

HOW-TO

Eine-Welt

SCH(L)AUFENSTER



Übersicht

Die Idee „Eine-Welt Sch(I)aufenster“ 3

HOW-TO ein Leitfaden 4

Schaufenster als Lernorte 5

Organisatorische Vorüberlegungen 6

So findest du einen passenden Leerstand 7

So findest du Mitstreiter*innen 8

So gestaltest du das Schaufenster 9

So bastelst du einen Wegweiser 11

Öffentlichkeitsarbeit 12

So planst du eine Aktion 13

Opening Event/ Tag des offenen Schaufensters/ Closing Event – und alles dazwischen 13

Anhang: Gestaltungsinspiration aus Gifhorn 14

Die Idee „Eine-Welt Sch(l)aufenster“

Mit der Aktion Eine Welt-Sch(l)aufenster wollen die Eine Welt-Promotor*innen am Beispiel Ernährung erklären, welche Auswirkungen unser Handeln hat und was wir ganz konkret für Globale Nachhaltigkeit tun können. Konzipiert wurde eine Ausstellung zu den drei Themenaspekten:

- Lebensmittelverschwendung
- Regional und Saisonal
- Fairer Handel

Diese zieht durchs Land und gastiert in leerstehenden Schaufenstern. Durch die zeitweise Gestaltung leerer Gewerbeflächen wollen die Eine Welt-Promotor*innen einerseits zur Wiederbelebung der Innenstädte beitragen, aber auch Menschen erreichen, zu denen sie bisher keinen Kontakt hatten.

Akteur*innen kennen lernen

Wie wir mit Lebensmitteln verantwortlich umgehen, zeigen uns viele, meist ehrenamtlich arbeitende Initiativen und Organisationen. Diese wirken aktiv an der Gestaltung der Sch(l)aufenster mit und können so ihr Engagement darstellen und vielleicht auch neue Mitwirkende finden.

Passant*innen erfahren in den Sch(l)aufenstern nicht nur Wissenswertes zur Ernährung, sondern lernen auch den regionalen Eine Welt-Promotor*innen kennen. Als hilfreiche*r Ansprechpartner*in unterstützt er/sie die lokalen Eine Welt-Initiativen in ihrem Einsatz und fördert so zivilgesellschaftliches Engagement.

Das Projekt ist in Anlehnung an das Projekt „[Hier zur Zwischenmiete: BioRegioFair](#)“ vom Forum für internationale Entwicklung + Planung (finep) entstanden.

Weitere Informationen zum Projekt gibt es unter <https://ven-nds.de/eine-welt-schlaufenster> .

HOW-TO ein Leitfaden

Das „HOW-TO“ soll als Inspiration und praktische Hilfe bei der Organisation und Umsetzung dienen. Es gibt nicht nur Einblick in die Grundgedanken und die Methode der Ausstellung, sondern erläutert auch die wesentlichen Schritte zur Umsetzung einer Schaufensterausstellung. Angereichert werden diese Darstellungen mit den von der Regionalpromotorin für Braunschweig und die Region und dem Fachpromotor für Globales Lernen gesammelten Erfahrungen und Tipps aus der Umsetzung des Projekt „Eine-Welt Sch(I)aufenster“ in der Stadt Gifhorn. Selbstverständlich können die Aktivitäten an die lokalen Gegebenheiten angepasst und auch nur einzelne Teile herausgegriffen und umgesetzt werden. So ist beispielsweise auch eine Ausstellung ohne begleitende Eröffnung oder eine Reihe von Einzelaktionen ohne eine umfassende Schaufensterausstellung denkbar.

Schaufenster als Lernorte

Leerstehende Ladengeschäfte gibt es in vielen Ortskernen und Stadtzentren. Heruntergelassene Rollläden und verklebte oder einfach nur leere Schaufenster begegnen uns – mehr oder weniger häufig – in fast allen Innenstädten. Die Gründe für die Leerstandsproblematik sind vielfältig und lokal verschieden. Jedoch lassen sich einige ortsübergreifende Ursachen erkennen: das veränderte Konsum- und Mobilitätsverhalten der Bevölkerung sowie die Eigenschaften der Geschäftsflächen, die den heutigen Anforderungen des Handels nicht mehr entsprechen. Verstärkt wird die Entwicklung vom demografischen Wandel und dem damit zusammenhängenden Bevölkerungsrückgang und Kaufkraftverlust. Gleichzeitig bestimmen auch Eigentumsverhältnisse, Lagemerkmale und ähnliche Faktoren über die Attraktivität der Eigentumsflächen.

