liten familiebarnehage i en villa like ved barnehagen. Barnehagen har nå igjen 2 avdelinger med barn over 3 år i tillegg til småbarnsavdeling og familiebarnehage. Cultura Bank har gitt byggelån i forbindelse med tilbygget.





Det første Shelterhuset ble bygget på Voss

Miljøboliger for fremtiden

Aktivhus AS har hatt som mål å skape det mest miljøvennlige og bærekraftige bolighuskonseptet på markedet i dag. De står bak miljøhuset Shelter, som med sine fleksible planløsninger kan dekke boligbehovet for både små og store husholdninger. Shelter er utviklet i samarbeid med Gaia arkitekter

Av Jannike Østervold

„I Aktivhus har vi arbeidet ut fra en retning som få andre har grepet fatt i, vi tenker helhetlig og søker det natur-nære, enkle og robuste. Mange kaster seg over energisparing og glemmer inneklimaet – eller omvendt,“ sier arkitekt Rolf Jacobsen, som leder Aktivhus.

Han forteller at Shelterhus-konseptet i stor grad bygger på erfaringene Gaia arkitektene har høstet gjennom å arbeide med økologiske hus i 25 år. Tidligere har økologiske hus typisk vært enkeltprosjekter, ett og ett hus, alle litt forskjellige – og ikke så veldig mange totalt. Aktivhus vil nå gjøre økologiske hus lettere tilgjengelig for flere.

Alle detaljer er gjennomtenkt

Det er tenkt miljø i alle detaljer, fra energieffektiv design til materialer og byggemetoder. Byggematerialene er naturlige og miljøvennlige, og det er lagt stor vekt på arealeffektivitet. Resultatet er blitt et hus med svært lavt energiforbruk og godt inneklima. Selv om boligene er relativt små, gir de likevel en god romfølelse. Naturlig ventilasjon og fuktregulerende materialer bidrar til det gode inneklimaet.

Rolf forteller: „Det begynte med noen hus i økolands-byen i Hurdal. Det skulle bli organiske, økologiske hus,

gjørne litt rare og hyggelige. Etter hvert kom vi fram till hva vi egentlig ønsket og trengte for å få dette ut til flere – små, enkle helt gjennomarbeidede hus. Vi startet med halmhus og mindre hus, men så etterhvert muligheter for å lage mer fleksible modeller. Ingen i ferdighusbransjen hadde satset på noe lignende. Vi søkte støtte fra Husbanken, lagde modeller og startet Aktivhus.“

Aktivhus kontra passivhus

„Navnet Aktivhus er en kommentar til passivhusbølgen,“ sier Rolf. ”Passivhusene er bra når det gjelder energi, men rapporter fra utlandet kan tyde på at det kan være problemer med innneklimaet. Vårt hovedankepunkt er ventilasjonssystemet med varmegjenvinning og helt tette hus. Dessuten fokuserer passivhus bare på kwh pr. m², det sies ikke noe om hvor store husene skal være. I Aktivhus er vi opptatt av arealeffektivitet. Vi har bygget et Shelter 2 hus på Voss, og tilbakemeldingene vi har fått er at folk blir forbauset over hvor rommelig de opplever at huset er innvendig, etter å ha sett det utenfra og tenkt at „dette var jammen ikke store huset“.

Det første Shelterhuset ble satt opp på Voss, og et annet er under oppføring i Heidal. Rolf forteller at det nå skal bygges 19 Shelterhus i øklandsbyen i Hurdal, noen som borettslag og noen for utleie.

Rolf Jacobsen og Aktivhus har hatt som mål å skape det mest bærekraftige og miljøvennlige buset på markedet.



SHELTER – et helhetlig miljøhuskonsept

CO₂ nøytralt

Huset er bygget av klimanøytrale byggematerialer. Shelter kan bygges med tømmeramme, massivtre og trefiberisolasjon eller med tømmeramme og halmvegger. Dette er fornybare, biologiske materialer som krever lite energi i produksjon. I motsetning til betong, metall og plast ol. som forårsaker store CO₂-utslipp vil tre og evt. halm i praksis magasinere CO₂.

Fleksible planløsninger

Huset finnes i flere modeller. Basismodellen på 82m² BRA har 3 soverom, fullverdig bad, åpent kjøkken og oppholdsrom. Den kan bygges ut med 3 meter i hver av endene. Med utbygging i begge ender, blir huset på 150m² BRA, og kan passe for opp til 6 personer. Shelter kan også fås som tomannsbolig og som kollektivbolig. Alle modellene har livsløpsstandard, det vil si at man skal kunne bli boende, selv om man blir såpass bevegelseshemmet at man må bruke en enkel manuell rullestol.

