

## NACHHALTIGKEITSBERICHT PRAISECAMP18

Mai 2019

Erstellt von:  
Andi Bachmann-Roth  
André Moser



Josefstrasse 32  
8005 Zürich  
+41 43 344 72 05  
[abachmann-roth@each.ch](mailto:abachmann-roth@each.ch)

## INHALT

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 1. Zusammenfassung .....                       | 3  |
| 2. Einleitung .....                            | 4  |
| 2.1 Warum Nachhaltigkeit ? .....               | 4  |
| 2.2 Das PraiseCamp2018 in Kürze .....          | 4  |
| 2.3 Nachhaltigkeits-Fokus im PraiseCamp18..... | 5  |
| 2.4 Absicht des Nachhaltigkeitsberichts .....  | 6  |
| 3. Bildung .....                               | 7  |
| 3.1 Mitarbeitende Sensibilisieren.....         | 7  |
| 3.2 Teilnehmende Sensibilisieren .....         | 9  |
| 3.3 Fazit Bereich Bildung .....                | 13 |
| 4. CO2-Bilanz.....                             | 14 |
| 4.1 Mobilität.....                             | 14 |
| 4.2 Infrastruktur .....                        | 20 |
| 4.3 Verpflegung .....                          | 21 |
| 4.4 Fazit Co2-Bilanz .....                     | 23 |
| 5. Einkauf .....                               | 25 |
| 5.1 Fazit Bereich Einkauf .....                | 26 |
| Abfälle .....                                  | 27 |
| 5.2 Abfall reduzieren und vermeiden.....       | 27 |
| 5.3 Abfall entsorgen.....                      | 28 |
| 6. Weiteres.....                               | 29 |
| 6.1 Konformität.....                           | 29 |
| 6.2 Sicherheit und Gesundheit .....            | 29 |
| 6.3 Prävention sexueller Ausbeutung.....       | 30 |
| 6.4 Inklusion .....                            | 34 |
| 6.5 Ökonomie.....                              | 35 |
| 6.6 Spenden.....                               | 35 |
| 7. Fazit.....                                  | 36 |

## 1. ZUSAMMENFASSUNG

Das PraiseCamp hat sich Ziele im Bereich «Bildung», «CO<sub>2</sub>-Bilanz» und «Einkauf» gesetzt.

- Im Bereich «**Bildung**» konnte insbesondere durch den Secondhand-Shop ein neues, starkes Zeichen für Nachhaltigkeit gesetzt werden. Teilnehmende konnten mit dem Secondhand-Shop aktiv an einem Nachhaltigkeitskonzept partizipieren. Nachhaltigkeit konnte dank dem Shop als trendiger Lebensstil sichtbar gemacht werden. Mit MoveNow wurden junge Menschen motiviert, soziale Zusammenhänge wahrzunehmen und mögliche Lösungen zu formulieren. Negativ nehmen Teilnehmende die Nutzung von Einweggeschirr wahr. Hier müsste in einem nächsten Camp aktiver über die Gründe und Alternativen informiert werden.
- Im Bereich «**CO<sub>2</sub>-Bilanz**» werden die verursachten Emissionen als durchaus positiv bewertet. Der diesjährige Bericht zeigt auf, wie stark die Verpflegung in die CO<sub>2</sub>-Bilanz einfließt (mehr als das Dreifache der Mobilität). Im Vergleich zum PraiseCamp16 waren für das Camp18 bedeutend weniger Flüge nötig. Dies verbessert die CO<sub>2</sub>-Bilanz stark. Will man die realen CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensieren, müssten mindestens 3960 Franken, maximal 13'200 Franken in Kompensationszahlungen investiert werden. Das PraiseCamp hat 2'000 CHF in Kompensationszahlungen in Benin investiert. Künftig könnte man den Teilnehmenden die Möglichkeit bieten, gleich bei der Anmeldung oder während dem Camp einen persönlichen Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Kompensation zu leisten. Dadurch würden Teilnehmende noch viel stärker für das Thema sensibilisiert und die realen CO<sub>2</sub>-Emissionen könnten umfassend kompensiert werden.
- Im Bereich «**Einkauf**» wurde von Seiten des Nachhaltigkeitsbeauftragten nur wenig unternommen. Umso erfreulicher ist es, dass wir bezüglich des Einkaufes eine sehr gute Bilanz ziehen können. Dies zeigt auf, wie umsichtig die Beteiligten nicht nur in ökonomischer, sondern auch in ökologischer und sozialer Hinsicht handeln.

Positiv können weiter die verstärkten Anstrengungen im Bereich «*Prävention sexueller Ausbeutung*» oder die Umstellung auf digitale Kommunikation (PraiseCamp-App) erwähnt werden. Die Sicherheit, Gesundheit und Integrität der jungen Menschen waren dank dem professionellen Engagement unzähliger Freiwilliger gewährt. Die Teilnehmenden zeigten mit ihrer eindrücklichen Mitbeteiligung bei ActNow, dass ihnen Menschen wichtig sind und dass es ihnen nicht nur um das eigene Camp-Erlebnis geht.

Keinen grossen Stellenwert hatte das Thema Nachhaltigkeit in den Programmelementen. Neben MoveNow findet kaum eine inhaltliche (theologische) Auseinandersetzung über Nachhaltigkeitsthemen statt.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2018 zeigt auf, dass dem PraiseCamp ein gerechter und solidarischer Umgang mit den Mitmenschen und die Bewahrung der Schöpfung (Ökologie) wichtig sind. Es sind nicht in erster Linie die (wenigen) Massnahmen des Nachhaltigkeitsbeauftragten, sondern das umsichtige Handeln aller Beteiligten, welches zu einem positiven Nachhaltigkeits-Fazit führt. Der Nachhaltigkeitsbericht zeigt auch auf, wo das PraiseCamp einen noch grösseren Nachhaltigkeits-Effekt erzielen könnte. Die darin enthaltenen Daten sollen künftigen Datenerhebungen als Vergleichspunkt dienen.

Zürich, 12. Mai 2019

Der PraiseCamp-Nachhaltigkeitsbeauftragte



Andi Bachmann-Roth

## 2. EINLEITUNG

### 2.1 WARUM NACHHALTIGKEIT?

Das PraiseCamp will junge Menschen in ihrer Jesunachfolge fördern. Im 2018 liegt der Fokus im Besonderen auf dem Gebet (siehe unten). Daneben werden viele andere Werte wie z.B. Einheit, Evangelisation, Nächstenliebe etc. vermittelt. Wir wollen nicht einfach nur über Glaubenthemen sprechen, sondern diese, wenn immer möglich, auch gleich umsetzen. Dies gilt auch für das Thema Nachhaltigkeit. Darunter verstehen wir die zentralen christlichen Themen **Gerechtigkeit und Solidarität** (unser Umgang mit den Mitmenschen) und die **Bewahrung der Schöpfung** (Ökologie). Auch in diesen Bereichen wollen wir im PraiseCamp Vorbild sein und die TN zu einem nachhaltigen Lebensstil ermutigen.

### 2.2 DAS PRAISECAMP2018 IN KÜRZE

Das PraiseCamp ist ein christliches Jugendcamp, das seit 2002 zweijährlich mit rund 6000 Teilnehmenden stattfindet. Ziel des Camps ist es, den Glauben an Jesus Christus zu feiern und zu bezeugen sowie Gemeinschaft unter Christen zu leben. Junge Menschen sollen im Camp in allen Lebensbereichen gefördert werden. Das Camp wird von zahlreichen frei- und landeskirchlichen Verbänden und Organisationen gestaltet und getragen und versteht sich als Unterstützung für die lokale kirchliche Arbeit. Das PraiseCamp 2018 fand mit 5'800 Teenagern und jungen Erwachsenen vom 27. Dezember 2018 bis am 1. Januar 2019 in der Messe Basel statt.

Mit dem Thema «**PRAY – Wie im Himmel so auf Erden**» wurde im PraiseCamp18, nach dem Thema «THE BOOK – Wort vom Läbe» im letzten Camp, ein weiterer, im christlichen Glauben sehr zentraler Fokus gesetzt: Das Gebet, die persönliche Kommunikation zwischen Mensch und Gott. Das PraiseCamp18 bot den Teilnehmenden während sechs Tagen **ein reichhaltiges Angebot**: Inspirierende Inputs von bekannten und beliebten Referenten aus dem In- und Ausland, Konzerte von angesagten Künstlern, abwechslungsreiche Worship- und Gebetszeiten, alltagsnahe Seminare, Zeiten in den Kleingruppen sowie coole Freizeit- und Sportangebote.

Das PraiseCamp18 wurde nahezu vollständig von **über 900 freiwilligen Helfern und Mitarbeitern** organisiert und durchgeführt. Die letzte Erhebung ergab, dass rund 37'000 Stunden Freiwilligenarbeit für die Durchführung eines Camps geleistet werden. Das PraiseCamp wird wie in den vergangenen Jahren von den vier Organisationen Bibellesebund, Campus für Christus, King's Kids und SEA Jugendallianz veranstaltet. Eine breite Trägerschaft steht hinter dem Anlass. Mehr dazu unter [www.praisecamp.ch/infos/#ueberuns](http://www.praisecamp.ch/infos/#ueberuns).

Von Beginn weg ist nachhaltiges Handeln ein wichtiger Wert des PraiseCamp. 2016 wurde das Thema das erste Mal systematisch angegangen. Ein Nachhaltigkeitsbeauftragter wurde bestimmt und konkrete Massnahmen eingeleitet. Im **Nachhaltigkeitsbericht 2016** wird ersichtlich, dass verschiedene Massnahmen erfolgreich integriert werden konnten: Teilnehmende und Leitende wurden niederschwellig und kreativ für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert (Bildung), wir achteten darauf, anfallende Reisen möglichst ressourcenschonend zu gestalten (Mobilität) und fokussierten uns beim Einkauf auf fair produzierte und wiederverwendbare Produkte. Die ca. 35 Tonnen CO<sub>2</sub>, welche das PraiseCamp durch Mobilität verursachte, werden kompensiert mit der Spende von CHF 2000 zugunsten eines Wiederaufforstungsprojekts in Senegal. In vielen Bereichen konnte bereits 2016 eine gute oder gar sehr gute Nachhaltigkeits-Bilanz gezogen werden. Dies hat vor allem mit der sorgfältigen Handlungsweise der vielen Beteiligten



zu tun. Die über 800 Mitarbeitenden haben durch bewusstes und verantwortungsvolles Handeln zum Erhalt der Schöpfung und zu einem fairen Umgang mit den Mitmenschen beigetragen. In einem weit verzweigten Projekt, wie dem PraiseCamp, zählt das nachhaltige Handeln des Einzelnen ganz besonders. Der Nachhaltigkeitsbericht 2016 ist hier zu finden: [http://praisecamp.ch/content/uploads/2017/05/170526\\_Nachhaltigkeitsbericht\\_PraiseCamp16.pdf](http://praisecamp.ch/content/uploads/2017/05/170526_Nachhaltigkeitsbericht_PraiseCamp16.pdf)

## 2.3 NACHHALTIGKEITS-FOKUS IM PRAISECAMP18

Aufgrund der Erfahrungen im PraiseCamp 16 wurde entschieden, im Camp18 folgende Themenfelder besonders in den Fokus zu nehmen:

- **Bildung** (Kapitel 3): Wie kann das PraiseCamp Mitarbeitende und Helfende auf eine positive Art für Nachhaltigkeits-Themen sensibilisieren? Wir wollen den positiven Beitrag der Beteiligten herausstreichen. In der Vorbereitungsphase wurden folgende Umsetzungsideen entwickelt: Verschiedene **zielgruppengerechte Mitmach-Aktionen** gestalten, um Handlungsfelder aufzuzeigen, Auswirkungen zu behandeln, etc..
  1. Verkauf von **fairen Kleidern**. Die Kleider aus fairer Produktion könnten zu **zwei Preisen** angeboten werden. Der eine Preis wie letztes Jahr ohne Preiserhöhung und der zweite Preis mit den tatsächlichen Kosten. Die TN werden am Stand darüber informiert, was alles in der Kleiderherstellung steckt.
  2. Bei der **Smartphone-Charging Station** weisen wir auf eine Homepage hin, auf welcher die TN überprüfen können, wie fair ihr Handy produziert wurde: <https://sehen-und-handeln.ch/it-rating/>
  3. Die TN wie bisher ermutigen, ihre **eigenen Trinkflaschen** mitzubringen (Reduktion von Abfall). Die TN darauf hinweisen, dass sie damit etwas ökologisch Sinnvolles gemacht haben.
  4. Andere Ideen:
    - **Food-von-hier-Tag**. Wir bieten zu einem Aufpreis (5.- CHF) ein regionales Menü an.
    - **Öko-Beichtstuhl**: TN können die CO<sub>2</sub>-Belastung ihres letzten Ferienfluges in einem «Beichtstuhl» kompensieren.
    - Evtl. könnte das Thema an einem **Seminar** vertieft werden und dort die Thematik Nachhaltigkeit breiter eingeflochten und in Kontext gesetzt werden (André Moser u.a.).
- **CO<sub>2</sub>-Bilanz** (Kapitel 4): Damit kann der ökologisch augenfälligste Aspekt untersucht werden. Welche CO<sub>2</sub>-Belastung verursacht die Anreise aller am PraiseCamp beteiligten Menschen? Wie können wir diese Belastung verringern oder mindestens kompensieren? In der Vorbereitungsphase wurden folgende Umsetzungsideen entwickelt:
  1. Es soll bereits vor dem Camp ein Kompensations-Projekt ausgewählt werden, über welches wir im Camp informieren. Das ausgewählte Kompensations-Projekt soll auf verschiedenen Kanälen sichtbar werden.
  2. Vorschlag für Kompensation-Projekt: **Recyclingprojekt in Benin**, siehe <https://www.stoparmut.ch/ressourcen/lesenswertes/soziale-gerechtigkeit/recyclingprojekt/?L=oSabrina%27>. Die Thematik wäre Plastik/Recycling und wir könnten es an den Wasserspendern und an den Recyclingstationen thematisieren.
  3. **Datenerhebung** gemäss Vorjahr. In folgenden Punkten soll die Datenerhebung vorgängig optimiert werden:

- Food (ist wichtiger als die Mobilität der TN). Catering vorher anfragen. Anzahl; warm/kalt; Fleisch (welches); regional/nicht regional; saisonal; Anbauweise; Food-Waste: Was wurde wirklich verwendet?
- Im Bereich Mobilität sollen die Daten der TN-Anreise einfacher erhoben werden (Car; Zug).
- Einbezug des Verkaufs in die CO-2 Bilanz.
- **Einkauf** (Kapitel 5): In diesem Bereich hat der Organisator einen grossen Handlungsspielraum. Was müssen wir als PraiseCamp wirklich anschaffen? In der Vorbereitungsphase wurden folgende Umsetzungsideen entwickelt:
  1. Aller **Kaffee** ist Fairtrade. Grosse Wirkung mit kleinem Aufwand-> An den Kaffee-Verkaufsstationen sichtbar machen.
  2. Verkauf von **fairen Kleidern** (siehe oben bei «Bildung/Mitmachaktion»). Die Kleider aus fairer Produktion könnten zu zwei Preisen angeboten werden. Der eine Preis wie letztes Jahr ohne Preiserhöhung und der zweite Preis mit den tatsächlichen Kosten. Die TN werden am Stand darüber informiert, was alles in der Kleiderherstellung steckt.
  3. Frisches **Leitungswasser**-> Sichtbar machen, dass dies gesund und ökologisch ist.
  4. Offene Frage: Wie kann man den TN helfen, gesunde Nahrung zu konsumieren?