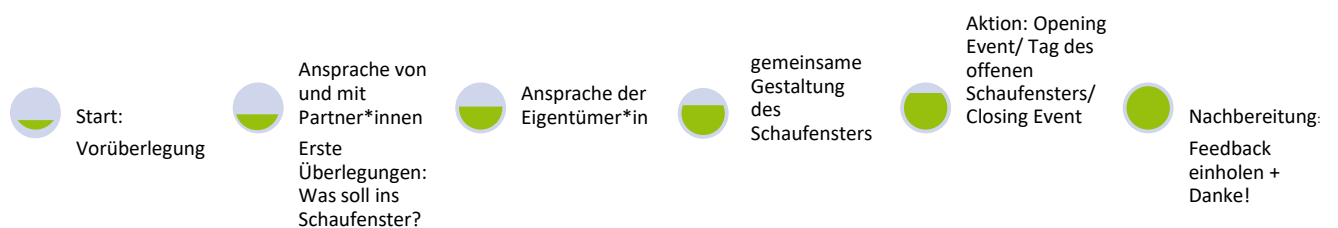
Als Antwort auf diese Entwicklungen sind in den vergangenen Jahren in vielen Orten zahlreiche Ideen zur **Zwischennutzung** leerstehender Geschäftsflächen entstanden. Vielerorts werden die leeren Flächen künstlerisch-kreativ genutzt, z.B. durch Galerien, Schulen, Hochschulen, Künstler*innenvereinigungen oder Vereine. Aber nicht nur Kunst und Kultur können Zwischennutzer*innen sein, beispielsweise auch für die Gastronomie oder für Existenzgründer*innen bietet sich eine Nutzung auf Zeit – Pop Up genannt - an. Die Zwischennutzung bringt eine Reihe von Vorteilen mit sich: Die Flächen werden vor Vandalismus und Verschmutzung geschützt und vor dem Verfall bewahrt. Außerdem lenken Zwischennutzungen die öffentliche Aufmerksamkeit auf das Ladenflächenangebot und können so auch das Interesse potenzieller Mieter*innen wecken. Und nicht zuletzt sorgen sie durch die Belebung der leeren Geschäftsflächen auch für eine Attraktivitätssteigerung der Ortskerne und ermöglichen eine aktive Beteiligung der Bevölkerung an der Gestaltung ihres Heimatortes. Daraus entstand die Idee leere Ladenlokale zu nutzen und deren Schaufenster mit einer Ausstellung zum Thema nachhaltiger Lebensmittelkonsum zu füllen.

Organisatorische Vorüberlegungen

Ist der Entschluss gefasst, die Umsetzung einer Schaufensterausstellung im Ort anzugehen, sollten zunächst einige Vorüberlegungen zu den Rahmenbedingungen angestellt werden. So entsteht ein grobes Gedankenkonzept zur Schaufensteraktion, mit dem dann mögliche Kooperationspartner*innen angesprochen werden können. Wichtige Punkte sind:

Zeit: Wann und wie lange soll die Schaufenstergestaltung stattfinden? Außerdem lohnt es sich, über die Einbindung der Schaufensteraktion in eine im Ort etablierte Veranstaltung nachzudenken, um so vorhandenes Publikum und bestehende Aufmerksamkeit zu nutzen. Möglichkeiten hierfür sind z.B. ein verkaufsoffener Sonntag oder ein besonderer Markt. Zudem sollte bei der Planung genügend Vorlaufzeit eingerechnet werden. Die Absprachen mit Leerstandseigentümer*innen sind oft langwierig und auch die Vorbereitungen im Akteursnetzwerk brauchen Zeit, z.B. für die Gestaltung der Schaufenster oder die Organisation von Veranstaltungen.

Orte: Basierend auf der Idee der Belebung des Ortskerns sollten die Ausstellungsorte zentrumsnah gelegen sein. Es bieten sich besonders leerstehende Schaufenster an. Falls kein passender Leerstand gefunden werden kann, haben eventuell auch aktive Geschäfte ein Interesse, sich zu beteiligen, und könnten die Tafeln in ihre Schaufensterdekoration integrieren.