Det er mulig å få et veksthus tilknyttet boligen.

Energiforbruk

Huset er utstyrt med termisk solfanger på taket og en effektiv vedkomfyr med vannoppvarming. Til sammen gjør dette at behovet for kjøpt energi er lavt. Det er også mulig å gjøre det til et 0-energi hus, ved å installere solcelleanlegg på taket. En viktig faktor for energiforbruket er også boligens størrelse. Shelter er gjennomsnittlig 40–50% mindre enn normale boliger er i Norge i dag.

Pris

Shelter blir noe dyrere enn vanlige ferdighus regnet pr. kvadratmeter. Sammenlignet med gjennomsnittlige byggekostnader er imidlertid forskjellen liten. Shelter er imidlertid relativt små, men innholdsrike hus, og totalkostnaden vil derfor være overkommelig.

Les mer: www.aktiv-hus.no

Aktivhus AS er kunde i Cultura Bank.

Cultura Bank
tilbyr gunstige
miljøboliglån
til bygging
av Shelterhus.

CULTURA BANK

Idealisten forlot skolen og ble kjøpmann

Etter en omvei som folkeskolelærer valgte Bodil Dahl Jensen andre verdier og ble økologisk kjøpmann. Nå har hun drevet 'Jordens Frukter' i det nordlige Århus i mer enn 25 år

Av Per Andersen, leder for næringslivskunder i Merkur i Århus



Økologi er for langhårete. Det er ikke noe man kan leve av. Bodil Dahl Jensen merket tydelig farens og omgivelsenes skepsis, da hun i 1985 etter en grunnutdannelse på Den Økologiske Jordbrugsskole etablerte 'Jordens Frukter' i en kjellerleilighet i den århusianske bydelen Trøjborg sammen med Mogens Hansen. Bodil hadde arbeidet for ham på hans økologiske gartneri Marienlyst ved Århus. 'Jordens Frukter' skulle selge økologiske grønnsaker til århusianerne. I sterkere grad enn en jobb som lærer i folkeskolen levde dette opp til Bodils brennende ønske om et bedre miljø gjennom å behandle jorden riktig.

25 år senere er farens og omgivelsenes holdning gjort til skamme. Bodil selger stadig varer i 'Jordens Frukter', med økologi og miljø i høysetet. Den høyskoleutdannede kvinnen føler at holdninger og arbeid går hånd i hånd som økologisk kjøpmann. Hun ser fornøyd tilbake på årene i butikken og gleder seg til årene som kommer.

Nye produkter strømmet til

Butikken er fortsatt fylt med hyller i furu og en lakkert lys tredisk med kassaapparat, men sortimentet av varer har blitt betydelig større i løpet av årene. Tilbudet av økologiske grønnsaker har eksplodert, og massevis av nye biodynamiske mat- og helseprodukter har kommet til. Varene stables pent opp i 'Jordens Frukter', som for allerede mange år siden flyttet fra kjellerleiligheten på 30 kvadratmeter til større, leide lokaler i hovedgaten på Trøjborg.

Utviklingen av tilbudet av varer bestemmer Bodil ikke bare selv utfra sine holdninger og erfaringer. Kunder, leverandører og medarbeidere har også stor innflytelse. Kjøpmannen sier:

„Innimellom spør kundene etter en bestemt vare, eller om vi har noe som passer til en bestemt anledning. Hvis

„Jordens Frukter' var et riktig valg, fordi jeg er tro mot idealene mine. Også selv om jeg aldri kommer til å bli millionær“, forteller innehaver Bodil Dahl Jensen.



‘Jordens Frugter’ begynte i det små med et begrenset utvalg av økologiske grønnsaker. I dag bugner butikken med et stort utvalg av økologiske og miljøvennlige varer.

det passer oss, tar vi varen inn eller finner en løsning som kan dekke kundens behov. Våre grossister kommer også med gode forslag til nye produkter. Det har for eksempel betydning at vi har fått langt flere utenlandske produkter, blant annet fra u-land“.

På tross av voksende vareutvalg skulle Bodil gjerne ønske at det kommer mer fart i utviklingen av økologiske og biodynamiske produkter, slik at de hele tiden følger bedre med innen nyeste viten og tendens innenfor sunnhet. Da vil ‘Jordens Frugter’ kunne høste fordelene som innovatør, fordi butikken lettere kan ta inn nye varer sammenlignet med de store kjedene, som også i de seneste årene har fått øynene opp for økologiske varer og som presser på i en sterkere konkurranse.