Die konkrete Umsetzung soll nun in den folgenden Kapiteln analysiert und ausgewertet werden.

## 2.4 ABSICHT DES NACHHALTIGKEITSBERICHTS

Der Nachhaltigkeitsbericht will sichtbar machen und würdigen, was im Bereich Nachhaltigkeit bereits gut läuft. Weiter dient der Bericht einer Standortanalyse und der Sensibilisierung. Auf der Basis der gewonnenen Daten kann beim nächsten Camp informiert entschieden werden, wo noch Entwicklungspotential besteht. Zudem dient der Nachhaltigkeitsbericht der selbstkritischen Reflexion. Nachhaltigkeit soll, so unser Selbstanspruch, nicht nur ein trendiger Slogan, sondern gelebte Realität sein.

## 3. BILDUNG

Im PraiseCamp wollen wir Mitarbeitende wie Teilnehmende auf Nachhaltigkeitsthemen aufmerksam machen. Durch die Sensibilisierung im Camp sollten die Teilnehmenden ermutigt werden, auch im Alltag kleine Schritte hin zu einem gerechteren und solidarischen Lebensstil zu gehen. Im Folgenden soll dargestellt werden, wie wir im PraiseCamp<sup>18</sup> versuchten, Nachhaltigkeitsthemen bei den Beteiligten zu verankern.

Drei Überlegungen spielten dabei eine wichtige Rolle:

1. Auf keinen Fall wollten wir das Thema mit dem moralischen Zeigefinger implementieren. Im Zentrum der «Bildung» sollte vielmehr das **gute Vorbild** stehen.
2. Wir wollten uns zudem auf Themen fokussieren, welche **im Alltag der Teilnehmenden wichtig** sind. Eher «abstrakte» Themen wie Energie oder Mobilität sind sicher schwerer zu vermitteln als unmittelbar sichtbare wie Abfall oder Fair-Trade.
3. Wir wählten **pragmatische Lösungen**. Viele Ideen mussten aus Kostengründen verworfen werden. Zudem wollten wir Lösungen andeuten, welche von der Mehrheit mitgetragen werden konnte. Lieber gemeinsam an einem weniger ambitionierten Ziel ankommen, als sich alleine an einem idealistischen Ziel wiederfinden.

### 3.1 MITARBEITENDE SENSIBILISIEREN

Die Sensibilisierung der Mitarbeitenden für Nachhaltigkeit geschah primär über den «**Kodex für Mitarbeitende**». Diesen Kodex nutzen wir im PraiseCamp zum wiederholten Mal. Das Leitungsteam formuliert darin Werte, welche für sie besonders wichtig sind und welche sie im Camp leben wollen. Alle Helfenden wurden eingeladen, diese Werte mit dem Leitungsteam zusammen zu teilen. Um diese Werte zu verankern, wurde der Kodex mehrmals vorgestellt (Ressortleitertreffen vom 18. Aug.; Infobrief an Mitarbeitende und/oder Kleingruppenleitende; Mitarbeiter-GD am 26. Dez.; Vorbereitungstreffen mit Kleingruppenleitenden am 27. Dezember, 14.30 Uhr). Der Kodex wurde in Form einer Visitenkarte an alle Beteiligten verteilt.

Wir ermutigten unsere Mitarbeitende und Helfer/innen, die Werte des Kodex zu leben. Wir entwarfen eine Visitenkarte, auf der wir kurz zusammenfassten, für welche Werte wir als PraiseCamp Verantwortliche stehen.

Der Kodex lautete wie folgt:

#### Als Mitarbeitende und Helfende sind wir ein TEAM:

- T** – Wir leiten als Vorbilder und wahren die **Transparenz** gegenüber unseren Mitarbeitenden.
- E** – Wir **ermutigen** und unterstützen einander, sind positiv und segnend.
- A** – Wir kümmern uns **aktiv** um unsere Mitmenschen und die Umwelt.
- M** – Wir sind **motiviert** und mit ganzer Hingabe geben wir unser Bestes!

Kurze Erläuterung des Inhalts: Verschiedene Aspekte des Kodex beschreiben, wie wir uns das Miteinander auf der sozialen Ebene vorstellen. Damit soll unserer wertvollsten Ressource - unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern - Sorge getragen werden.

Der Punkt «A - aktiv» legt u.a. den Fokus auf unsere Haltung zur Umwelt. Da die hier erwähnten vier Punkte ziemlich abstrakt sind, formulierten wir konkretere Handlungsbeispiele. Weitere Details zum «Codex» sind dem entsprechenden Detailkonzept zu entnehmen.

## Prävention sexueller Ausbeutung

Im Verlauf der Vorbereitungen für das PraiseCamp<sup>18</sup> entstand im Leitungsteam der Wunsch, die Prävention sexueller Ausbeutung zu überdenken und zu verstärken. Eine Arbeitsgruppe erarbeitete daraufhin mit der Fachstelle Limita (<https://limita.ch/>) ein neues Präventionskonzept und installierte eine Meldestelle. Der neue Verhaltenskodex musste von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Helferinnen und Helfern (ca. 900 Personen) unterzeichnet werden. Prävention gehört integral zur Nachhaltigkeit, weil es dabei um den Schutz von Menschen, also den sozialen Aspekt der Nachhaltigkeit geht. Mit dem Präventionskonzept will das PraiseCamp die vielen beteiligten Jugendverantwortlichen sensibilisieren und beispielhaft aufzeigen, wie ein Präventionskonzept im Freizeitbereich aussehen kann. Mehr dazu in Kapitel 6.3.

## Geschenk für Mitbeteiligte

Im PraiseCamp<sup>18</sup> wurde an über tausend Mitbeteiligte (Mitarbeitende, Künstler, Gäste, ...) ein Dankesgeschenk übergeben. Bei der Auswahl des Produktes konnte das PraiseCamp auf nachhaltige und regional produzierte Teigwaren (Casarecce) mit dreierlei Geschmack zurückgreifen. Die Teigwaren wurden von «Pasta sociali» einer sozialen Stiftung aus Basel produziert.



Pasta sociali stellt sich auf ihrer Homepage wie folgt vor: »'Pasta sociali' ist ein Projekt des Sozialwerks newwelt. Unsere Mitarbeiter – meistens Teilnehmer unserer Betreuungsprogramme – produzieren in einem geschützten Rahmen die diversen Pasta-Sorten mit viel Liebe und Hingabe. Oft wagen sie bei uns die ersten Schritte aus schwierigen Lebenslagen heraus, um neues Selbstvertrauen zu gewinnen. In einer Packung «Pasta sociali» steckt daher nicht nur hochwertige Handarbeit, sondern auch eine Menge Stolz auf eine grossartige Leistung.»

Mit diesem sinnhaften Geschenk konnte das PraiseCamp bei allen Mitarbeitenden ein genussvolles Statement für Nachhaltigkeit setzen.

Abbildung 1: Eine für das PraiseCamp produzierte Pasta-Packung.



## 3.2 TEILNEHMENDE SENSIBILISIEREN

Teilnehmende wurden über folgende Kanäle über Nachhaltigkeitsthemen sensibilisiert:

- **Info-Screens:** Über die vielerorts fix montierten Bildschirme wurden die Teilnehmenden regelmässig dazu aufgefordert, genug **Wasser** zu trinken (inkl. Pushnachricht am 29. Dezember, 15.30 Uhr). Über die Packliste wurden sie dazu aufgefordert, ihre eigene Trinkflasche mitzunehmen (Reduktion von Abfall). Im Essensbereich standen zahlreiche Füllstationen mit frischem Wasser zur Verfügung.
- **CampApp:** Im CampApp wurden die Teilnehmenden ausführlich über das Thema Nachhaltigkeit informiert. Zudem erhielten die Teilnehmenden über das App Infos über «Regeln», «Security und Sanität» über «Deine Rechte - unsere Verpflichtung» (Prävention) und «Gesundheit» (Ohropax, Trinken, Desinfektion, ...).
- **Infomail:** In einem Infomail machte das PraiseCamp vor dem Camp auf die CO<sub>2</sub>-Thematik aufmerksam und ermutigte die Gruppen, mit dem Zug anzureisen.

### Digital statt Print

Im PraiseCamp18 wurde das erste Mal kein Campguide mehr gedruckt, sondern auf ein bereits 2016 getestetes App gesetzt. Die Teilnehmenden hatten so über ihr Smartphone Zugang zu allen relevanten Informationen. Auf Papier stand lediglich ein Faltplan (A4) zur Verfügung. Teilnehmenden ohne Smartphone wurden öffentlich zugängliche iPad's zur Verfügung gestellt. Die App wurde von Teilnehmenden und Mitarbeitenden gut aufgenommen und rege genutzt

(ca. 6800 Downloads).

Damit konnte das PraiseCamp den Papierverbrauch deutlich reduzieren. Zudem gab das PraiseCamp damit ein Beispiel ab, wie an Grossevents ressourcenschonend gearbeitet werden kann.



Abbildung 2: Benutzeroberfläche der PraiseCamp-App

# praiseCAMP<sup>18</sup>

PraiseCamp  
Hohfuhrenweg 4  
3250 Lyss  
[www.praisecamp.ch](http://www.praisecamp.ch)  
[info@praisecamp.ch](mailto:info@praisecamp.ch)



**PRAY** WIE IM HIMMEL  
SO AUF ERDEN

## Secondhand-Shop

Ebenfalls zum ersten Mal wurde am PraiseCamp ein Secondhand Shop angeboten. Teilnehmende durften ihre gebrauchten, sauberen Kleider, Handtaschen, Mützen und Schals in das Camp mitbringen. Auf diese Weise wurden im Camp an vier Sammelstellen 5'000- 6'000 Kleider eingesammelt. Davon waren ca.  $\frac{3}{4}$  Frauenkleider. Im Secondhandshop wurden ca. 1'500 Kleidungsstücke wiederverkauft. Der Erlös ging vollumfänglich an die ActNow-Projekte. Nicht verkaufte Kleider wurden durch «Licht im Osten» und «AVC» an Bedürftige verteilt.

Der Secondhand Shop war sicherlich das PraiseCamp-Nachhaltigkeitsprojekt mit der grössten Visibilität. Hier konnten verschiedene Nachhaltigkeitsthemen wie Konsum, Einkauf, Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie auf positive Art und Weise vermittelt werden. Hier war Nachhaltigkeit auf eine positive und partizipatorische Art und Weise erfahrbar.

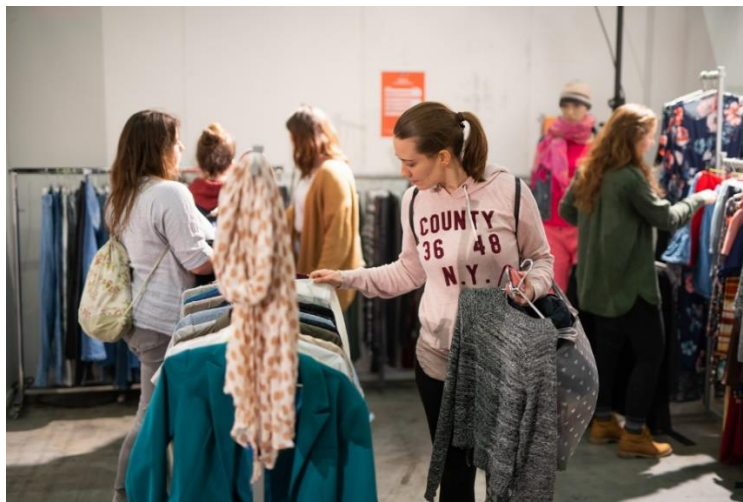


Abbildung 3: Teilnehmerinnen kaufen im Secondhandshop im PraiseCamp ein.

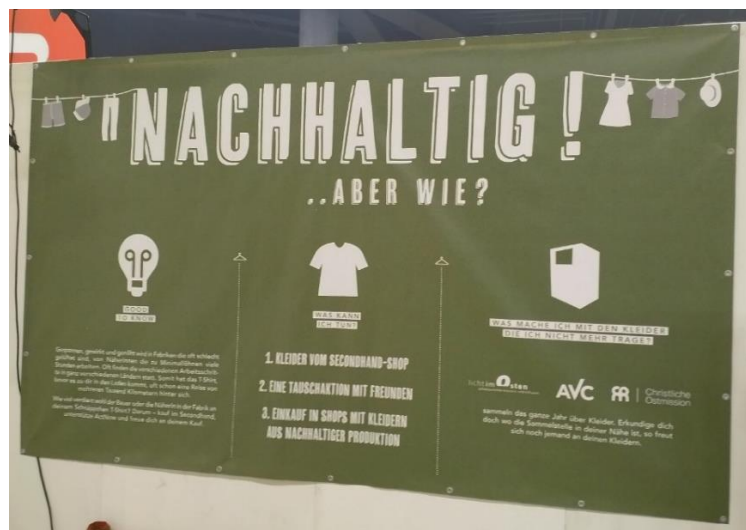


Abbildung 4: Ein Plakat macht im Eingang des Secondhand-Shops auf Nachhaltigkeit aufmerksam.

