

BLACK FRUIT

Projektname: Blackfruit

Projekt-Zusammenfassung:

Mit 400 kleinen Klebern, die wir im Supermarkt auf Früchte und Gemüse kleben, möchten wir die Leute auf die graue Energie die darin steckt aufmerksam machen. Dafür haben wir zwei Sensibilisierungskleber gestaltet, welche im Migros und Coop auf diverse exotische Produkte angebracht wurden. „Gesund – Aber nicht für die Umwelt“. Auf den Stickers ist unter anderem auch die Internetadresse des Blogs, den wir für unser Projekt erstellt haben: <http://blackfruitcollective.blogspot.com/> - Der Blog soll informieren, für Rückmeldungen sorgen und andere dazu animieren unsere Aktion nachzuahmen.

Erreichte Personen (Sensibilisierungs-Projekt): schätzungsweise 150

1. **Einleitung / Ausgangslage**

Die Meisten Konsumenten und Konsumentinnen informieren sich kaum über die Herkunft, Aufzucht oder Transportwege der Produkte. Weil Obst und Gemüse gesund ist, wirkt es unschuldig. Der Energieaufwand des Imports oder der Treibhauszucht wird oft übersehen oder ignoriert.

2. **Ideensuche / Recherche**

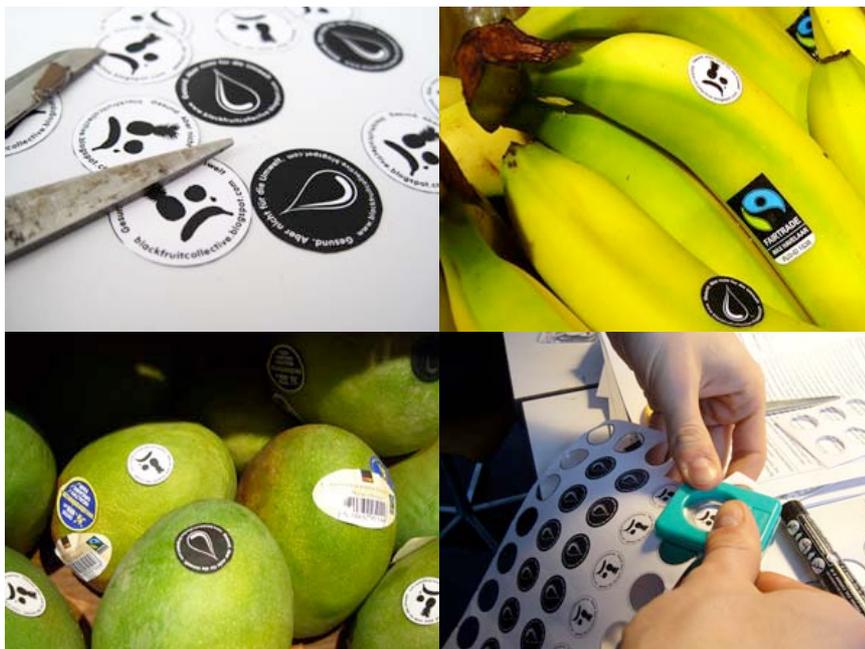
Recherche zum Thema Graue Energie, deren Bedeutung im Alltag und wo sie vorkommt. Recherche von Fruchtaufklebern und deren Gestaltung.

3. **Beschrieb der Projektidee**

Mit kleinen Klebern, die wir im Supermarkt auf Früchte und Gemüse kleben, wollen wir die Konsumenten auf die Graue Energie aufmerksam machen, die in Früchten und Gemüse steckt. Der Konsument sollte sich beim essen der Ware hindersinnen und verliert den Genuss daran.

4. **Beschrieb der Realisation:**

Drei Personen arbeiteten gemeinsam am Projekt Black Fruit, die Klebergestaltung wurde von allen dreien ausgeführt. Wir kamen mehrere Male zu einem Briefing zusammen um die gestalteten Kleber zu besprechen. Wir arbeiteten drei Lektionen im Allgemeinbildungsunterricht daran. Nach Fertigstellung der Kleber führten wir die Klebeaktionen in Migros und Coop durch. Wir verwendeten Klebetiketten-Folie ohne Stanzung und einen Laserdrucker. Ein Bogen Klebetiketten-Folie kostet 70 Rp. (einzeln erhältlich).



5. **Berechnung:**
ca. 150 Personen wurden sensibilisiert.

6. **Rückblick / Erkenntnisse / Perspektiven**

Das Projekt hat, was graue Energie betrifft, nicht zuletzt auch uns sensibilisiert. Die Aktionen im Migros und Coop waren ein spannendes Unterfangen. Wir hoffen, dass viele Leute auf unser Projekt aufmerksam werden und selber einen kleinen Beitrag beisteuern.