



Nationale Tagung «Nachhaltige Ernährung in Städten und Gemeinden» – Workshop 3 «Sensibilisierung / Kommunikation»

Eine nationale Kampagne zur Sensibilisierung der Bevölkerung zu unterstützen oder einen nachhaltigen Schwerpunkt an einer regionalen etablierten Veranstaltung zu setzen, weckt Aufmerksamkeit und schafft bei der Bevölkerung ein Bewusstsein für das Verständnis einer nachhaltigen Ernährung. Eine gute Möglichkeit das Engagement einer Gemeinde oder Stadt bei der Bevölkerung bekannt zu machen und die Konsumentinnen und Konsumenten hinsichtlich ihrer Entscheidungsmöglichkeiten gezielt zu informieren.

Im Workshop wurden die Chancen und Herausforderungen der einzelnen Handlungsfelder diskutiert. Ziel des Workshops war eine fundierte SWOT-Analyse zu den spezifischen Handlungsfeldern, welche die Teilnehmenden in der direkten Umsetzung unterstützen soll. Die Ergebnisse finden Sie untenstehend:

Projekte	
Stadt Zürich und weitere Partner « Save Food. Fight Waste »: Yvonne Lötscher, Stadt Zürich (L)	
Lunchidee : Sophie Frei, frei-stil.ch (L)	
Atlas der pflanzlichen Ernährung : Philippe Schenkel, Greenpeace (L)	
Umweltdemokratisierung – CO ₂ -Transparenz aller Lebensmittel: Judith Ellens, Eaternity (I)	
Tag der nachhaltigen Ernährung Montreux: Hervé Henchoz, Bio Eco (A)	
GemüseAckerdemie : Ernährungsforum (L)	
Klimapfad Ernährungsforum (I)	
GraubündenVIVA (L): FiBL Otto Schmid	
Fourchette verte : Sabine Hercher, Gsünder Basel (L)	
Food For Life , UK (L)	
SWOT	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> - Jede Stadt kann das Thema wählen, das sie interessiert - Koordination ermöglicht die Stärkung aller Initiativen E - Anerkennung der Arbeit aller Projektbeteiligten und nachgewiesene Hebelwirkung auf die Eltern 	<ul style="list-style-type: none"> - Sehr vielfältiges Thema – daher bei Umsetzung fokussieren - Begrenzte Wirkung – bedarf Wiederholung und Einnahme verschiedener Blickwinkel (z.B. Projekt 5) - Es ist einfacher Geld für Kommunikationsmassnahmen zu erhalten, als für die konkrete Umsetzung - Ressourcen: Referenzen, Bücher, Studien



Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> - Sichtbarmachen von Initiativen zur Vernetzung, z.B. Austauschplattform E - Sensibilisierung von wenig interessierten Personen, grosses Potenzial im öV (z.B. Projekt 1 & 5) E E - Vom aktuellen Aufwind profitieren, Bewusstsein schaffen - Das Thema hat viele positive Aspekte, die kommuniziert werden können 	<ul style="list-style-type: none"> - Fehlende finanzielle und personelle Ressourcen E - Gefahr, das nicht interessierte Publikum nicht zu erreichen, weil es sich nicht von Aktion angesprochen fühlt E - Individuelle Freiheit, Privatsphäre, kulturelle Vielfalt (z.B. Projekt 9) - Kritik exponiert

E = Schw erpunkte für den w eiteren Koordinationsbedarf

A = Abgeschlossene Projekte

L = Laufende Projekte

I = Zukünftige Projekte / Projektideen