## MoveNow

Bei MoveNow handelt es sich um eine interaktive Erlebniswelt, in welcher sich die Teilnehmenden mit sozialen Brennpunkten auseinandersetzen. Die Teilnehmer konnten aus verschiedenen Video-Clips eine Person auswählen. Nach dem Film schlüpfen sie in die Rolle dieser Person und erleben einige Stationen ihrer Geschichte in Form eines Rollenspiels hautnah mit. Sie erleben dabei, wie es zu dieser Situation gekommen ist, die Herausforderungen des Umfelds, aber auch wie diese Person Hilfe von aussen erfuhrt. Am Ende wurde das Erlebte in Gebet und einem persönlichen Gespräch ausgewertet. Die Teilnehmer waren alleine bis max. zu dritt unterwegs. Etwa 1'800- 2'000 Jugendliche absolvierten einen MoveNow-Durchgang. Ein Team von mehreren Dutzend Helferinnen und Helfern arbeiteten als Schauspieler, Begleiter oder Gesprächsleiter mit. Thematisiert wurden folgende Themen:

- Verfolgung
- Drogenabhängigkeit
- Armut
- Prostitution/ Menschenhandel (nur Ü18)
- Unerreichte Volksgruppen



Abbildung 5: Teilnehmende werden bei MoveNow u.a. durch Rollenspiele in die Lebenssituation benachteiligter Personen hineinversetzt.

MoveNow zeichnet sich durch den erlebnispädagogischen Zugang zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen aus. Wie Mitarbeitende berichteten, konnte durch die aktive Mitbeteiligung der Teilnehmenden eine grosse Identifikation mit sozial benachteiligten Menschen hergestellt werden. Die emotionale Betroffenheit konnte in den Auswertungsgesprächen gut aufgefangen werden. Der ausgelöste emotionale Effekt führt häufig zur Frage «Was kann ich nun machen?». Viele der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hatten bereits Berufserfahrung in verschiedenen Hilfswerken gesammelt. So konnten sie den Jugendlichen professionelle Tipps und Hinweise bezüglich dem persönlichen Engagement geben. Der personelle Aufwand für dieses Konzept ist beachtlich (70-80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter). Angesichts der erzielten Wirkung scheint der Aufwand jedoch gerechtfertigt. MoveNow ist ein

äusserst nachhaltiges Bildungsangebot, welches das Programm des PraiseCamp auf eine sehr wertvolle Art und Weise ergänzt.

## 3.3 FAZIT BEREICH BILDUNG

Die ursprünglich geplante Smartphone-Charging Station (vgl. Kapitel 2.3) wurde dieses Jahr nicht mehr angeboten. Es gab aufgrund dessen keinen passenden Ort mehr, um auf die Produktionsbedingungen von Smartphones aufmerksam zu machen.

### Positiv:

- Beim Thema «Kleider» konnten wir mit dem Secondhand Shop das gesteckte Bildungsziel übertreffen. Neben der direkten Sensibilisierung vor Ort (Gespräche; Infoplatat, ...) leistete das PraiseCamp auch einen Beitrag zur positiven Veränderung des Konsumverhaltens. Ebenfalls positiv ist zu vermerken, dass die eigens fürs PraiseCamp produzierten Kleider aus sozial und ökologisch nachhaltiger Produktion stammten.
- Die Teilnehmenden konnten wie bisher ermutigt werden, ihre **eigenen Trinkflaschen** mitzubringen (Reduktion von Abfall).
- MoveNow ist seit längerem ein Bestandteil des PraiseCamp. Der Nachhaltigkeitsbericht ist der richtige Ort, um die dort gemachte Leistung auch aus Nachhaltigkeitssicht zu würdigen. Hier werden junge Menschen motiviert, soziale Zusammenhänge wahrzunehmen und mögliche Lösungen zu formulieren.

### Verbesserungspotential:

- Es gibt viele weitere Beispiele von Nachhaltigkeit im PraiseCamp. Diese könnten durch bewusste Kommunikation noch besser sichtbar gemacht werden (Bsp.: Kaffee; Abfall, ...). Teilnehmende könnten so motiviert werden, auch in ihrem privaten oder kirchlichen Umfeld einen Unterschied zu machen.
- Es könnten noch mehr Seminare zum Thema Nachhaltigkeit angeboten werden.
- In Gesprächen wurde deutlich, dass für viele Teilnehmende der Gebrauch von **Einweggeschirr** als problematisch angesehen wurde. Das PraiseCamp hat den Gebrauch von Einweggeschirr ausführlich analysiert (siehe Kapitel 5.2). Dabei stellte sich immer wieder heraus, dass Einweggeschirr die beste ökologische Bilanz aufweist. Zudem ist dies eine hygienische Lösung (Gesundheit) und praktikabel (Geschirr abwaschen ist in der Messe Basel aus Zeit- und Ressourcengründen nicht umsetzbar). Den Teilnehmenden könnte in einem nächsten Camp proaktiv aufgezeigt werden, dass der Gebrauch von Einweggeschirr aus ökologischer Sicht nicht optimal, aber keineswegs problematisch ist. Aus Sicht der Ökologie sind Aspekte wie Mobilität oder Infrastruktur viel relevanter.



## 4. CO2-BILANZ

Mobilität, Verpflegung, Energienutzung und Produktherstellung sind für den Klimaschutz wichtige Themengebiete. Bei alltäglichen Tätigkeiten wie Zug fahren, Sandwich essen, Musik hören etc. entstehen sogenannte Emissionen, die globale Auswirkungen auf die Umwelt haben. Dabei sind die Folgen im Wertsüden besonders gravierend. Darum, so schreibt der Nachhaltigkeitsbericht der StopArmut-Konferenz<sup>14</sup>, sind Klimaschutzmassnahmen der Konferenz ein Beitrag zur Armutsbekämpfung und zum Umweltschutz weltweit.

Der Bericht stellt im Folgenden alle CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch das PraiseCamp18 im Bereich Mobilität, Verpflegung, und Infrastruktur verursacht wurden, zusammen und versucht sie möglichst realitätsnah aufzuzeigen.

### 4.1 MOBILITÄT



Abbildung 6: Gruppen treffen am 27. Dezember auf dem Vorplatz der Messe ein (Bild: Werner Liechti).

Vor dem Camp wurde entschieden, die Mobilitätsdaten der Teilnehmenden nicht systematisch zu erfassen, da wir den Online-Anmeldeprozess nicht übermässig verkomplizieren wollten. Die Daten im Nachhinein zu erfassen, erwies sich als grosse Herausforderung. Wir orientierten uns an Daten der SBB, der Logistik und des Programteams. Teilweise standen uns sehr exakte Daten zur Verfügung (Flugzeug). Bei anderen Verkehrsmitteln mussten wir auf ungefähre Schätzungen zurückgreifen.

## Flugzeug

Bei den Flügen können wir ganz klare Angaben bezüglich Anzahl und Strecke machen. Bei den Flugreisenden handelt es sich sowohl um internationale Referenten als auch um Bands und Künstler. Mit dem Wissen um den grossen Einfluss von Flugmeilen auf die CO<sub>2</sub>-Bilanz, versuchte man möglichst wenig Personen einzufliegen. Im Vergleich zum PraiseCamp16 konnten die Flugemissionen um **mehr als die Hälfte** (8.734 t) **reduziert** werden.

| Anz. Pers.                                       | Strecke                      | km   | CO <sub>2</sub> -Ausstoss |
|--------------------------------------------------|------------------------------|------|---------------------------|
| 7                                                | London - Basel               | 700  | 1.253 t                   |
| 7                                                | Basel - London               | 700  | 1.253 t                   |
| 3                                                | London - Zürich              | 800  | 0.567 t                   |
| 3                                                | Zürich - London              | 800  | 0.567 t                   |
| 2                                                | Cardiff - Amsterdam - Zürich | 1200 | 0.648 t                   |
| 2                                                | Zürich - Amsterdam - Cardiff | 1200 | 0.648 t                   |
| 6                                                | Manchester - Zürich          | 1000 | 1.368 t                   |
| 6                                                | Zürich - Manchester          | 1000 | 1.368 t                   |
| <b>Total CO<sub>2</sub>-Ausstoss aller Flüge</b> |                              |      | <b>7.672 t</b>            |

Tabelle 1: Auflistung aller Flüge inkl. CO<sub>2</sub>-Emissionen im PraiseCamp18

## Auto

Insgesamt wurden 290 Parktickets für das Parkhaus bei der Messe Basel vergeben. Im Umfeld der Messe Basel stehen kaum weitere Parkplätze zur Verfügung. Damit kann also ziemlich genau die korrekte Anzahl Privatfahrzeuge ermittelt werden. Dazugerechnet werden Privatfahrzeuge, welche nur für die An- und Abreise genutzt und dazwischen von Angehörigen privat verwendet wurden. Wir rechnen also mit 300 Personenwagen.

Wir gehen davon aus, dass die Autos durchschnittlich mit 3 Personen besetzt waren und rechnen mit einer Autofahrt von durchschnittlich 200 km. Dies entspricht ziemlich genau der Strecke Bern – Basel – Bern.

Anhand dieser Annahmen ergibt sich folgende Rechnung:

|                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------|
| 3 Personen x 300 Tickets = 900 Personen, die mit Privatautos anreisen    |
| 300 Autos x 200 km = 60'000 km Autofahrten                               |
| Laut AKU beträgt der CO <sub>2</sub> -Austoss bei Autos 0.175 kg pro km. |
| <b>Total CO<sub>2</sub>-Ausstoss bei Privatautos: 10.500 t</b>           |

Tabelle 2: Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Privatautos im PraiseCamp18



## Car

Bei der Zählung vor Ort sind 10 Cars vorgefahren, die jeweils ca. 40 Personen geladen hatten. Auch hier nehmen wir für die Distanz einen Mittelwert und rechnen mit einer Strecke von Bern nach Basel und zurück. Es ergibt sich folgende Rechnung:

|                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 40 Personen x 10 Cars = 400 Personen, die mit dem Car anreisen                                                            |
| 10 Cars x 200 km = 2000 km Carfahrten                                                                                     |
| Laut der Website CO <sub>2</sub> -Emissionen.de beträgt der CO <sub>2</sub> -Austoss bei Cars 0.2 kg pro km. <sup>1</sup> |
| <b>Total CO<sub>2</sub>-Ausstoss bei Carfahrten: 0.4 t</b>                                                                |

Tabelle 3: Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Carfahrten im PraiseCamp<sup>18</sup>

## Zug

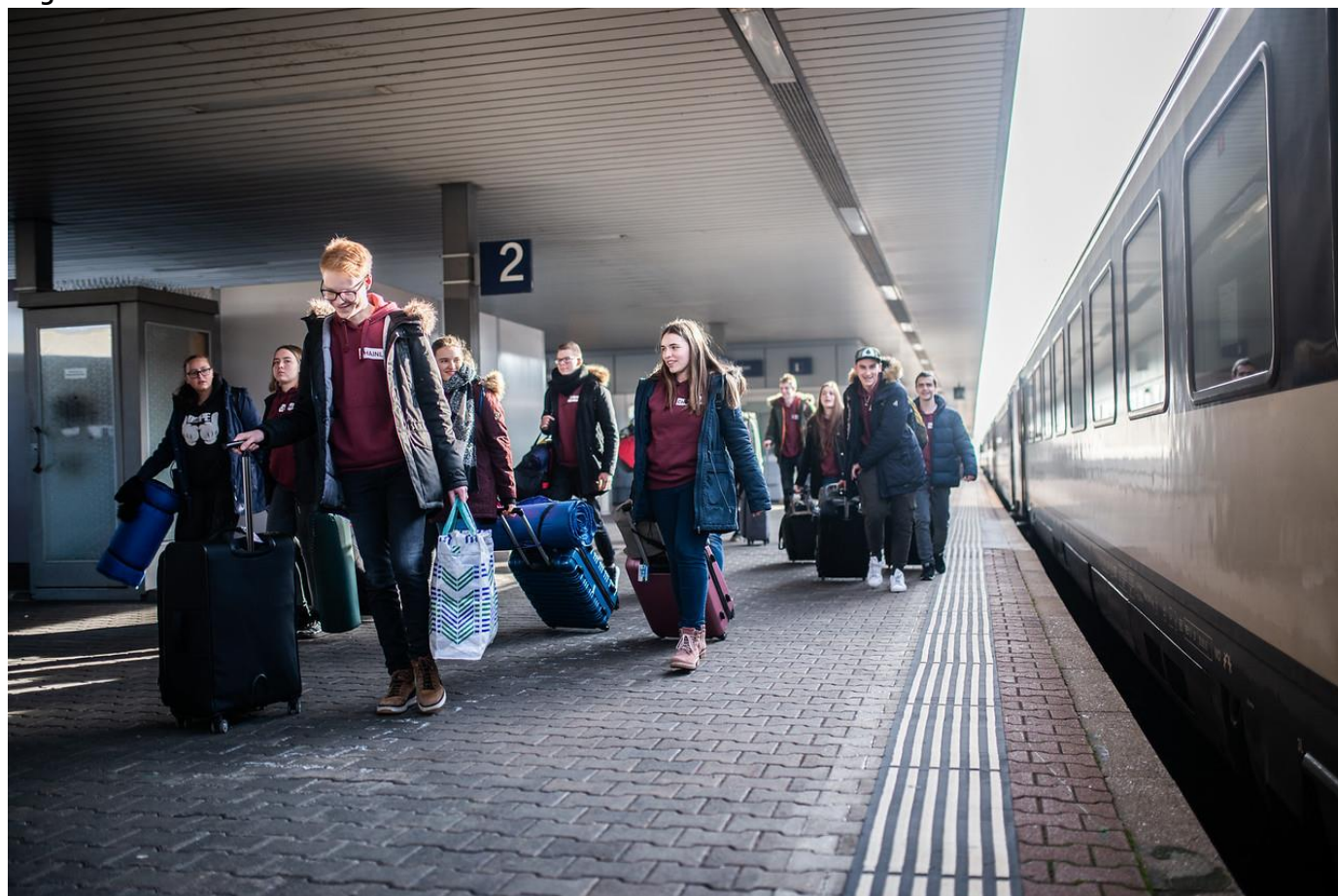


Abbildung 7: Teilnehmende treffen mit dem Sonderzug am «Badischen Bahnhof» ein (Bild: Werner Liechti).