Jede*r Regionalpromotor*in bekommt eine Grundausrüstung für die Gestaltung der Schaufenster per Post zu geschickt. Enthalten in der Grundausrüstung sind (bisher):

- 15 Tafeln mit Holzfüßen
- Große Holzkiste mit Deckel
- 2 Weinkisten (zum befüllen oder als Regal benutzbar)
- 1 Globus (mit Licht oder zum Hängen von der Decke)
- Papier Banner „Eine-Welt Sch(l)aufenster“
- Papier Banner QR-Code zur Aktion auf der VEN-Seite
- Klebepunkte zum Anbringen der Papier Banner
- Doppelseitigen Klebeband
- Acrylfarbe
- kleine Schiefertafel
- 6 Kreidestifte (farbig) zur Gestaltung der Scheibe(n)
- Woodie (jeweils bei den Promotor*innen vor Ort)

So findest du einen passenden Leerstand

Schaufenster von Ladenleerständen bieten eine ideale Fläche für Ausstellungen. Sie sind offen zugänglich und liegen meist zentral im Ort, sodass viele Bürger*innen diese auf ihren täglichen Wegen passieren. Über Schaufensterausstellungen kann also eine breite Zielgruppe angesprochen werden. Diese Methode erscheint deshalb gut geeignet, um das Thema nachhaltiger Lebensmittelkonsum in das Bewusstsein der Bevölkerung eines Ortes zu rücken. Die leeren Schaufenster werden so zu neuen Lernorten der entwicklungspolitischen Bildung. Hier können den Bürger*innen nicht nur Kenntnisse über die Konsequenzen ihres täglichen Konsums sowie die Herkunft und Produktion der Lebensmittel vermittelt, sondern auch Handlungsalternativen – insbesondere lokale Handlungsalternativen - aufgezeigt werden. So werden sie in die Lage versetzt, als bewusste Konsument*innen informierte Kaufentscheidungen zu treffen.

Den passenden Leerstand kannst du am besten über lokale Ansprechpartner*innen finden, die einen Überblick über den Einzelhandel in deiner Kommune/Stadt haben und somit die Leerstände und deren Eigentümer*innen kennen:

Gute Ansprechpartner*innen sind z.B.:

- Wirtschaftsförderung der Städte/Landkreise
- Arbeitsausschuss Innenstadt
- Tourismusinformation
- Kirchengemeinden



Ein Musteranschreiben an Landeneigentümer*innen findest du [hier](#).

So findest du Mitstreiter*innen

Hier lohnt es sich zu überlegen, wer im Ort Interesse haben könnte, zum Thema nachhaltige Ernährung zu arbeiten, wer regionale oder faire Produkte vertreibt oder wer aus anderen Gründen Interesse an der Schaufensteraktion haben könnte. In jedem Fall sollten bei der Suche nach Kooperationspartner*innen für die Schaufensteraktion bestimmte Kriterien angelegt werden. Es sollten nur solche Akteure ausgewählt werden, die durch ihr Handeln das Projektziel, durch biologischen, regionalen und fairen Konsum zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen, nicht konterkarieren. Hier stellt sich die Frage, wem man „guten Gewissens“ eine Plattform zur Präsentation bieten kann und möchte. Mögliche Akteure für das lokale Netzwerk sind zum Beispiel:

- in der Landwirtschaft Tätige (Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft, Bioland- oder Demeter- Höfe, Solidarische Landwirtschaft)
- Direktvermarkter*innen und Geschäftstreibende (z.B. Bioläden, Hofläden, Lebensmitteleinzelhandel, Weber*innen, Imker*innen und andere lokale Firmen und Geschäfte)
- Handels-/Gewerbeverein
- Gastronomie
- Vereine und Institutionen aus Heimat- und Naturschutz (z. B. BUND, nabu, Obstund Gartenbauvereine, Landfrauen, Biosphärengeschäftsstelle, Regionale Umweltzentren, Ökostation)
- Vereine generell (z.B. Sportverein, Musikverein),
- Aktionsgruppen (z.B. Agenda Gruppe, Eine-Welt-Initiative/Weltladen, Foodsharing, Gemeinschaftsgärten)
- Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (z.B. Kindergärten, Schulen, Seniorentreffs oder VHS)
- Haus- und Grundbesitzer*innenvereinigungen (vor allem als potentielle Ladeneigentümer*innen)
- Kirchen und zugehörige Vereinigungen
- Pfadfinder und andere Gruppen für Kinder und Jugendliche



Die meisten Kommunen/Landkreise/Städte verfügen über online zugängliche Vereinsregister.