Kundene ønsker rådgivning

Utviklingen i sortimentet stiller hele tiden nye krav til de ansatte i butikken. Personalet må være parate til å informere og kommunisere med kundene om detaljene ved de mange spesielle produktene innefor mat og helse. Derfor er det en fordel for Bodil at de fleste av medarbeiderne, som alle er kvinner, har stor kunnskap om varene gjennom sine mange år i butikken og fra bransjeforeningens kurs.

Typen kunder har ikke forandret seg så mye opp gjennom årene. Ifølge Bodil er mange av kundene velutdannete, de deler kjøpmannens ønsker om et bedre miljø og klima, men stadig flere kjøper også økologiske og biodynamiske varer av hensyn til sin egen helse. De ser at flere kunder målrettet etterspør spesielle produkter, som for eksempel glutenfrie matvarer.

Kjøpmannens faglige og personlige utfordringer

Kjøpmannen har i løpet av årene møtt på dilemmaer i valget av varer som skal stå på hyllene i ‘Jordens Frugter’. Hun fremhever et konkret eksempel:

„For noen år siden fikk en gruppe stoffer som blir kalt parabener mye negativ omtale i mediene. Avisene fastslo at parabener var skadelige for mennesker, fordi de som konserveringsmiddel i hudpleieprodukter forstyrrer hormonene hos fisk. Jeg var derfor tvunget til straks å fjerne

alle varer med parabener fra hyllene, fordi jeg risikerte å miste kunder ved å beholde disse produktene. Selv om noen av parabenene er uskadelige og bedre enn mange andre konserveringsmidler“.

En personlig indre konflikt rammer også Bodil Dahl Jensen, når hun som kjøpmann erkjenner at vekst i salget strider mot verdien hennes, fordi økonomisk fremgang så ofte henger sammen med et voksende forbruk, som belaster miljøet mer og skaper enda mer fokus på materielle ting. Hun illustrerer det slik:

„Finanskrisen har også rammet mine kunder, som på grunn av mindre penger og større usikkerhet har blitt mer tilbakeholdne med å kjøpe varer. Det er ille for meg som kjøpmann, men det er bra for miljøet og kan åpne øynene for at det er mer enn forbruk som er verdifullt. Dette passer fint til mine holdninger“.

‘Jordens Frugter’ er en riktig beslutning

Når Bodil gjør opp status etter de mange årene som kjøpmann, sier hun at hun fordi hun kommer fra en familie som har drevet selvstendig virksomhet gjennom mange generasjoner, kjente til de lange arbeidsdagene, mulighetene for en svingende økonomi og det ansvaret som fulgte med. Dette skremmer fortsatt ikke den kvinnelige kjøpmannen, som underveis har lært enormt mye om det å være kjøpmann. Innkjøp, lagerstyring, sortiment, salg, reklame osv. Og hun verdsetter fortsatt blant annet at det er en kort vei fra tanke til handling, så hun forhåpentligvis fortsatt kan gå foran med de nyeste produktene innen økologi, biodynamikk og helse.

Les mer om ‘Jordens Frugter’ på
www.jordensfrugter.dk

Jordens Frugter er kunde i Merkur.

Hva er det vi spiser?

Industrien vil overbevise oss om at matlaging er en byrde vi skal avlastes fra. Mats-Eric Nilsson har utforsket hva de tilbyr oss i stedet

Av Arne Øgaard

Vi har fått et stort utvalg av ferdige retter som kan tilbredes på en-to-tre. Men i de industrielle prosessene blir maten ødelagt på ulike vis, og for at den skal bli salgbar må den derfor sminkes slik at den igjen blir et tiltalende produkt. Det tilsettes kunstige farger, kunstige smaker, stoffer som gir en glinsende overflate osv. Brødet blir tilstatt stoffer som gjør at det skal virke ferskt så lenge som mulig. Desto mer kunstig som settes til, desto billigere kan et produkt bli. Det oppstår dermed en dobbel motivasjon for å bruke slike stoffer.