Mit den aufgeführten Extrazügen konnte ein Angebot geschaffen werden, das optimal an die Start- und Schlusszeiten des Camps angepasst war. Um die Teilnehmenden möglichst nahe an die Messe zu bringen und ein Umsteigen mit dem

<sup>1</sup> <http://www.co2-emissionen-vergleichen.de/verkehr/CO2-PKW-Bus-Bahn.html>

Gepäck zu vermeiden, verkehrten die drei Extrazüge bis und ab Basel Badischer Bahnhof. Zusätzlich verkehrt ab Basel SBB auf der Hinfahrt die S6 halbstündlich und auf der Rückfahrt stündlich ab Basel SBB nach Basel Bad. Bhf. und zurück. Die Messe Basel war in einer Fussdistanz, ca. 500m, erreichbar. Stützend auf die Zahlen vom PraiseCamp16 wird für die Berechnung von einem durchschnittlichen Sitzplatzangebot von 700 Plätzen ausgegangen, die zu 75% ausgelastet waren. Hierzu konnten leider keine genauen Daten ermittelt werden.

| Von             | Nach            | Abfahrtszeit | Ankunftszeit | Durchschnittliche Anzahl Personen      |
|-----------------|-----------------|--------------|--------------|----------------------------------------|
| Zürich          | Basel Bad. Bhf. | 11.23        | 12.54        | Angebot Sitzplätze ~700, Frequenz ~525 |
| Zürich          | Basel Bad. Bhf. | 11.50        | 13.16        | Angebot Sitzplätze ~700, Frequenz ~525 |
| Bern            | Basel Bad. Bhf. | 12.08        | 13.54        | Angebot Sitzplätze ~700, Frequenz ~525 |
| Basel Bad. Bhf. | Zürich          | 13.32        | 15.09        | Angebot Sitzplätze ~700, Frequenz ~525 |
| Basel Bad Bhf.  | Zürich          | 13.51        | 15.16        | Angebot Sitzplätze ~700, Frequenz ~525 |
| Basel Bad Bhf.  | Bern            | 13.42        | 14.50        | Angebot Sitzplätze ~700, Frequenz ~525 |

Tabelle 4: Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Zugfahren im PraiseCamp18

Insgesamt sind mit den Extrazügen also ungefähr **1'525** Personen angereist und auch wieder nach Hause gefahren. Man muss hier aber stark davon ausgehen, dass viele Teilnehmende nicht mit den Extrazügen gereist sind, sondern eine „normale“ Verbindung gewählt haben. Zudem muss beachtet werden, dass circa 900 der 5'800 Personen am PraiseCamp18 als Mitarbeiter oder Helfer im Einsatz waren und deshalb früher beziehungsweise später unterwegs waren als die Extrazüge. Weil das PraiseCamp allen Besuchern nahegelegt hat, die öffentlichen Verkehrsmittel zu benutzen, gehen wir aufgrund folgender Rechnung von etwa 4000 Personen aus, die mit dem Zug reisten.

|                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5'800 Personen total am PraiseCamp                                                                 |
| 18 Personen, die mit dem Flugzeug reisten                                                          |
| 900 Personen, die mit dem Privatauto reisten                                                       |
| 400 Personen, die mit dem Car reisten                                                              |
| ca.350 Personen, die in Basel wohnen und zu Fuss, Velo, Tram, etc. reisten                         |
| ca. 100 Personen, die gebracht wurden oder ein anderes Verkehrsmittel benutzten                    |
| = <b>4032</b> Personen, die mit dem Zug anreisten (Also 2'507 Personen mehr als in den Extrazügen) |

Tabelle 5: Schätzung der Zugsreisenden im PraiseCamp18

|                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Auch hier rechnen wir mit einer Durchschnittsdistanz von 200 km (Bern-Basel-Bern) pro Zugfahrt.                                                                 |
| 4032 Personen x 200km = 806'400 km Zugfahrt total.                                                                                                              |
| Laut AKU beträgt der CO <sub>2</sub> -Austoss beim Zug 0.01 kg pro km. Dementsprechend ist der <b>Total CO<sub>2</sub>-Ausstoss bei den Zugfahrten: 8.064 t</b> |

Tabelle 6: Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Zugfahrten im PraiseCamp18

## Fazit Personentransport

Total kommt man auf einen durch den Personentransport verursachten CO<sub>2</sub>-Ausstoss von **26.636 Tonnen**. Das macht **pro Kopf ca. 4.6 Kg CO<sub>2</sub>**. Im Vergleich zum PraiseCamp16 konnte der pro Kopfausstoss mit dem Personentransport um 0.5 Kg CO<sub>2</sub> verringert werden.

Folgendes Kreisdiagramm ergibt sich aus den geschätzten Mobilitätsdaten:

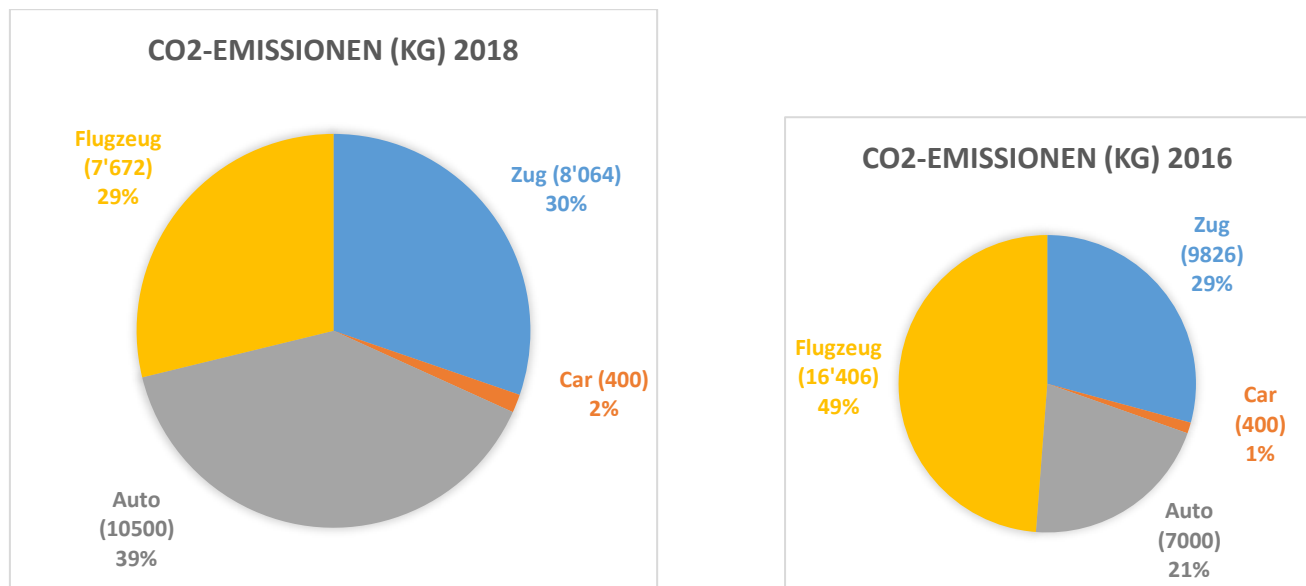


Abbildung 8 Kreisdiagramm durch Personenverkehr verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen PraiseCamp18 im Vergleich zum PraisCamp16

Es fällt auf, dass der CO<sub>2</sub>-Ausstoss vom Flugzeug im Verhältnis zum PraiseCamp16 stark gesenkt werden konnte. Die unterschiedlichen Transportmittel, ausgeschlossen Car, verursachten im PraiseCamp18 prozentual etwa gleich viel Emissionen. Relativ zur Anzahl Passagiere ist der Ausstoss beim Flugzeug jedoch nach wie vor am höchsten.

Folgende Abbildung macht dieses (Miss-)Verhältnis sichtbar:



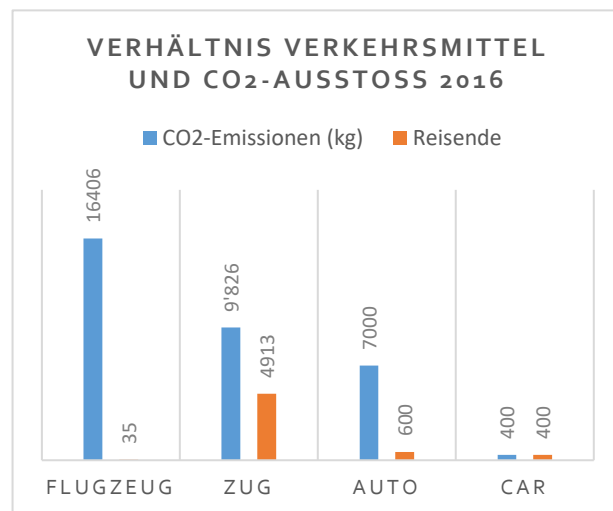
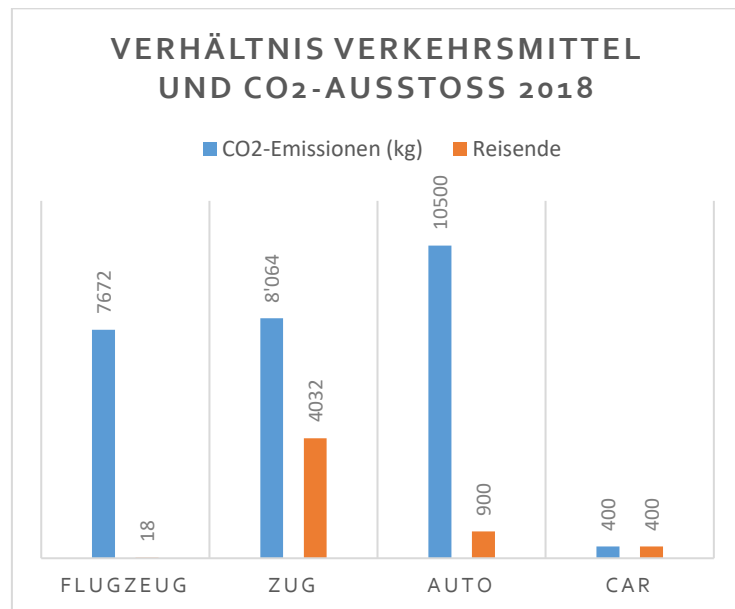


Abbildung 9: Verhältnis Verkehrsmittel und CO<sub>2</sub>-Ausstoss PraiseCamp18 im Vergleich zum PraisCamp16

Zug und Car haben auf den einzelnen Teilnehmenden gesehen eine akzeptable Bilanz. Besonders Flugreisen, aber auch Autofahrten, tragen hingegen einen überproportionalen Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Belastung bei.

## Gütertransport

Zusätzlich zum Personenverkehr hat auch die logistische Abwicklung mit dem ganzen Gütertransport ihren Emissionsbeitrag. Mithilfe von 5 Lastwagen wurde vor und nach dem Camp Material nach Basel transportiert. Gemäss der Logistik wurden folgende Fahrten durchgeführt:

| Anzahl LKW.                                          | Strecke                                   | km   | CO <sub>2</sub> -Ausstoss |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------|---------------------------|
| 1                                                    | Zürich – Basel - Zürich                   | 175  | 0.216 t                   |
| 4                                                    | Rothrist - Basel - Rothrist               | 432  | 0,532 t                   |
| 3                                                    | Egerkingen - Basel – Egerkingen (Leergut) | 270  | 0,333 t                   |
|                                                      | Diverse Transporte «Leergut vorgängig»    | 1905 | 2.351 t                   |
| <b>Anzahl Personenwagen</b>                          |                                           |      |                           |
| 1                                                    | Diverse Transportstrecken                 | 2500 | 0.438 t                   |
| <b>Total CO<sub>2</sub>-Ausstoss aller Lastwagen</b> |                                           |      | <b>3,870 t</b>            |

Tabelle 7: Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Gütertransporte im PraiseCamp18

## 4.2 INFRASTRUKTUR



Abbildung 10: Die Messe Basel, von der Tramhaltestelle «Messeplatz» aus gesehen (Bild: Timo Kellenberger)

Laut der Messe Basel wurden während dem Camp 2016 rund **550'000 kWh Strom** verbraucht. Für das Camp 2018 wurden von der Messe Basel trotz Nachfragen keine Angaben gemacht. Im Vergleich zum letzten Jahr haben wir 2018 zusätzlich die schlecht Isolierte Halle 2 benutzt und geheizt. Der Grossteil des Erdgeschosses der Halle 1 hingegen wurde nicht benutzt (Permanente Nutzung durch Uhrenmesse). Es wurden also nicht mehr, sondern andere Räume benutzt. Die verwendete Menge Strom sollte daher im Bereich des PraiseCamp2016 liegen.

Gemäss eigenen Angaben der Messe Basel sind ca. 90% der verwendeten Energie erneuerbar<sup>2</sup>. Die Messegebäude entsprechen grösstenteils Minergiestandards. Auf dem Dach der Messe Basel ist zudem eine leistungsfähige Solaranlage montiert.

Gemäss dem Nachhaltigkeitsbericht 2015 der Messe Basel (MCH Group) liegt die CO<sub>2</sub>-Emission bei 26,933 kg pro MWh. Das PraiseCamp hat durch den Stromverbrauch also ungefähr **15 t CO<sub>2</sub>** produziert. Zum Vergleich: Dies ist etwa die Hälfte der Menge CO<sub>2</sub>, welche durch die Mobilität verursacht wurden.