Schulen sind durch Lehrpläne gebunden und brauchen deshalb oft eine längere Vorlaufzeit, um sich einbringen zu können. Nachmittagsbetreuungen und ähnliche Angebote sind oft flexibler und eher in der Lage, sich auch mit weniger Vorlaufzeit zu beteiligen.



Ein Musteranschreiben an Mitstreiter*innen findest du [hier](#).

So gestaltest du das Schaufenster

Sind Mitstreiter*innen für die Schaufensteraktion gefunden und die Planungen zur Aktion abgeschlossen, kann es ganz praktisch ans Werk gehen: Die Schaufenster der Ausstellung werden gestaltet und Veranstaltungen für die Aktion(en) vorbereitet und durchgeführt.

Die Ausstellung „Eine-Welt Sch(I)aufenster“ besteht aus 15 Tafeln (30 x 30) mit konkreten Handlungsempfehlungen und Informationen über lokale Zusammenhänge, die jede*r Einzelne*r im Alltag umsetzen kann.

Thematische orientieren sich die 15 Tafeln an drei unterschiedlichen Aspektes des Thema Ernährung:

- Fairer Handel (á 5 Tafeln)
- Saisonal und Regional (á 5 Tafeln)
- Lebensmittelverschwendung (á 5 Tafeln)

Die Tafeln der Ausstellung sind modular konzipiert. Es ist demnach möglich „nur“ ein Thema (z.B. Fairer Handel), mit 1 bis 6 Tafeln, in ein Schaufenster zu bringen oder mehrere Themen – also Tafeln – miteinander zu kombinieren und somit konkrete Zusammenhänge zwischen Themen zu verdeutlichen. Das Set aus 18 Tafeln ist als „Themenpool“ konzipiert, aus dem – angepasst an den lokalen Umsetzungskontext – auch nur bestimmte Themen herausgegriffen werden können bzw. der um weitere Themen und Produkte ergänzt werden kann. Außerdem kann es sein, dass Akteur*innen in Eigenregie ein Plakat zu einem „verwandten“ Thema erstellen und ein entsprechendes Schaufenster gestalten (z.B. zu Energiegenossenschaften).

Die Tafeln sind aus Pappe gefertigt, damit sind sie sehr leicht und lassen sich auch einfach an Wänden befestigen (z.B. mit doppelseitigem Klebeband mit Klettfunktion). Außerdem kann an die Rückseite der Tafeln ein kleiner „Fuß“ angebracht werden, sodass die Tafeln auch freistehen können (Befestigung der Füße erfolgt über doppelseitiges Klebeband mit Klettfunktion).



Wir empfehlen die im Schaufenster präsentierten Themen entsprechend der beteiligten Initiativen zu wählen. Für Gifhorn konnten wir für alle drei Aspekte des Themas Ernährung einen oder mehrere geeignete Initiativen finden:

- Fairer Handel – Weltladen Gifhorn
- Saisonal und Regional – Südheide genießen! & regionaler kleinbäuerlicher Betrieb (Gaus Lütje Kartoffeln)
- Lebensmittelverschwendung – Foodsharing Gifhorn

Ein Ziel der Ausstellung ist es die Sichtbarkeit von ehrenamtlichen Initiativen zu stärken. Somit erscheint es uns für wenig zielführend, ein Thema im Schaufenster zu präsentieren, das nicht durch lokale Initiativen und deren Aktivitäten repräsentiert werden kann. Über die lokale Identifikation mit einer Initiative schaffen wir ein Bewusstsein für ein globales Thema.

ABER auch wenn auf den ersten Blick keine direkte Verbindung zum Thema sichtbar ist, lässt sich fast immer eine Verknüpfung zu „nachhaltiger“ Ernährung herstellen, beispielsweise für einen Sportverein die gesunde Sporternährung mit fairen Bananen oder für die Feuerwehr der Wasserverbrauch beim Tomatenanbau in Südspanien. Hier ist Querdenken gefragt!