Både prismessig og smaksmessig blir det stor forskjell på iskremen som er laget av ekte råvarer og den som det selges mest av i butikkene. Det var nettopp gjennom møtet med en såkalt pistasj-is at svenske Mats-Eric Nilsson fikk inspirasjon til å finne ut mer om hva det egentlig er vi spiser. Etter omfattende undersøkelser ga han ut boken *Den hemmelige kokken* som vakte stor oppmerksomhet i Sverige og som nå er oversatt til norsk. I et rolig og saklig språk viser han en omfattende kunnskap om moderne matindustri. Dette er ikke en agitatorisk skremselsbok, men en bok som kan vekke bevissthet om hva vi går glipp av ved ikke å tilberede maten selv. Vår sanser er organer som forteller oss noe viktig om verden som omgir oss. Når vi narrer sansene med kunstige etterligninger narrer vi jo egentlig oss selv.

At noen av tilsetningsstoffene også kan ha uheldige sider omtales i et kort kapittel. Her gis det et eksempel på hvordan natriumbenzoat og askorbinsyre som er

ufarlige hver for seg, sammen kan danne det kreftfremkallende stoffet benzen. Han siterer også en amerikansk ernæringsprofessor som påpeker at vi ikke bør putte i oss stoffer som har så lange og vanskelige navn at vi ikke kan klare å uttale dem. Spesielt advares det mot kunstige fargestoffer, smaksforstærkere og spesielt aromastoffene. Den siste gruppen er så omfattende og er til dels også

industrihemmeligheter slik at det ikke foreligger et tilsvarende kontroll som av de såkalte E-stoffene.

Nilsson diskuterer også hva som ligger i begreper som 'ekte', 'hjemmelaget' og 'ferskpresset', og et av kapitlene har fått tittelen 'Fersk betyr gammelt'. Boken gir en interessant beskrivelse av den historiske utviklingen. Den har en omfattende matvareoversikt og en oversikt over E-stoffene. Dette er en bok som gir oss forbrukere noe av den innsikten vi trenger for å ta bevisste valg. Den er noe preget av svenske forhold, men har en egen oversikt over anbefalte utsalgssteder for kvalitetsmat i Norge. Bakerikjeden *Godt brød* har fått en kort omtale inne i boken, men har av en eller annen grunn ikke kommet med på denne listen.

For 40 år siden tok svenske Bjørn Gillberg opp deler av denne problematikken i boka *Miljø, økonomi og politikk*. Siden har det kommet mange bøker som har belyst temaet, men vi trenger å bli påminnet igjen om hva mat egentlig er og at det kan være en god investering å lage mat selv av ekte råvarer.



Den hemmelige kokken, av Mats-Eric Nilsson, Spartacus forlag, Oslo

Et meningsfylt arbeidsliv

Av Henrik Platz

Gjennom tidene har årsakene til at vi arbeider forandret seg dramatisk. I antikken var arbeid ansett som noe vulgært og noe som gjorde menneskene ufrie, mens i dag er arbeidslivet blitt en arena hvor vi realiserer oss selv som individer og som mennesker. Vi bruker en stor del av livet vårt på å arbeide, og mange ønsker å gi et positivt bidrag til samfunnet.

Cecilie Lynnerup Eriksen har redigert antologien *Det meningsfulde arbeidsliv*, hvor det gjennom en samling artikler stilles spørsmål om betydningen av arbeidslivet. "Det meningsfulde arbeidsliv" henvender seg til dem som er bevisste meningen med arbeidet sitt. Artiklene i boken tar utgangspunkt i arbeidslivet basert på medisinske, psykologiske, filosofiske, antropologiske, etiske, ledelsesmessige og praktiske perspektiver. Vi trenger å føle et fellesskap på arbeidsplassen, å oppleve innflytelse og flyt i arbeidet, vi har behov for å få bruke evnene våre

fullt ut, å få anerkjennelse og å møte tillit og oppleve våre bidrag som etisk verdifulle i forhold til kolleger og kunder. Slik kan arbeidet gi mening og verdi for den enkelte og beskytte oss mot stress og håpløshet. Men samtidig kan et meningsfylt arbeid komme til å fylle hele livet, gjøre en sårbar i forhold til egen identitet, det kan gå utover familien og naboen og dermed svekke samfunnet. Så det handler om å finne den rette balansen.



Det meningsfulde arbeidsliv, avt Cecilie Lynnerup Eriksen (red.), Aarhus Universitetsforlag 2009, ISBN 978 87 7934 510 2. Boken er utgitt på dansk.