Nicht gemessen wurden die Energiekosten in der Vor- und Nachbearbeitung (Z.B.: Backoffice).

<sup>2</sup> <https://www.mch-group.com/-/media/mch-group/Documents/Reports/2015/mch-group-nachhaltigkeitsbericht-2015-de.pdf>  
S. 14ff

## 4.3 VERPFLEGUNG



Abbildung 11: Teilnehmende verpflegen sich an einer der Festsstrassen (Bild: PraiseCamp)

Das Thema Nachhaltigkeit wurde mit der Messe vorgängig thematisiert. Aufgrund des eingeschränkten Budgets konnten Wünsche nur beschränkt berücksichtigt werden, resp. wurden nur realistische Vorschläge eingebracht. Wie bereits im letzten Jahr wurde besondere Aufmerksamkeit auf fleischarme Verpflegung gelegt. Es wurde darauf geachtet, dass möglichst wenig Essensreste übrig blieben. In diesem Jahr legte man einen besonderen Wert auf Allergien. An einer separaten Festsstrasse wurden nicht nur die 375 Vegetarier, sondern auch die 131 Laktose- und Zöliakie-Allergiker bedient. In diesem Jahr wurde zum ersten Mal mithilfe von [www.klima-kollekte.ch](http://www.klima-kollekte.ch) die CO<sub>2</sub>-Bilanz der Hauptmahlzeiten berechnet.

| Mahlzeit                        | Bezeichnung                                             | Menge  | CO <sub>2</sub> -Ausstoss |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------|--------|---------------------------|
| Frühstück 4x<br>(einfach, kalt) | vegan, konventionell, teilweise regional und saisonal   | 23'200 | 12.812 t                  |
| Mahlzeit 4x<br>(einfach, warm)  | Fleisch, konventionell, teilweise regional und saisonal | 23'200 | 42.709 t                  |



|                                               |                                                             |        |          |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------|----------|
| Mahlzeit 4x<br>(einfach, warm)                | vegetarisch, konventionell, teilweise regional und saisonal | 23'200 | 31.604 t |
| Snacks                                        | Zwischenverpflegung                                         | 2'690  | 2.832 t  |
| Total CO <sub>2</sub> -Emissionen Verpflegung |                                                             |        | 89.957 t |

Tabelle 8 Berechnung von CO<sub>2</sub> Emissionen der Verpflegung im PraiseCamp18

## PraiseCamp Verkaufsstationen

Das PraiseCamp18 hat an 5 Verkaufsstationen Esswaren und Getränke verkauft. Diese Verkaufsstationen wurden ausschliesslich vom PraiseCamp selbst betrieben.

Die Getränke und Esswaren der Verkaufsstationen wurden zentral eingekauft, produziert und verteilt. Mit dem Verantwortlichen des Einkaufs fanden vorgängig Gespräche zum Thema Nachhaltigkeit statt. Neben dem Angebot an klassischen Snacks bekannter Marken, wurde darauf geachtet, gesunde und selbst produzierte Spezialitäten ins Angebot aufzunehmen (Gebäck, Früchte, Belgische Waffeln, Sandwich-Toasts, Cocktails). Durch die Eigenproduktion konnte Plastik-Abfall reduziert werden, da auf die Verpackungen der Einzelprodukte verzichtet werden konnte. Das Gebäck wurde aus einer regionalen Bäckerei bezogen. Durch die Nutzung und Auswertung eines elektronischen Kassensystems im PraiseCamp2016 konnte fürs Camp 2018 sparsamer und gezielter eingekauft werden.

Durch das **kostenlose Angebot von frischem Wasser** wurden bewusst Umsatzeinbussen in Kauf genommen. Auf das Wasserangebot wurde aus Gesundheitsgründen offensiv hingewiesen (Bildschirme auf dem Areal).

Folgende Mengen Getränke und Esswaren wurden verkauft:

- 725 Cocktails (alkoholfrei)
- 6527 Kaffees. 100% Bohnen aus explizit fairer und biologischer Produktion.
- 6781 Getränke (Softdrinks, Tee, Cocktails, Mineral, Punsch, Milchshakes)
- 2690 Snacks
- Diverse Häppchen und Früchte



Abbildung 12: Verkaufsstelle in der «FriendsLounge» (Bild: Matthias Felix)



## Fazit Verpflegung

Im Bereich Verpflegung besteht vor allem bei den eigenen Verkaufsstationen Gestaltungsfreiraum. Dort musste einerseits ein Sortiment eingekauft werden, das dem Kaufverhalten junger Leute entspricht. Andererseits wollte man auch bewusst einige «Nachhaltigkeits-Akzente» setzen. Dies scheint mit dem Angebot an Cocktails oder auch den vor Ort produzierten Produkten gut gelungen.

Kaffee aus zertifiziertem Fairtrade-Anbau kann zu marktüblichen Preisen gekauft werden. Im Vergleich zum letzten Jahr konnte ausserdem zusätzlich auf biologischen Anbau geachtet werden. Hier wurde mit wenig Mehraufwand eine grosse Wirkung erzielt. Es war geplant, an den Kaffee-Verkaufsstationen die Konsumenten auf die ökologischen und fairen Zusammenhänge des Kaffees hinzuweisen. Aufgrund eines Missverständnisses konnte diese Massnahme leider nicht umgesetzt werden. Wenn bereits gute Massnahme implementiert wurden, bietet es sich in einem weiteren Camp an, dies im Sinne der Bildung auch weiterzuvermitteln. StopArmut liefert dazu praktische Karton-Ständer («Hier geniesst du fairen Kaffee»).

Unser Einfluss auf den Catering-Partner ist aufgrund unseres Budgets bescheiden. Dennoch bleiben wir bezüglich Nachhaltigkeit mit dem Catering-Partner im Gespräch.

Bei einer mehrtägigen Veranstaltung wie dem PraiseCamp fällt die Verpflegung der Teilnehmenden bei der CO<sub>2</sub>-Bilanz erstaunlich stark ins Gewicht. Dabei hatte das PraiseCamp<sup>18</sup> in der Verpflegung einen **CO<sub>2</sub>-Ausstoss von 89.957 Tonnen**. Das ist **mehr als die dreifache Menge** an CO<sub>2</sub>-Emission wie bei der Mobilität und macht **pro Kopf ca. 15 Kg CO<sub>2</sub>-Emissionen**. Durch die einfache und fleischarme Küche hat das PraiseCamp jedoch eine gute Basis für weitere Camps gelegt.

## 4.4 FAZIT CO<sub>2</sub>-BILANZ

Durch die Mobilität, Infrastruktur und Verpflegung wurden insgesamt **135,463 t** CO<sub>2</sub>-Emissionen verursacht. Das sind **23,35 kg** CO<sub>2</sub> pro Teilnehmerin oder Teilnehmer. Ein Durchschnittsschweizer braucht ca. 5t CO<sub>2</sub> im Jahr. Ein Ziel-Jahresbudget liegt bei 1,5t CO<sub>2</sub>/Jahr. Die 22,77 Kg liegen also bei 1,5% eines erstrebenswerten jährlichen CO<sub>2</sub>-Ausstosses von 1,5t CO<sub>2</sub>/Jahr. Die verursachten Emissionen sind also durchaus positiv zu bewerten.

Will man die insgesamt ca. 135Tonnen **CO<sub>2</sub>-Ausstoss kompensieren**, muss man mindestens 30 Franken pro Tonne in die Hand nehmen. Möchte man ein Schweizer Projekt unterstützen, sind es laut der Plattform gruenerfisch.ch sogar 100 Franken pro Tonne CO<sub>2</sub>. Das PraiseCamp müsste also **mindestens 4'050 Franken, maximal 13'500 Franken** als Kompensation für die Emissionen aus Mobilität, Infrastruktur und Verpflegung am PraiseCamp<sup>18</sup> bezahlen. Das wären beim Maximalbetrag ca. 2.30 Franken für jeden Besucher. Das PraiseCamp leistet für das Camp 18 eine **CO<sub>2</sub> Kompensationszahlung von CHF 2'000** für das Recyclingprojekt in Benin.

### Positiv:

- Es konnten weitere Punkte, wie die Verpflegung, in die CO<sub>2</sub>-Bilanz einfließen.
- Der CO<sub>2</sub>-Ausstoss des Gütertransports konnte realistischer abgebildet werden als im PraiseCamp<sup>16</sup>.
- Die Flugemission wurde im Vergleich zum PraiseCamp<sup>16</sup> mehr als halbiert.
- Gute Planung der Datenerhebung vor dem PraiseCamp bei folgenden Rubriken:
  - Die Absprache mit der Logistik für den Gütertransport

- Die Absprache mit dem Verkaufsleiter

## Verbesserungspotential:

- Planung der Datenerhebung vor dem PraiseCamp
  - Absprache mit SBB für Angaben der Extrazüge
  - Absprache mit Messe Basel für Strom- und Energieverbrauch. Ebenfalls zur Messung der Abfallmenge.
  - Absprache mit Verpflegungskoordinatoren für die Menüliste
- Die Möglichkeit, den Event als Teilnehmer gleich bei der Anmeldung zu kompensieren. Diese Möglichkeit auch während dem Camp selbst noch anbieten und darüber informieren.

## 5. EINKAUF

Viel Material wurde von den verschiedenen Ressortleitenden dezentral eingekauft. Eine abschliessende Gesamtübersicht kann hier nicht wiedergegeben werden. Allgemein kann festgehalten werden, dass relativ wenig Material eigens für das Camp angeschafft wurde. Das meiste Material wurde entweder bei der Messe bezogen (Wände, Stühle, Tische,...) oder durch die ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Privaten oder Kirchgemeinden ausgeliehen. Grosse Anschaffungen wurden im PraiseCamp-Team besprochen. Dabei wurde immer auch die Nachhaltigkeit thematisiert.

Einige Bemerkungen zu besonders relevanten Aspekten des Einkaufs:

- Im **Shop** wurden **Kleider** mit PraiseCamp-Logos und verschiedenen Aufdrucken verkauft. Im PraiseCamp<sup>18</sup> wurde wie im Jahr 2016 für diesen Eigenverkauf **Fairtrade Produkte** angeschafft. Wir nahmen dafür Margeneinbussen in Kauf. Diese Massnahme wurde gegenüber den Teilnehmenden leider wieder zu wenig offensichtlich kommuniziert. Der Gedanke, die Preise an die tatsächlichen Kosten anzupassen, sollte für das nächste Camp diskutiert werden. So könnten Teilnehmende motiviert und sensibilisiert werden, auch beim privaten Kleiderkauf auf nachhaltige Labels zu achten. Beispielsweise könnte auf das Fair-Fashion App hingewiesen werden:  
<https://play.google.com/store/apps/details?id=ch.taktil.fashioncheck.app&hl=de>
- Ein **Plakat** (Bild siehe Kapitel 3.2) hat die Teilnehmenden auf die Produktionsschritte der Kleiderherstellung aufmerksam gemacht.
- **Plastiksäcke** wurden im Shop nur auf Nachfrage abgegeben.
- Ausser im Essensbereich und einigen wenigen Seminarräumen, standen den Teilnehmenden keine Sitzgelegenheiten zur Verfügung. Damit die Teilnehmenden in den oft kahlen Räumen nicht auf dem nackten Betonboden sitzen mussten, wurden **Sitzgelegenheiten** zur Verfügung gestellt. Dazu wurden mehrheitlich Paletten verwendet. Diese wurden von grossen Logistikpartnern ausgeliehen.
- Eine Bewertung der infrage kommenden Labels wurde im Vorfeld an die jeweiligen verantwortlichen Personen zugestellt.

