

CLEVER, die spannende und interaktive Ausstellung der Stiftung Biovision zeigt, wie nachhaltiges Einkaufen geht.



1. Ziel

Das Projekt CLEVER wurde 2011 durch die Stiftung Biovision ins Leben gerufen. Biovision sensibilisiert die Schweizer Bevölkerung, insbesondere die Jugend, für die Auswirkungen des eigenen Konsumverhaltens auf die Gesundheit von Mensch, Tier und Umwelt. An konkreten Beispielen zeigen wir, wie wir eine nachhaltige Entwicklung in der Welt unterstützen und unseren Beitrag zur Erreichung der «Sustainable Development Goals» / «Agenda 2030» der UNO leisten können. Neben Wissen über nachhaltigen Konsum vermittelt Biovision konkrete Handlungstipps für den eigenen Einkauf.

2. Beschreibung „CLEVER“

„CLEVER“ existiert als fünf unterschiedliche Aktivitäten. Als Ausstellung, als Workshop in Schulen, als Onlineshop und als Stand für Märkte und Veranstaltungen.

1. **„CLEVER – nachhaltig einkaufen“ die Wanderausstellung:** Die interaktive Ausstellung ist gestaltet wie ein kleiner Laden. In einem Einkaufsspiel füllen die Besuchenden das Körbli mit Produkten, die auch in realen Supermärkten angeboten werden. Informationstafeln helfen dabei eine nachhaltige Wahl zu treffen. An der Kasse werden die Produkte eingescannt und auf ihre Nachhaltigkeit bewertet. Dabei erläutern Fachpersonen die Produktbewertungen und das Resultat des Einkaufs. Auf Anfrage bieten wir spannende, Lehrplan 21 gestützte Führungen für Schulen und Gruppen in der Ausstellung an.
2. **CLEVER – Workshop in Schulen** für ein oder mehrere Tage. Der «CLEVER» eignet sich hervorragend für den Einsatz an Schulen im Rahmen von Projektwochen oder Aktionstagen. Basierend auf den Leitsätzen des Lehrplan 21 für die «Bildung für nachhaltige Entwicklung BNE» thematisieren wir nachhaltigen Konsum. Die Schüler:innen setzen sich mit Konsum und Konsumgestaltung sowie möglichen Einflussfaktoren auseinander. Während der spielerischen Shopping-Tour, Arbeitsaufträgen und Diskussionen erfahren die Schüler:innen, wie ihr eigenes Konsumverhalten den Zustand der Umwelt beeinflusst und wie sie eine nachhaltige Entwicklung in der Welt unterstützen können. Der «CLEVER» hat zum Ziel, dass Schüler:innen spielerisch lernen, Konsumentenscheide zu begründen und ihr Konsumverhalten in Hinblick auf einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen kritisch zu reflektieren.
3. **CLEVER Onlineshop:** Im «Onlineshop» von CLEVER kann das eigene Einkaufsverhalten auf spielerische Weise auch am Bildschirm getestet und Produkte miteinander verglichen werden. Neben dem Einkaufsspiel stehen umfassende Hintergrundinformationen, ein Labelglossar und interessante Links rund ums nachhaltige Konsumieren zur Verfügung: www.clever-konsumieren.ch
4. **CLEVER-Stand für Märkte oder Veranstaltungen:** An unserem CLEVER-Stand können die Besuchenden eine Auswahl von Produkten scannen und auf ihre Nachhaltigkeit testen. Dabei helfen Hintergrundinformationen das eigene Konsumverhalten zu reflektieren und Fachpersonen geben Tipps für nachhaltiges Einkaufen.
5. **Referat/ Konferenz:** Unser Wissen, Inhalte und Tipps können auch an Vorträgen und Konferenzen für die Öffentlichkeit und an Schulen und Universitäten (zum Beispiel an der Nachhaltigkeitswoche, Filmfestivals, etc.) im Zusammenhang mit anderen Themen über Nachhaltigkeit gebucht werden.

Für die Aktivitäten 1 bis 3 stellen wir pädagogisch ausgearbeitetes Lehrmaterial (wie Arbeitsblätter, Infotexte, Filme, Lesestoff etc.) zur Verfügung und stützen uns dabei auf Themen wie die Bedeutung von Labels, Foodwaste, die Auswirkungen von Konsum von Fleisch und tierischen Produkten, die Palmölproblematik, nachhaltige Menüplanung und noch vieles mehr. Die genaue Themenvertiefung kann selbst gewählt werden.

Die Ausstellung CLEVER und der CLEVER Workshops in Schulen wird von zwei fachlich und pädagogisch kompetente Betreuer:innen der Stiftung Biovision durchgeführt. Die Betreuer:innen

erklären die Aufgaben, vertiefen die Themen und beantworten Fragen. Um dies durchzuführen, bildet Biovision jedes Jahr Praktikant:innen aus mit den Hintergründen aus Umweltwissenschaften, Geografie, Biologie etc. Der Leitgedanke dahinter ist, mit der Öffentlichkeit zu kommunizieren und Produkte als Vektoren des Austauschs und des Dialoges zu verwenden.

3. Bewertungssystem

Das Angebot in unseren Supermärkten ist kaum noch zu überblicken. Obst und Gemüse sind oft ausserhalb der Saison verfügbar, Aktionen preisen «Sonderangebote» an und unzählige Labels versprechen umweltgerechte und faire Produkte. Zudem sind uns Faktoren wie Preis, Geschmack oder die Menu-Planung wichtig. Eine nachhaltige Einkaufsentscheidung zu fällen ist schwierig! Hier hilft CLEVER: Wir haben über 100 Produkte aus dem Detailhandel auf ihre Umweltfreundlichkeit und Sozialverträglichkeit überprüft. Anhand konkreter und alltäglicher Beispiele zeigen wir, wie sich unser Konsum auf die Umwelt und die Lebensbedingungen der Produzierenden auswirkt und geben Tipps für einen nachhaltigen Einkauf, die für alle umsetzbar sind.

Die Bewertung erfolgt anhand von vier ökologischen und zwei sozialen Kriterien: Klima, Verschmutzung, Ressourcenverbrauch, Biodiversität, Sozialverträglichkeit & Tierhaltung und Lebensgrundlage. Das Resultat wird als Spinnendiagramm dargestellt und veranschaulicht wie nachhaltig ein einzelnes Produkt und ein ganzer Einkauf ist. Stärken und Schwächen der gekauften Produkte sind einfach erkennbar und ein Vergleich mit anderen Produkten wird möglich. Als Basis für die Bewertung dienen die Angaben zu Herkunft, Inhaltsstoffen und Zertifizierungen auf den Verpackungen. Fehlen bei einem Produkt diese Informationen, wird es negativ beurteilt. Denn Transparenz ist für nachhaltigen Konsum entscheidend.



Über 70'000 Personen, hauptsächlich Jugendliche, haben an einem CLEVER-Workshop teilgenommen oder waren in der Wanderausstellung „CLEVER – nachhaltig konsumieren“ bei einer Führung dabei.