Tipps zur Schaufenstergestaltung:

1. Attention, please!
 - Knallige Farben, ein prägnantes Mott, ungewöhnliche Gegenstände verwenden, Eyecatcher
 - Schaufenster mit eindeutiger Aussage, nicht in Kleinigkeiten verlieren
 - PassantInnen widmen einem Schaufenster nur etwa 7 Sekunden Aufmerksamkeit!
2. Kehr-Arbeit:
 - Klare Sicht: Fenster und Rahmen sollten geputzt sein, der Außenbereich sauber und gepflegt
 - Auslagen sollten nicht veraltet/verblasst sein
 - Der erste Eindruck zählt!
3. Weniger ist mehr:
 - Übersichtliche Gestaltung: Es sollte auf den ersten Blick erkennbar sein, wofür es geht
 - Überfüllte Fenster verwirren die Betrachter*innen: Der Blick kann sich nicht „festhalten“, er schweift wieder ab
 - Proportionen, Blickebenen und Blicktiefe schaffen. Nutze die gesamte Fläche, die dir zur Verfügung steht. Der Gestaltungsraum ist groß: von der Schaufensterscheibe selbst, über den Boden bis hin zur Decke und Rückwand. Beziehe alles mit ein.
 - Die Dekoration sollte noch von der anderen Straßenseite aus inhaltlich erkennbar sein und Passant*innen anlocken.
4. Eine Frage der Perspektive:
 - Nicht über die Augenhöhe (= ca. 1,70m) dekorieren
 - Passant*innen blicken eher nach links unten als nach rechts und richten den Blick kaum über Augenhöhe.
 - Mehrere Höhen nutzen: Boden, kleiner Hocker, Tisch, Augenhöhe an Rückwand oder hängend
5. Spot on:
 - Beleuchtung: Mit Lichtquellen kann man Akzente setzen (Strahler sollten intakt sein)
 - Durch den Einsatz von Farben können Emotionen geweckt werden

So bastelst du einen Wegweiser

Erfahrungsgemäß haben die meisten Initiativen eher wenige eigene Werbematerialien (meist nur Flyer), um sich und ihrer Arbeit publikumswirksam in dem Schaufenster zu präsentieren. Die Deko-Objekte können hier Abhilfe schaffen, um die Initiativen in Szene zu setzen.

Eine Übersicht der lokal aktiven Initiativen im Themenbereich nachhaltiger Ernährung kann dabei einen interessanten Eyecatcher darstellen. Dieser Eyecatcher ist in verschiedenen Varianten denkbar, exemplarisch als Karte des Landkreises mit Pins an den Orten der aktiven Initiativen oder in Form eines Wegweiser. Einen solchen Wegweiser haben wir in Gifhorn gestaltet:



Das brauchst du für den Wegweiser:

- 1 Holzlatte/ anderen Ständer (Höhe ca. 1,80 m)
- 1 Fuß (hier Apfelsaftkiste, mit vollen Flaschen zum Beschweren)
- Alte Kartons für die Schilder
- Farbe (enthalten im Paket)
- Klebeband zum Befestigen der Schilder



Der Wegweiser kann sowohl auf physische Orte, als auch auf online Orte, wo die Initiativen zu finden sind, verweisen. Für die online Orte empfiehlt es sich, anstatt der Kilometerangabe, einfach das entsprechende Social Media Symbol zu verwenden, bei denen die Initiativen aktiv sind. Außerdem kannst du deinem Wegweiser einen weiteren lokalen Touch verleihen, indem du das Wappen, des Landkreises/Kommune/Stadt oben auf dem Wegweiser thronen lässt.



Weitere Ideen für Eyecatcher hat Eva für uns zusammengestellt. Du findest eine Liste mit Ideen im Google Drive [„Eine-Welt Sch\(l\)aufenster“](#) Ordner.

Öffentlichkeitsarbeit

Damit möglichst viele Bürger*innen von der Schaufensterausstellung und der Aktion erfahren, sollte die „Werbetrommel“ ordentlich gerührt werden. Dazu können verschiedene Instrumente und Kommunikationskanäle genutzt werden:

Presse

Die Presse lässt sich durch eine Pressemitteilung, z.B. zur Ankündigung der Schaufensteraktion, und die Einladung zu Veranstaltungen, beispielsweise zum Auftakt, erreichen. Dabei sind etablierte Kontakte in die Redaktionen hilfreich, welche die Kommunen oft haben. Auch lokale Informations- bzw. Amtsblätter oder Monatsmagazine bieten eine gute Plattform, um über die Ausstellung und Veranstaltungen zu informieren. Außerdem pflegen viele Kommunen/Städte und/oder lokale Zeitungen digitale Veranstaltungskalender, die du für die Bewerbung nutzen solltest.



Pressevertreter*innen können bereits zu Vorbereitungstreffen eingeladen werden, denn durch Medienberichte erfahren eventuell weitere Interessierte von den Mitwirkungsmöglichkeiten und die Sichtbarkeit der Aktion wird erhöht.