## Produkte-Labels

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Labels, die von unabhängigen Stellen geprüft werden</b></p> <p><b>GOTS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Produkte-Label für die Produktion, Veredelung und Verarbeitung von Naturfasern -&gt; gesamte Produktion</li> <li>Sozialkriterien: ILO-Kernarbeitsnormen und weitere relevante Standards, Verpflichtung zur Zahlung eines Existenzlohns, aber keine Festlegung, ob der Lohn für eine oder mehrere Personen reichen muss</li> <li>Öko-Kriterien: Verbot von GMO, Mindestanteil an biologisch angebauten Fasern, ressourcenschonende Produktion, Einschränkung zugelassener Farben und Hilfsmittel</li> <li>Zwei Kennzeichnungsstufen             <ul style="list-style-type: none"> <li>Stufe 1: ≥ 95% kontrolliert biologisch erzeugte Fasern</li> <li>Stufe 2: ≥ 70% kontrolliert biologisch erzeugte Fasern</li> </ul> </li> </ul> <p>GOTS weist einen hohen sozialen und ökologischen Standard auf. Für die gleichzeitige Überprüfung der Einhaltung sozialer Kriterien (die zudem nur in der Verarbeitung, aber nicht in der Rohstoffproduktion gelten) wäre die stärkere Einbindung von lokalen Akteuren, Gewerkschaften und NGOs erforderlich.</p> | <p><b>eingeschränkt Verwendung von biologisch aktivem und flammhemmendem Produkt</b></p> <p>Bei OEKO-TEX 100 liegt der Fokus ausschließlich auf der Schadstofffreiheit des Endprodukts und dem Verbraucherschutz.</p> <p><b>Firmeneigene Label</b></p> <p><b>WRAP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sozialkriterien: geht nicht über die Gesetzgebung des jeweiligen Landes hinaus.</li> <li>Öko-Kriterien: Nicht im Fokus</li> </ul> <p>Ziel ist eine sozialverantwortliche Produktion. Das Siegel verlangt die Einhaltung von Sozialstandards sowie der Arbeitsschutz- und sicherheitsgesetzliche in den jeweiligen Produktionsländern. Die WRAP-Prinzipien basieren auf internationalen Arbeitsplatzstandards und lokalen Gesetzen. Sie orientieren sich außerdem an den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation. WRAP stellt vor allem die Einhaltung der nationalen Gesetze sicher. Das Siegel lässt sich deswegen nicht mit Umwelt- und Sozialsiegen vergleichen, die über die Gesetzgebung hinausgehen. WRAP ist außerdem eine Fabrikzertifizierung und nicht am Endprodukt sichtbar.</p> | <p><b>Sedex</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sozialkriterien: ILO-Kernkonventionen und weitere relevante Sozialstandards,</li> <li>Öko-Kriterien: Nicht im Fokus</li> </ul> <p>Ist eine englischsprachige Online-Plattform, auf der Mitgliedsunternehmen Informationen zu sozialen und ethischen Prozessen und Verhaltensweisen transparent offenlegen. Ziel der Plattform ist es, über die gesamte, weltweite Lieferkette hinweg für Transparenz zu sorgen und dadurch Risiken in der Lieferkette besser einschätzen zu können und zu minimieren. Dabei verifizieren die bei SEDEX registrierten Unternehmen produktionsstandortbezogenen Informationen und Daten zu den Themen Arbeitsbedingungen, Arbeitssicherheit &amp; Hygiene, Unternehmensintegrität und Umweltmanagement.</p>                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>FAIRTRADE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Produkte-Label für die Baumwollproduktion</li> <li>Sozialkriterien: ILO-Kernarbeitsnormen, Fairtrade Standards, Mindestpreise und Sozialprimen, verpflichtet nicht zur Zahlung eines existenzdienenden Einkommens</li> <li>Öko-Kriterien: Förderung des Bio-Baumwollanbaus, Verbot von GMO, ressourcenschonende Produktion, Verbot gefährlicher Pestizide</li> </ul> <p>Das Label bezieht sich auf nach Fairtrade-Grundsätzen produzierte und gehandelte Baumwolle. Es stellt hohe Anforderungen an die Rückverfolgbarkeit sowie gewisse Anforderungen an die Einhaltung grundlegender Arbeitsschritte in der Produktionskette. Es zeichnet sich dadurch aus, dass im fertigen Kleidungsstück 100 % fair gehandelte Baumwolle steckt (inkl. Garantie fairer Arbeitsbedingungen im Baumwollanbau), garantiert aber nicht, dass das Kleidungsstück auch «fair» zusammengeknüpft wurde.</p>                                                                                                                                                                                                                             | <p><b>Mitgliedschaften in Standard-Initiativen</b></p> <p><b>Multi-Stakeholder-Initiativen:</b></p> <p><b>2 FAIR WEAR FOUNDATION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Multi-Stakeholder-Initiative zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Zulieferbetrieben</li> <li>Sozialkriterien: ILO-Kernarbeitsnormen und weitere relevante Standards, Verpflichtung zur Zahlung eines Existenzlohns</li> <li>Öko-Kriterien: Nicht im Fokus</li> </ul> <p>Die FWF weist hohe soziale Standards auf und hat den bislang umfassendsten Ansatz zur Verbesserung der sozialen Bedingungen in Lieferketten. Die FWF arbeitet bei der Verifizierung und Überprüfung der Einkaufspraktiken der Unternehmen eng mit lokalen Organisationen zusammen. Die FWF verlangt die Bezahlung eines Existenzlohns und misst die Fortschritte. Die konsequente Umsetzung eines Existenzlohns in Fabriken der Mitgliedsfirmen ist aber noch ausstehend.</p>                                                                                                                                                                                | <p><b>Zertifikate</b></p> <p><b>SAI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Zertifizierungssystem von Zulieferbetrieben</li> <li>Sozialkriterien: ILO-Kernarbeitsnormen und weitere relevante Standards, Verpflichtung zur Zahlung eines Existenzlohns, gewährt aber trotz Zertifizierung eine bis zu zweijährige Umsetzungsfrist</li> <li>Öko-Kriterien: Nicht im Fokus</li> </ul> <p>Der SAB000 ist ein System mit hohen Standards. Das SAB000-Zertifikat bezieht sich auf den Fabrikstandort – es müssen nicht alle an der Herstellung eines Produktes beteiligten Fabriken zertifiziert sein. Die Verantwortung (und die Kosten) für die Einhaltung der Sozialvorgaben liegt bei der Fabrik. Bei der Umsetzung von Ort sind NGOs und lokale Stakeholder unzureichend beteiligt. Weil das Verhalten der Markenfirmen (v.a. in Bezug auf Preisstruktur und Lieferfristen) sich negativ auf die Arbeitszeiten und Löhne auswirken kann, aber nicht von SAB000 berücksichtigt wird, kann das Zertifikat die grundlegenden Probleme nicht lösen.</p> |
| <p><b>ORGANIC 100</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Produktlabel für ökologischer Anbau</li> <li>Sozialkriterien: Nicht im Fokus</li> <li>Öko-Kriterien: 95%-100% biologisch angebautes Material</li> </ul> <p>Es überprüft ob ein Endprodukt die Menge an biologisch angebauten Materialien von min. 95% enthält, reguliert aber nicht den Einsatz von Chemikalien und enthält keine sozialen Kriterien.</p> <p><b>OEKO-TEX® STANDARD 100</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Produkte-Label für gesundheitlich unbedenkliche Textilien</li> <li>Sozialkriterien: Nicht im Fokus</li> <li>Öko-Kriterien: Nicht im Fokus</li> <li>Weitere Kriterien: Ausschluss krebsregenerender und allergener Parastoffe, Grenzwert für gesundheitlich bedenkliche Stoffe.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p><b>Business-Initiativen:</b></p> <p><b>GLOBAL COMPLIANCE</b></p> <p><b>BSCI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Business-Initiative zur Verbesserung sozialer Standards in Zulieferbetrieben</li> <li>Sozialkriterien: ILO-Kernkonventionen und weitere relevante Sozialstandards, keine verbindliche Verpflichtung zur Zahlung eines Existenzlohns</li> <li>Öko-Kriterien: Nicht im Fokus</li> </ul> <p>Bei BSCI liegt die Verantwortung für die Umsetzung grundlegender Standards vorwiegend bei den Zulieferbetrieben. Die Preispolitik und Einkaufspraktiken der Auftraggeber werden kaum berücksichtigt. NGOs und Gewerkschaften sind nicht gleichberechtigt in Entscheidungen eingebunden. Lokale Akteure werden unzureichend einbezogen. BSCI verzichtet sich für Kontrollen primär auf kommerzielle Audits – diese spiegeln die Realitäten in Fabriken aber oftmals nicht ausreichend wieder.</p>                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

Abbildung 13: Bewertung der Produkte Labels (Quelle: André Moser; StopArmut)

## 5.1 FAZIT BEREICH EINKAUF

Von Seiten des Nachhaltigkeitsbeauftragten wurde in diesem Bereich nur wenig unternommen. Um so erfreulicher ist es, dass wir bezüglich des Einkaufs eine sehr gute Bilanz ziehen können. Dies zeigt auf, wie umsichtig die Beteiligten nicht nur in ökonomischer, sondern auch in ökologischer und sozialer Hinsicht handelten.

Auch im Bereich Einkauf könnte man die positiven Anstrengungen noch besser sichtbar machen -> Bildung. Wir sind jedoch zuversichtlich, dass die nachhaltigen Handlungsweisen der Beteiligten auch ohne direkte Ausweisung eine starke Botschaft an die Teilnehmenden vermitteln.



## ABFÄLLE



Abbildung 14: Eine Mitarbeiterin stellt am Ende des Camps Getränke für den Lunch bereit (Bild: PraiseCamp18)

Im Folgenden wird dargestellt, wie das PraiseCamp den anfallenden Abfall reduziert, und wie der produzierte Abfall entsorgt wurde.

### 5.2 ABFALL REDUZIEREN UND VERMEIDEN

Auf folgende Art und Weise hat das PraiseCamp Abfall reduziert respektive vermieden:

**Wegwerfgeschirr.** Das Thema wurde im Vorfeld wie auch im Camp intensiv diskutiert. Die grossen Mengen Abfall, die bei jedem Essen angefallen sind, waren für alle augenscheinlich. Wir wurden gefragt, ob es nicht ökologischer wäre, abwaschbares Plastik- oder Porzellangeschirr zu nutzen? Wir haben uns aus folgenden Gründen entschieden, weiterhin Einweggeschirr zu nutzen:

- Gemäss Aussagen unserer Beraterin von StopArmut ist Abwaschen von Geschirr nur dann sinnvoll, wenn professionelle Lösungen mit industriellen Waschmaschinen gewählt werden. Wenn jeder sein eigenes Geschirr von Hand abwäscht, ist der Wasser- und Energieverbrauch zu hoch. Eine professionelle Geschirrwashlösung

war in der Messe Basel nicht gegeben. Zudem war diese Lösung für das PraiseCamp weder finanziell noch logistisch machbar (3x im Tag Geschirr für 5800 Personen abwaschen).

- Von allem Einweggeschirr weist Karton die beste Ökobilanz aus.  
<https://www.ktipp.ch/artikel/d/wegwerfgeschirr-karton-weist-die-beste-oekobilanz-aus/>
- Den Verbrauch von Plastikbechern versuchten wir mittels wiederverwendbarer Trinkflaschen zu reduzieren. Die Teilnehmenden wurden ermutigt, solche selber von zu Hause mitzunehmen.

**Digital statt Papier.** Wie unter Kapitel 3 bereits erwähnt, nutzten wir vermehrt digitale Tools anstelle von Drucksachen. Folgende digitale Lösungen wurden am PraiseCamp<sup>18</sup> genutzt:

- Zum dritten Mal wurde ein **PraiseCamp-App** programmiert (EventMobi). Zum ersten Mal wurde auf einen **gedruckten Campguide** verzichtet. Über die App konnten die Teilnehmenden sämtliche Camp-Informationen beziehen. Ca. 6800 Leute haben die App runtergeladen.
- Die achtwöchige Nacharbeitskampagne (zwei Wochen lang tägliche Inspirationen als Audio) wurde ausschliesslich digital aufbereitet.
- Alle **Videos** der Hauptreferenten wurden über die Online-Plattform vimeo.com vertrieben. Auf die Verbreitung per Datenträger wurde komplett verzichtet.
- In der Planung und Durchführung wurden **verschiedene digitale Plattformen** (GoogleDrive, Dropbox, Skype,...) genutzt und wo immer möglich auf Drucksachen verzichtet.
- Wiederverwendung von **Deko**: Für die PraiseCamp-Dekoration wurde nur wenig neues Material angeschafft. Meist wurde Material bei Kirchen oder Organisationen **ausgeliehen** (Sofas, Möbel, Licht, ...). Gefördert wurde dieser Effekt durch die Tatsache, dass dem PraiseCamp selber kein Lagerraum zur Verfügung steht.

## 5.3 ABFALL ENTSORGEN

Die Abfallentsorgung im PraiseCamp wurde von der Messe Basel übernommen. Im Nachhaltigkeitsbericht der Messe Basel steht: «Die Abfallbewirtschaftung bei den Veranstaltungen erfolgt nach dem Verursacherprinzip, wobei für eine getrennte und fachgerechte Entsorgung der Abfälle gesorgt wird.» Im Vergleich zum PraiseCamp<sup>16</sup> hat die Messe bis zum Redaktionsschluss des Nachhaltigkeitsberichts keine Daten vorgelegt. Die Verantwortlichen der Messe zeigten sich während des Camps überrascht, wie wenig Abfall im PraiseCamp anfiel.

Auf dem Gelände besonders sichtbar waren die separaten PET-Sammelbehälter. Im Schlafbereich war die regelmässige Reinigung zentral, da hier am meisten Abfall anfiel. Die Reinigung wurde bewusst auf Zeitfenster gelegt, in welchen die Teilnehmenden im Programm involviert waren. So wurde versucht, trotz geschlechtergemischten Putz-Equipen die Geschlechtertrennung zu wahren.

Nicht erfasst wurden die Abfälle, welche in der Vor- und Nachbearbeitung produziert wurden. Da vor allem an digitalen Geräten gearbeitet wurde, wird der Anteil an Abfall in der Vor- und Nachbearbeitung nicht gross ins Gewicht fallen.



## 6. WEITERES

### 6.1 KONFORMITÄT

Im Leistungsbericht zur Nachhaltigkeit der StopArmut-Umweltkonferenz 2014 wird Konformität wie folgt beschrieben: *«Die sorgsame Beachtung von Rechtsvorschriften stärkt den Rechtsstaat und somit den gleichen Zugang zu Recht und Ressourcen für alle Menschen.»*

In der vom PraiseCamp unterzeichneten «Charta christlicher Kinder- und Jugendarbeit» ([www.cckj.ch](http://www.cckj.ch)) steht in der Präambel: *«Unsere Organisationen respektieren in ihren Aktivitäten den rechtsstaatlichen Rahmen und die pluralistische Gesellschaft.»* Eine kooperative Zusammenarbeit mit staatlichen Stellen und Respekt vor den gesetzlichen Vorschriften wird von allen Mitbeteiligten erwartet. Konkrete Massnahmen zur Sicherstellung der Konformität wurden am PraiseCamp<sup>18</sup> nicht ausgearbeitet. Bezüglich der Konformität liegen keine Beanstandungen von Teilnehmenden, Beteiligten oder Angehörigen vor.