Kokebok for deg som vil leve enklere og mer miljøvennlig

Grønn Hverdag står bak en kokebok med gode tips om hvordan du kan spise mer miljøvennlig

Av Stian Torstenson

Du får tips om å spise mer grønt, økologisk, fairtrade og kortreist mat. Her omdøpes 'restemat' til 'redesign' av mat. Når du bruker rester, kaster du mindre mat, og du sparer penger. Du finner tabeller som viser hvor mye CO₂ utslipp de enkelte matvarene forårsaker og oversikt over hvilke fisk og skaldyr du kan spise med god samvitighet. Her er også råd om kompostering og om hvordan du kan spare energi på kjøkkenet. Siste kapittel handler om hvordan du kan bruke ugress, frukt, bær og sopp til matlaging.

I boka finner du oppskrifter for kjøtt og fisk, men også en rekke vegetaroppskrifter og alternativ til kjøtt i for eksempel taco og burgere. Oppskriftene virker forholdsvis enkle og greit forklart. Jeg savner at oppskriftene har trinnvise beskrivelser, og bildene kunne også vært litt friskere, men som helhet er det en god samling oppskrifter og en nyttig innføring i miljøvennlig kosthold.

Boka viser at du trenger ikke legge om kostholdet, eller bruke mer tid på matlaging dersom du vil spise mer miljøvennlig, men hvis du gjør noen enkle grep når du handler og lager mat, er du på god vei.



Vær så god - Kokebok for deg som vil leve enklere og mer miljøvennlig, av Arne Otto Iversen (red.) ISBN: 978-82-7201-469-7 Boka koster kr. 379,-, og kan kjøpes i norske bokhandlere eller bestilles direkte fra Grønn Hverdag – www.gronnhverdag.no

Nok klær i skapet

Det er et grunnleggende dogme i liberalistisk markedsøkonomi at om alle pleier sine egne interesser, blir det samlede resultatet for samfunnet som helhet også det beste. Den aktuelle økonomiske krisen gir en interessant anskueliggjørelse av denne sammenhengen, om enn konklusjonen blir annerledes enn forventet

Av Lars Pehrson, administrerende direktør i Merkur

Ved krisens begynnelse leste jeg en liten historie i en avis, som ble brukt som et bilde på tidens trender. Den handlet om en ung person som var veldig interessert i mote. Klesskapet var fullt og kassekreditten etter hvert oppe i 50 000 kroner. Kri-
sestemningen skapte nå en viss ettertanke og en erkjennelse om at det egentlig var nok klær i skapet. Så innkjøpsstopp ble innført, og en rask nedbetaling av kreditten innført i stedet. Alt i alt meget fornuftig og rosverdig. Det ble tatt ansvar.

Mange andre må ha gjort noe liknende, for mange bransjer opplevde nedgang i omsetningen, som fortsatt ikke har kommet opp på samme nivå som det lå på i de glade og ubekymrede dagene. Mange har altså blitt mer fornuftige, pleier sine egne interesser og prioriterer å nedbetale gjelden sin eller å spare.

Samtidig går Finansministeren alvorstungt ut på TV og oppfordrer folk til å bruke mer penger. Nå er det bruk for mer forbruk. Det fallende forbruket fører til krise og arbeidsløshet. Plutselig er summen av de mange egeninteressene ikke lengre lik fremgang for samfunnet som helhet, men det skaper derimot tilbakegang!

Ministeren er ikke den eneste. Overalt håpes det på eller trygles om at forbruket økes, så vi kan få fortgang i veksten. Vekst må til. Det er så mange enige om, at de færreste spør om hvorfor. I mange andre sammenhenger er en stabil situasjon ellers ofte ønsket eller ideell, men ikke innen økonomi. Stillstand er lik krise og tilbakegang. Dette burde vi diskutere nærmere. For det er jo åpenlyst heller ikke holdbart å fortsette med å pumpe penger ut i sirkulasjon gjennom å stifte gjeld, slik som det skjedde under boligboblen. Den økonomiske veksten var drevet frem av et overforbruk. Og kan økonomien, i det omfang det brukes fysiske ressurser, i det hele tatt fortsette med å vokse ubegrenset i en begrenset verden?



Man sier at penger kun kan brukes én gang, men det gjelder kun på det individuelle planet. Samfunnsmessig kan samme penger brukes flere ganger. De vandrer fra hånd til hånd og bidrar til å sette noe i gang hver gang det skjer. Vi snakker ofte om at samfunnet mangler penger, men det gir egentlig ikke noen mening. Et samfunn kan mangle fysiske ressurser, arbeidskraft eller ideer og viten, men ikke penger.

