

Nachhaltig einkaufen: Ja – aber wie?

Ökologisch und fair essen gewinnt an Bedeutung – nicht nur bei der Klimajugend. Die richtige Produktewahl kann jedoch knifflig sein. CLEVER, eine interaktive Ausstellung in der Markthalle in Basel, bietet jetzt konkrete Entscheidungshilfen und einfache Einkaufstipps.

Was ist nachhaltiger, Bio-Tomaten aus Spanien oder konventionelle aus der Schweiz? Ist die Tafelschokolade oder die Schoggistängeli aus Fairtrade-Kakao die ökologischere und fairere Wahl? Besser Bio, aber nicht fair? Lieber ohne Chemie, aber mit grauer Energie? Immer saisonal, dafür gespritzt? Antworten auf solche Fragen gibt die interaktive Ausstellung der Stiftung Biovision, die bis am 28. Oktober in der Markthalle beim SBB Bahnhof in Basel gastiert. Beim Bummel durch den CLEVER-Supermarkt können Besucher:innen ihr Konsumverhalten mit einem spielerischen Einkauf testen. An der Kasse erhalten sie dann die Quittung für ihren Einkauf. Sie erfahren nicht, wieviel es kostet, sondern wer für problematische Produkte bezahlt: Die Umwelt, das Klima, Fabrikarbeitende oder gar Kinder?

Fundierte Informationen und fünf Einkaufsregeln

Kompetente CLEVER-Expert:innen für nachhaltigen Konsum beantworten vor Ort Fragen, zum Beispiel warum einzelne Produkte bezüglich Nachhaltigkeit schlechter abschneiden als andere. Sie vermitteln auch Tipps zu unproblematischen Alternativen und bringen Licht in den Label-Dschungel. «Wir wollen mit dieser Ausstellung nicht nur spielerisch Wissen vermitteln, sondern auch gleich konkrete Anwendungstipps mitgeben. So können die Besucher:innen gleich beim nächsten Einkauf profitieren und ihn nachhaltiger gestalten», sagt Anna Schöpfer, Programmverantwortliche «Nachhaltiger Konsum» bei der Stiftung Biovision, zum Ziel der Ausstellung. Und sie nennt fünf Regeln, mit denen man bereits sehr gut einspart für einen umweltfreundlichen und fairen Einkauf:

1. Kaufe nur, was du brauchst. Weniger ist mehr!
2. Iss regelmässig vegetarisch.
3. Kaufe saisonal und regional ein.
4. Wähle Produkte mit nachhaltigem Label.
5. Meide Produkte mit Palmöl.

Sonderangebot für Schulen

Für Schulklassen und Gruppen werden spezielle Führungen durch die Ausstellung CLEVER angeboten. Diese dauern 1.5h und ist für Klassen der Mittel- und Oberstufe, für Berufsschulen sowie Gymnasien geeignet. Anmeldungen unter clever@biovision.ch oder Tel. 044 512 58 58

Der Besuch der Ausstellung ist gratis und steht bis am 28. Oktober offen von Mo – Fr 12:00 – 18:00 Uhr und Sa 10:00 – 17:00 Uhr

Corona-Info: Es gilt Zertifikatspflicht für Personen ab 16 Jahren. Wir bitten Sie, für den Besuch der Ausstellung ein Zertifikat und einen Personalausweis mitzubringen. Beides müssen Sie beim Eingang in die Ausstellung vorweisen, um die Sicherheit der Besucher:innen und der Mitarbeiter:innen zu gewährleisten.

Auskünfte und Anmeldung: a.schoepfer@biovision.ch, Tel. 044 512 58 26

Biovision Stiftung für
ökologische Entwicklung
Heinrichstr. 147
CH-8005 Zürich



Telefon 044 / 512 58 58
E-Mail info@biovision.ch
Internet www.biovision.ch

Spendenkonto
PC-Konto 87-193093-4

Stiftung für ökologische Entwicklung
Fondation pour un développement écologique
Foundation for ecological development



Biovision – Stiftung für ökologische Entwicklung

Biovision, gegründet 1998 ist eine Pionierin des Wandels und steht für eine grundlegende agrarökologische Transformation der Ernährungssysteme ein. Die konfessionell und parteipolitisch unabhängige Schweizer Stiftung mit Sitz in Zürich sowie einer Zweigstelle in Genf orientiert sich an den globalen Nachhaltigkeitszielen der «Agenda 2030» mit Fokus auf dem Ziel 2 «Zero Hunger». In Subsahara Afrika leistet Biovision Hilfe zur Selbsthilfe. Mit lokalen Partnern werden innovative ökologische Lösungen entwickelt und verbreitet, um den Hunger zu überwinden und das Leben der Kleinbäuerinnen und -bauern zu verbessern. 2013 wurde die Stiftung Biovision, zusammen mit ihrem Gründer [Dr. Hans Rudolf Herren](#), einem der weltweit führenden Experten für nachhaltige Landwirtschaft, mit dem Alternativen Nobelpreis ausgezeichnet.