### 6.2 SICHERHEIT UND GESUNDHEIT

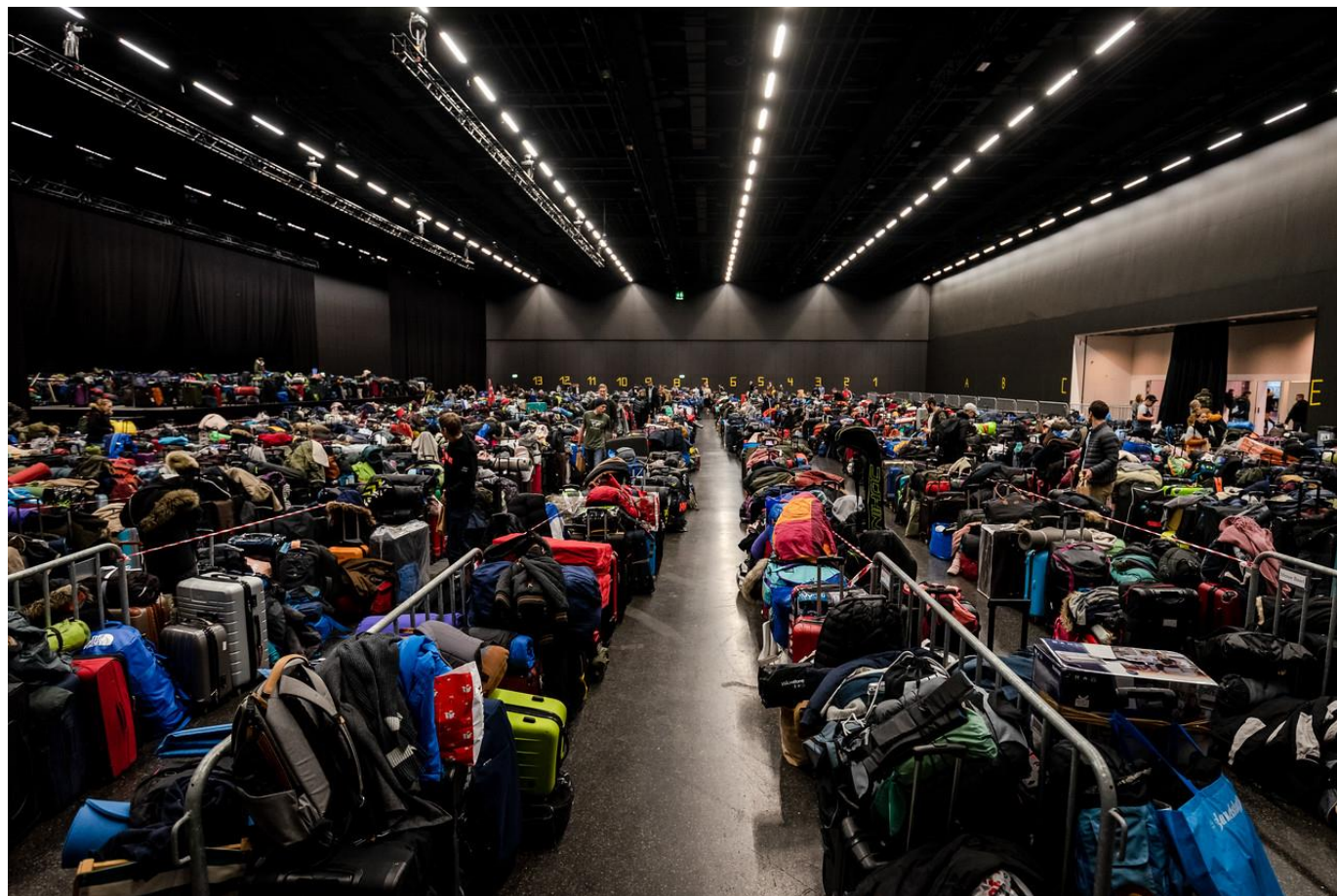


Abbildung 15: Teilnehmende deponieren ihr Gepäck am Ende des Camps in der Event-Halle (Bild: Timo Kellenberger)

Das PraiseCamp will die Gesundheit und Sicherheit aller Teilnehmenden garantieren. Neben der Verpflegung sind dafür insbesondere das Sicherheitskonzept, die medizinische Versorgung sowie die Notfallplanung zu berücksichtigen. Zu den genannten Bereichen folgen hier Kurzberichte aus dem PraiseCamp<sup>18</sup>:

- **Sanität:** Die Verantwortlichen der Sanität berichten:  
*«Das Praisecamp verlief aus Sicht der Sanität gut. Wir arbeiten mit einem Team von 53 Personen, das von einem 3er-Leitungsteam koordiniert wird. Diesen 24h Betrieb können wir nur durch die klare Aufteilung von Verantwortungen bewältigen. Dabei gelingt es, eine gute Balance von Freiheit und Führung zu geben, die auf Augenhöhe stattfindet. Das Team hat eine sehr hohe Professionalität und alle Personen sind mindestens ausgebildet mit BLS / AED. Die Mehrzahl arbeitet auch beruflich im medizinischen Bereich (Ärztinnen und Ärzte, Pflegefachleute, ...). Die gute interne Kommunikation wie auch das «Sorgetragen» untereinander sind zentral für die gute Betreuung des Teams selbst wie auch die Betreuung von Patienten. Die Sanität erhält sehr gute Rückmeldung und Patienten sind sehr dankbar für die mögliche Anlaufstelle.*

Einige Eckdaten:

- Die Schichten erstreckten sich jeweils über 8.5h.
- geringe Zahl an Fällen

- **Security:** Der Verantwortliche der Security, Ueli Hofer, berichtet:  
*«Die Campsecurity hatte den Auftrag, einen reibungslosen Ablauf des Camps sowie die Sicherheit der 5800 Teilnehmenden zu gewähren. Die Zusammenarbeit mit der örtlich zuständigen Polizeibehörde der Kapo Basel-Stadt und dem Messepersonal funktionierte einwandfrei. Diese sind immer wieder überrascht, wie friedlich es bei dieser Anzahl an jungen Menschen im Camp zu und her geht. Trotz kleiner Zwischenfälle, überwiegend am Sonntag, ist die Gewaltbereitschaft grundsätzlich auf einem sehr geringen Level. Leider hatten sich Diebstahlmeldungen gegen Ende des Camps gehäuft und wir haben uns dafür entschieden, eine Diebstahlwarnung mittels App durchzugeben.*

*Unter dem Team herrscht eine gute Stimmung (2/3 sind das erste Mal mit dabei) und von den Teilnehmenden kommt dem Sicherheitspersonal auch Wertschätzung entgegen – das freut uns immer sehr. Wir haben die Kontrollen am Samstag mit den Tageseintritten verstärkt und auch eine höheren Präsenz am Silvesteranlass präventiv bereit gestellt. Erfreulicherweise darf wieder festgehalten werden, dass das Camp aus Sicht der Security sehr ruhig und ohne nennenswerte Vorkommnisse abgewickelt werden konnte!«*

- **Notfallplan:** Der Leiter Logistik hat in Zusammenarbeit mit der Security und der Stadt Polizei Basel ein ausführliches Notfallkonzept entwickelt. Im Dokument «Krisenstab PraiseCamp<sup>18</sup>.Aufgaben, Organisation, Kompetenzen, Verantwortung» werden die Einzelheiten geregelt. Aus Sicherheitsgründen wird dieses Dokument nicht veröffentlicht. Das Konzept wurde von externer Stelle als sehr professionell beurteilt.

## 6.3 PRÄVENTION SEXUELLER AUSBEUTUNG

Für das PraiseCamp<sup>18</sup> wurde ein überarbeitetes Präventions- und Interventionskonzept im Bereich sexueller Ausbeutung eingeführt. Die Konzepte wurden gemeinsam mit «Limita Fachstelle zur Prävention sexueller Ausbeutung» ([www.limita.ch](http://www.limita.ch)) ausgearbeitet. Diese Konzepte dienen dem Schutz aller am PraiseCamp Beteiligten und sind daher ein integraler Bestandteil der Nachhaltigkeit.



Das PraiseCamp ist ohne Beziehungsarbeit undenkbar. Glaubwürdige Leiterinnen und Leiter begegnen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern mit echter Bezogenheit – als «ganze» Menschen mit ihren Gedanken, Emotionen und körperlichen Bedürfnissen. Auch unter den Teilnehmenden wünschen wir uns gelungene Beziehungen. Mit Nähe geht auch immer ein **Risiko** für sexuelle Übergriffe einher. Besonders heikel sind Beziehungen, in denen eine Person mehr Macht als die andere hat (Bsp.: Leitungspersonen) oder ein grösserer Altersunterschied besteht. Um Nähe und Distanz gut zu gestalten, müssen sich Leiterinnen und Leiter daher ganz besonders ihrem Auftrag und ihrer Rolle im PraiseCamp bewusst sein.

Heikle Begegnungen eröffnen meist auch einen riskanten Interpretationsspielraum. Irritationen lösen Gefühle aus – diese sind jedoch je nach Situation und Person (z.B. geprägt durch eigene Erlebnisse) sehr unterschiedlich. Im Risikobereich bewegen wir uns in einem vagen Graubereich, in dem nicht immer alles ganz klar benannt werden kann. Unsere Devise im Umgang mit Risiken lautet: Aktive Klärung im Graubereich. Wir wollen eine angemessene und **rollenklare Balance von Nähe und Distanz** – kein «Entweder- oder», sondern ein dosiertes «Sowohl als auch».

## Risikomanagement im PraiseCamp

Das Ziel eines sorgfältigen **Risikomanagements** in einer Organisation ist nicht die Vermeidung sämtlicher Risiken (das ist unmöglich), sondern deren **transparente und aktive Gestaltung**. Wir haben für das PraiseCamp konkrete Risikosituationen analysiert, die für den Aufbau von Taten ausgenutzt werden könnten. Für jede erkannte Risikosituation haben wir konkrete **Verhaltensstandards** definiert. Mit Hilfe dieses Risikomanagements wollen wir alle Seiten schützen – die Teilnehmer/innen vor sexuellen Übergriffen und die Leiter/innen und Mitarbeiter/innen vor Falschanschuldigungen.

Neben den Verhaltensstandards sind die **Grundhaltungen** ein wichtiger Teil unseres Risikomanagements. Diese waren in der App für alle öffentlich zugänglich.

## Die Grundhaltungen in Risikosituationen

Nach folgenden Grundhaltungen soll sich das Verhalten aller Mitarbeitenden im PraiseCamp richten. Die Grundhaltungen sind ausschlaggebend für die Verhaltensstandards.

- **Macht und Verantwortung:** Ich bin mir bewusst, dass zwischen den Teilnehmenden und mir als Mitarbeitender/m ein Machtgefälle besteht. Darum gehe ich verantwortungsvoll mit meiner Aufgabe um und handle gemäss dieser. Die Grenzen ziehe ich als Mitarbeitende/r und kann dies nicht an die Teilnehmenden delegieren. Auch wenn ich, als mitarbeitende oder sogar leitende Person, jünger bin als der/die Teilnehmende, trage ich dennoch die Verantwortung.
- **Schutzauftrag:** Ich respektiere die seelische, körperliche und sexuelle Integrität der Teilnehmenden. Ich bringe ihnen Respekt entgegen und vermeide jede Handlung, die sie verletzt.
- **Körperkontakt in der Beziehungsgestaltung:** Gemäss meiner Aufgabe behalte ich den Schutz und das Wohl der Teilnehmenden im Auge. Der Körperkontakt soll meiner Rolle und meiner Aufgabe im PraiseCamp entsprechen.
- **Transparenz und Feedback:** Ich wahre Transparenz in Risikosituationen und suche aktiv den Austausch mit anderen Mitarbeitenden. Beobachte ich irritierende Handlungen Anderer in Bezug auf Nähe und Distanz, spreche ich diese aktiv an. Ich pflege eine Haltung der Kritikfähigkeit und gebe selbst konstruktives Feedback.

Dabei bin ich wohlwollend und vertrauensvoll, bleibe aber gleichzeitig anspruchsvoll in Bezug auf unseren Verhaltenskodex.

- Meldepflicht: Ich verpflichte mich, bei Verdacht auf sexuelle Ausbeutung sofort Meldung bei der internen Meldestelle zu machen. Das Konfrontieren der verdächtigten Person(en) ist nicht meine Aufgabe und ich unterlasse es in jedem Fall.
- Selbstreflexion: Ich nehme mir Zeit, mir meiner Rolle und meiner Aufgabe bewusst zu werden. Bei Unsicherheiten bezüglich Risikosituationen habe ich das Recht, diese in meinem Team zur Sprache zu bringen. Unklarheiten müssen besprochen und bearbeitet werden. Dies dient der Qualitätssicherung in meinem Bereich.

## Konkrete Verhaltensstandards im Umgang mit Risikosituationen

Die Verhaltensstandards helfen, die Arbeit in den verschiedenen Bereichen und Ressorts transparent zu gestalten. Je nach Rolle können sich die Standards unterscheiden.

- Schlafsäle: In den Schlafsälen gilt «Mein Platz, meine Privatsphäre». Diese Grenze kann und darf nur auf Einladung der anderen Person oder auf Nachfrage überschritten werden (z.B. Trösten bei Heimweh, Pflegen von Kranken).
- Fotografieren/ Filmen: Das Fotografieren und das Filmen ist in den Schlafsälen bzw. WC/Duschen nicht gestattet.
- WC/Duschen: Die WC/Duschen sind geschlechtergetrennt und in einzelne Kabinen unterteilt. Das Teilen der Kabinen unter Mitarbeitenden und/oder Teilnehmenden ist nicht erlaubt.
- Körperkontakt: Der Körperkontakt kommt vom Teilnehmenden aus und muss der Situation, Rolle und dem Altersunterschied angepasst sein. Trösten bei Heimweh, Traurigkeit usw. gehört zu unserem Auftrag und ist in einem angepassten Rahmen ein Teil unserer Aufgabe. In so einer Situation behalten alle Mitarbeitenden den Schutz des Teilnehmenden im Fokus und respektieren seine Grenzen. Regelmässige Traurigkeit von einem Teilnehmenden thematisiere ich in der Gruppe.
- Seelsorge und Ministry: Hier gelten zusätzlich die bereichsinternen Vorschriften.
- Sanität: Hier gelten zusätzlich die bereichsinternen Vorschriften.
- Zweier-Situationen: Grundsätzlich hält sich kein Mitarbeitender allein mit einem Teilnehmenden in einem geschlossenen Zimmer auf.
- Berührungen beim Beten: Bevor man im Gebet die Hände auflegt, muss bei der betreffenden Person um Erlaubnis gefragt werden. Ist kein Körperkontakt erwünscht muss dies akzeptiert werden.
- Hotelzimmer: Die Hotelzimmer der Mitarbeitenden werden nicht von Drittpersonen betreten.
- Kommunikation: Die Mitarbeitenden verzichten auf sexualisierte Sprache/Gestik oder anzügliche Bemerkungen.
- Kleidung: Die Kleidung der Mitarbeitenden darf nicht zur Sexualisierung der Atmosphäre beitragen (z.B. Kleider, die den Blick auf Brust- oder Schambereich ermöglichen oder Unterwäsche-betont sind).
- Sport: Bei Schutzmassnahmen im Sport ist vorab fachlich zu klären, welche Massnahmen nötig sind. Die fachgerechte Prävention von Unfällen geht dem Schutz vor nicht eindeutigen Berührungen vor. Nötige Hilfestellungen werden verbal angekündigt.