Etter hvert har det blitt vanskelig for oss å skjelne mellom forbruk og investering. Statsregnskapet eller – budsjettet (finansloven) er et 'kassaregnskap'. Det vil si at alt som kommer inn, er inntekter, og alt som går ut, er utgifter. Når staten sparer på 'utgiftene', er det ofte investeringene i fremtiden det går ut over, fordi det er mest bekvemt akkurat nå. Tenk bare på de foreldede jernbanesystemene, hvis fornyelse ble utsatt gjennom årtier, inntil et totalt sammenbrudd stod umiddelbart for døren. Slitasjen på infrastrukturen er i virkeligheten en utgift, et verditap (avskrivning). Men dette overses umiddelbart lett. Hvis en virksomhet førte regnskapet sitt slik som staten gjør det, ville det være helt umulig å få et overblikk over virksomhetens reelle situasjon!

Penger skal rulle for å sette ting i gang. Det er deres natur. Men fordi de fleste av oss har 'nok klær i skapet' vil det nok være bedre i en periode å heller konsentrere oss om vår felles infrastruktur, – trafikk, energi osv. Her har vi riktig store utfordringer i flere år fremover. Varige goder frem for mer til gjenbruksstasjonene! Men skal dette skje, så er det ingen vei utenom et lavere privat forbruk og økte felles investeringer, – dvs. høyere skatter samlet sett. Dette kan gjøres på mange måter, og er i seg selv en diskusjon verd, – som det ikke er plass til her! Skatt på finansielle transaksjoner nevnes av og til i debatten som en fristende mulighet. Det ville hjelpe et stykke av gårde på veien.

**Dokumentarfilmen
Zwischen Himmel und Erde
– Anthroposophie heute
gis nå ut på DVD**



Filmen kan kjøpes fra Antropos forlag og bokhandel, www.antropos.no, tlf 22 46 03 74. Filmen er laget av Christian Labhart, og den portretterer syv personer som lever med antroposofien i dag. Filmen er på tysk med engelsk undertekst.

Les mer om filmen og se trailer på nettsiden www.zwischenhimmelunderde.ch

Oransje
webdesign

vi utvikler gjerne din(e)

- » hjemmesider
- » trykksaker
- » nettbutikk

og hjelper med

- » oppdatering & vedlikehold av dine nåværende nettsider
- » sosiale medier
- » annonsering/markedsføring

www.oransje.com

info@oransje.com - tlf 47677790 - Stange

ISSN 1399-7734/
Online: ISSN 1901-2020

Pengevirke 3-2010

Utgis av

MERKUR

Den Almennyttige Andelskasse
www.merkur.dk

Cultura Sparebank

Et etisk alternativ
www.cultura.no

Redaksjon

Henrik Platz (ansvarlig i Danmark)
hp@merkur.dk

Arne Øgaard (ansvarlig i Norge)
arne.ogaard@steinerskolen.no

Jannike Østervold (sekr.)
jannikeo@cultura.no

Redaksjonell konsulent

Gert Träger, Traeger A/S

Layout

Martin Helbo, Pixels & paper

Oversettelse

Trude Holthe Møll, Communicator

Bladet kommer ut

Fire ganger i året. Neste gang december 2010

Opplag

14.400

Frist

Bidrag til neste utgave kan mailes til
Pengevirke senest 18. oktober 2010

Tema neste gang

Vendepunkter

Trykk

Scanprint A/S

Forside

Foto: Flemming Platz

Holdninger og synspunkter som kommer til uttrykk i de enkelte artikler og innlegg, er forfatterene selv ansvarlige for. De er således ikke nødvendigvis uttrykk for redaksjonens synspunkter.

Pengevirke er trykt på RePrint papir, fremstilt av 50% resirkulerte fibre og 50% cellulosefibre. Papiret er Svane- og FSC merket.



Blandede Kilder

Produktgruppe fra velforvaltede skove og andre kontrollerte kilder
www.fsc.org Cert no. SW-COC-001221
© 1996 Forrest Stewardship Council

B-Economique

RETURADRESSE

Cultura Bank

Postboks 6800 St. Olavs plass

N-0130 Oslo

NORGE

P.P.



Lyst til å leve mer miljøvennlig?



For under 3 kroner i uka kan du abonnere på Grønn Hverdag magasin - fullt av grønn inspirasjon!

Kun 150,- for 5 nummer (ett år). Du kan også bestille gaveabonnement. Bestill på www.grønnhverdag.no/magasin eller post@grønnhverdag.no