## Umsetzung der Verhaltensstandards & Übertretungen

Vor dem PraiseCamp18 wird dieser Verhaltenskodex an alle Mitarbeitenden versendet und musste bis zum Camp-Start unterschrieben dem Ressortleiter abgegeben werden. Der Verhaltenskodex wurde zudem am Ressortleiter-Treffen im November 2018 besprochen. Der Verhaltenskodex wurde auch am Mitarbeitenden-Startgottesdienst am 26. Dezember thematisiert.

Jede Abweichung der Standards muss nachvollziehbar und ausreichend begründet sein. Sie ist, um die Transparenz zu gewährleisten, umgehend anzusprechen. Wiederholtes, nicht begründetes Abweichen der Standards oder intransparentes Verhalten werden nicht akzeptiert. Sie können via interne Meldestelle an die Leitung weitergeleitet werden und können zum Ausschluss vom Camp führen.

## Für den Krisenfall das Interventionskonzept:

Eine Krise tritt bei einem Verdacht auf eine Straftat ein. In diesem Fall wird nicht mehr über den angemessenen Umgang verhandelt, sondern nach dem vorliegenden Interventionskonzept interveniert. Bei einer Krise befinden wir uns im strafrechtlich relevanten, also im roten Bereich. Er tritt dann ein, wenn ein vager bis begründeter Verdacht auf Straftaten besteht. Das PraiseCamp-Instrument zum Krisenmanagement bei Verdacht auf sexuelle Ausbeutung ist das Interventionskonzept.

Eine Intervention bei Verdacht auf eine sexuelle Ausbeutung ist eine emotionale Ausnahmesituation. Der Drang nach Klärung führt häufig zu Überschätzung und zu falschen Reaktionen, welche grossen Schaden anrichten. Zudem stehen die Leiterinnen und Leiter meist in unlösbaren Loyalitätskonflikten. Das Krisenkonzept gibt einen genau definierten Ablauf vor und sichert so ein sauberes Verfahren.

Das Interventionskonzept will die Handlungsfähigkeit in einer Krise erhalten und das Verfahren klären. Es geht um «Klarheit» im Sinne von Vorgehen, nicht um das Aufklären der Wahrheit. Es ist nicht die Rolle der im PraiseCamp involvierten Personen, die Wahrheit einer Meldung festzustellen. Ein definiertes Vorgehen schützt zudem die Beteiligten, da für alle Betroffenen dasselbe Vorgehen gilt. Das Krisenkonzept garantiert Transparenz und die Nachvollziehbarkeit. Mehr Details sind auf Anfrage im Dokument »Interventionskonzept« zu finden.

## Fazit Prävention sexueller Ausbeutung:

Die verstärkten Anstrengungen im Bereich Prävention wurden von den PraiseCamp-Mitarbeitenden sehr gut aufgenommen. Aufgrund der kurzen Vorlaufzeit konnte das Konzept nicht auf Gruppenleiterinnen und Gruppenleiter ausgeweitet werden. Dieser Schritt könnte die Präventionsarbeit weiter stärken und sollte im nächsten Camp unbedingt geprüft werden. Viele Leitende sind zudem motiviert, ähnliche Präventionsanstrengungen auch in ihren Angeboten zu implementieren.

Die Leitenden, Mitarbeitenden und Teilnehmenden wurden teilweise mündlich, oder aber über das App auf die Meldestelle aufmerksam gemacht (Menüpunkt «Info/ Deine Rechte- unsere Verpflichtung»).

Der PraiseCamp Leitung sind keine Meldungen an die Meldestelle bekannt. Auch das Interventionsteam musste nie aufgeboden werden. Es gab einige Diskussionen zum Umgang mit Graubereichen. Diese offene Gesprächskultur ist im Präventionsbereich sehr wünschenswert.

## 6.4 INKLUSION

Der Begriff «Inklusion» bezeichnet die politische Forderung, jeden Menschen in seiner Individualität zu akzeptieren und ihm die Möglichkeit zu geben, in vollem Umfang an ihr teilzuhaben oder teilzunehmen.<sup>3</sup>

Inklusion wurde vom PraiseCamp-Leitungsteam nie systematisch diskutiert. In der Planung mussten jedoch immer wieder Entscheide getroffen werden, welche das Thema Inklusion berührten. Motiviert von einer christlichen Ethik war es das Anliegen der veranstaltenden Organisationen, alle Menschen willkommen zu heissen und soweit machbar eine Mitbeteiligung zu ermöglichen. Unausweichliche Ausgrenzungen waren dabei nie ideologisch begründet, sondern hatten praktische Ursachen.

Unten eine unvollständige Auflistung von Aspekten in denen das Thema Inklusion zum Tragen kam:

- **Menschen mit Behinderungen:** Das PraiseCamp hat keine detaillierten Zahlen erhoben. Am Offensichtlichsten waren Teilnehmende die auf einen Rollstuhl angewiesen waren. Davon waren einige im Camp mit dabei. Unterstützung und/oder Betreuungsaufgaben übernahmen meist ihre nächsten Bezugspersonen, also die Kleingruppen der Betroffenen. Für teilnehmende Gruppen scheint es selbstverständlich, soweit möglich auch Personen mit körperlichen Einschränkungen eine Teilnahme am Camp zu ermöglichen. Dies spricht für eine ausgeprägte Kultur der Inklusion.
- **Menschen mit Einschränkungen bei der Ernährung:** Neben den bereits früher eingeführten vegetarischen Angeboten, wurde in diesem Camp zum ersten Mal eine Fasstrasse für Allergiker angeboten (Zöliakie, Laktose). Dies wurde im Vorfeld des Camps von Gruppenleitenden ausdrücklich gewünscht, da Teilnehmende mit solchen Einschränkungen sonst bei einem wichtigen Teil des Camps – den Mahlzeiten – nur eingeschränkt teilnehmen konnten. Dieses Angebot wurde dementsprechend geschätzt. Wie in früheren Camps gab es für Betroffene Kühlmöglichkeiten sowie Kochgelegenheiten für selbst mitgebrachtes Essen.
- **Sprache:** Schweizerdeutsch ist die offizielle Sprache im Camp. Printsachen werden auf Deutsch verfasst. Im Camp waren Teilnehmende aus dem Tessin (Italienisch), Deutschland (Hochdeutsch) und einige wenige aus der Westschweiz (Französisch) und anderen Ländern (vor allem englischsprachig). Wir verzichten auf Hochdeutsch, da wir uns als Schweizer Angebot platzieren. Die Dialektsprache ist dabei ein wichtiges Identifikationsmerkmal. Im Hauptplenum (Abendprogramm) wird per Headset auf verschiedene Sprachen übersetzt (Französisch, Hochdeutsch, Italienisch, Englisch). Wenn bekannt ist, dass Teilnehmergruppen mit anderen Sprachbedürfnissen

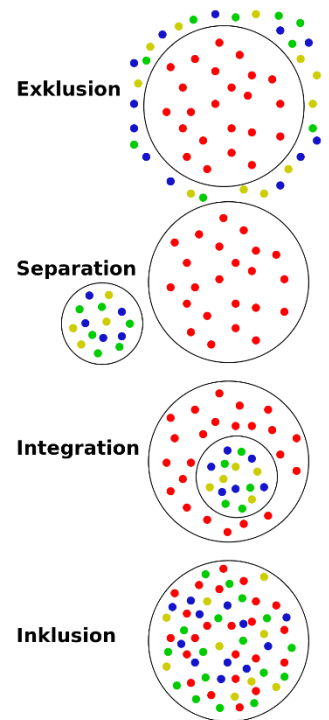


Abbildung 16:  
Veranschaulichung  
verschiedener Konzepte des  
Zusammenlebens.

Quelle:  
[https://de.wikipedia.org/wiki/Soziale\\_Inklusion](https://de.wikipedia.org/wiki/Soziale_Inklusion)

<sup>3</sup> Quelle: [https://de.wikipedia.org/wiki/Soziale\\_Inklusion](https://de.wikipedia.org/wiki/Soziale_Inklusion)



anwesend sind, versuchen wir mit Übersetzungsangeboten soweit als möglich darauf einzugehen. Ansonsten müssen sich die Beteiligten mit der schweizerdeutschen Camp-Sprache arrangieren.

- **Unterzeichnung der «Charta christlicher Kinder- und Jugendarbeit»** ([www.cckj.ch](http://www.cckj.ch)). Seit 2016 ist der Verein PraiseCamp Mitunterzeichner der oben erwähnten Charta. Darin wird unter «Prinzip 6» ausdrücklich die **Nichtdiskriminierung** behandelt. Im Folgenden wird der Wortlaut wörtlich wiedergegeben:  
*„Wir lehnen jede Form der Diskriminierung von Kinder und Jugendlichen ab, welche das Geschlecht, soziale Zugehörigkeit, Aufenthaltsstatus, Herkunft, Rasse, religiöse oder politische Überzeugung oder Behinderung betreffen. Wir engagieren uns gegen Ausgrenzung, Rassismus, Fremdenfeindlichkeit und religiöse Diskriminierung. Wir engagieren uns für konstruktive Konfliktlösungen unter Kindern und Jugendlichen.“*

## 6.5 ÖKONOMIE

Im Leistungsbericht zur Nachhaltigkeit der StopArmut-Umweltkonferenz 2014 steht zum Thema Ökonomie: *«Jede Konferenz kostet Geld. Ausgaben generieren Arbeit für Lieferanten und Dienstleister. Tagungsgebühren generieren Einnahmen für die Konferenz. Freiwillige Helfer multiplizieren die finanziellen Ressourcen. Eine transparente Abrechnung zeigt mit Leistungs- und Sozialbilanz, wo und wie die Geldflüsse Gewinn bringen.»*

Der Verein PraiseCamp verantwortet die Finanzen des PraiseCamps, welche von einem externen Revisor begutachtet werden. Dies garantiert Transparenz und Professionalität im Umgang mit Finanzen. Das PraiseCamp arbeitet nicht gewinnorientiert.

## 6.6 SPENDEN

Es ist dem PraiseCamp wichtig, den Wert des «Gebens» zu fördern. Deshalb wurden im Rahmen von „Act Now“ 15 verschiedene Projekte unterschiedlicher Organisationen im In- und Ausland durch im Camp gesammelte Spenden unterstützt. Insgesamt sind bei „Act Now“ 120'000 CHF zusammengekommen (Ca. 21 CHF/Person). Dieser Betrag wurde vollumfänglich an die ausgewählten Projekte weitergegeben.

## 7. FAZIT

Das PraiseCamp hat sich Ziele im Bereich «Bildung», «CO<sub>2</sub>-Bilanz» und «Einkauf» gesetzt.

- Im Bereich «**Bildung**» konnte insbesondere durch den Secondhand-Shop ein neues, starkes Zeichen für Nachhaltigkeit gesetzt werden. Teilnehmende konnten mit dem Secondhand-Shop aktiv an einem Nachhaltigkeitskonzept partizipieren. Nachhaltigkeit konnte dank dem Shop als trendiger Lebensstil sichtbar gemacht werden. Mit MoveNow wurden junge Menschen motiviert, soziale Zusammenhänge wahrzunehmen und mögliche Lösungen zu formulieren. Negativ nehmen Teilnehmende die Nutzung von Einweggeschirr wahr. Hier müsste in einem nächsten Camp aktiver über die Gründe und Alternativen informiert werden.
- Im Bereich «**CO<sub>2</sub>-Bilanz**» werden die verursachten Emissionen als durchaus positiv bewertet. Der diesjährige Bericht zeigt auf, wie stark die Verpflegung in die CO<sub>2</sub>-Bilanz einfließt (mehr als das Dreifache der Mobilität). Im Vergleich zum PraiseCamp16 waren für das Camp18 bedeutend weniger Flüge nötig. Dies verbessert die CO<sub>2</sub>-Bilanz stark. Will man die realen CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensieren, müssten mindestens 3960 Franken, maximal 13'200 Franken in Kompensationszahlungen investiert werden. Das PraiseCamp hat 2'000 CHF in Kompensationszahlungen in Benin investiert. Künftig könnte man den Teilnehmenden die Möglichkeit bieten, gleich bei der Anmeldung oder während dem Camp einen persönlichen Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Kompensation zu leisten. Dadurch würde Teilnehmende noch viel stärker für das Thema sensibilisiert, und die realen CO<sub>2</sub>-Emissionen könnten umfassend kompensiert werden.
- Im Bereich «**Einkauf**» wurde von Seiten des Nachhaltigkeitsbeauftragten nur wenig unternommen. Umso erfreulicher ist es, dass wir bezüglich des Einkaufs eine sehr gute Bilanz ziehen können. Dies zeigt auf, wie umsichtig die Beteiligten nicht nur in ökonomischer, sondern auch in ökologischer und sozialer Hinsicht handeln.

Positiv können weiter die verstärkten Anstrengungen im Bereich Prävention sexueller Ausbeutung oder die Umstellung auf digitale Kommunikation (PraiseCamp-App) erwähnt werden. Die Sicherheit, Gesundheit und Integrität der jungen Menschen waren dank dem professionellen Engagement unzähliger Freiwilliger gewährt. Die Teilnehmenden zeigten mit ihrer eindrücklichen Mitbeteiligung bei Act Now, dass ihnen Menschen wichtig sind und es ihnen nicht nur um das eigene Camp-Erlebnis geht.

Keinen grossen Stellenwert hatte das Thema Nachhaltigkeit in den Programmelementen. Neben MoveNow fand kaum eine inhaltliche (theologische) Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsthemen statt.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2018 zeigt auf, dass dem PraiseCamp ein gerechter und solidarischer Umgang mit den Mitmenschen und die Bewahrung der Schöpfung (Ökologie) wichtig sind. Es sind nicht in erster Linie die (wenigen) Massnahmen des Nachhaltigkeitsbeauftragten, sondern das umsichtige Handeln aller Beteiligten, welches zu einem positiven Nachhaltigkeits-Fazit führt.