Poster/ Flyer

Poster bieten eine gute Möglichkeit die Umgestaltung des ehemals leerstehenden Schaufensters zu bewerben und die geplante Aktion bekannt zu machen. Wichtig dabei ist es die jeweiligen Logos von Kooperationspartner*innen auch mit abzubilden.

Aushängt werden können sie an zentralen Stellen im Ort, etwa im Rathaus, in Banken und in Geschäften. Möglicherweise bietet sich auch eine Verteilung an die Haushalte als Beilage des örtlichen Informations- oder Amtsblatts an.



Eine Plakat Vorlage (Format DIN A4), mit individueller Gestaltungsmöglichkeit, findest du [hier](#).



Pssst! Flyer und/oder Plakate eignen sich auch sehr gut als Briefkasteneinwurf.

Social Media

Auch über die Sozialen Medien kannst du für dein Sch(l)aufenster bewerben (lassen). Frage lokale Politiker*innen (kommunal und MdLs) an, eine Videobotschaft vor dem Schaufenster aufzunehmen, in der Sie die Bedeutung der Initiativen verdeutlichen. Oder filme den Aufbau deines Schaufensters und erstelle ein Zeitraffervideo.

MdLs/MdBs einladen

Ein weiterer wichtiger Weg, um für unsere Aktion eine Öffentlichkeit zu schaffen, ist die Ansprache und Einbindung (z.B. Anfrage von Grußworten, Einladung zur Veranstaltung, etc.) von MdLs/MdBs – auch um für das Eine Welt-Promotor*innen Programm zu lobbyieren 😊. Dabei solltet ihr beachten, dass in Sitzungswochen des Landtages die Abgeordneten*innen eher in Hannover sind und eher schwierig für Aktionen in ihren Wahlkreisen zu erreichen sind.

Sitzungstage des Niedersächsischen Landtages finden sich für das Jahr 2020 [hier](#).

So planst du eine Aktion

Eine Aktion sorgt für Leben rund um die entstandene Schaufensterausstellung. Sie setzt der Schaufensteraktion einen klaren Anfangs- oder Schlusspunkt und hilft so, Aufmerksamkeit für die Inhalte der Schaufenster zu wecken. Wie lange die Ausstellung in den Leerständen bleiben soll, kann das Akteursnetzwerk und Abstimmung mit den Eigentümer*innen entscheiden. Um Aufmerksamkeit zu generieren, sollte ein Endpunkt für die Ausstellung festgelegt werden. Beim Aufstellen der Aktion(en) können die Akteure im Netzwerk ihrer Fantasie freien Lauf lassen. Alles, was Mitbürger*innen interessiert und für das Thema nachhaltiger Lebensmittelkonsum begeistern kann, kommt infrage. Bezogen auf den jeweiligen Ort ist zu überlegen:

- Welche Erzeuger*innen gibt es im Ort? Wer könnte sich/ seine Produkte/ sein Thema präsentieren wollen?
- Wer kann sein Wissen und seine Erfahrungen zu Lebensmitteln, zu deren Herkunft oder zu ihrer Zubereitung teilen?
- Wer kann aus anderen Gründen Interesse daran haben, eine Veranstaltung anzubieten?

Eine Aktion ist eine gute Gelegenheit zur Kooperation zwischen den Beteiligten. So wird der organisatorische Aufwand geteilt und es können Synergien aus den verschiedenen Arbeitsfeldern der Akteur*innen entstehen. Ist das Schaufenster gestaltet, bietet sich eine Auftaktveranstaltung zur offiziellen Eröffnung der Ausstellung an. Dabei können das Organisationsteam die Gelegenheit nutzen, seine Anliegen und den Hintergrund der Ausstellung zu präsentieren. Zudem kann die Bürgermeister*in durch ein Grußwort die Unterstützung für die gesamte Aktion zum Ausdruck bringen. Zu dieser und zu weiteren Veranstaltungen sollten auch Pressevertreter*innen eingeladen werden.

Verschiedene Vorlagen für Anschreiben an MdLs und Pressevertreter*innen finden sich [hier](#).

Opening Event/ Tag des offenen Schaufensters/ Closing Event – und alles dazwischen

Aus terminlichen und organisatorischen Gründen bietet sich eine Auftaktveranstaltung nicht immer an. Weitere Ideen für eine Aktion rund ums Sch(l)aufenster:

- Geführter Spaziergang durch/vor dem Schaufenster
- Vorträge zu Themen der Ausstellung, z.B. ein Imker berichtet „aus dem Leben einer Biene“ oder eine GEPA-Vertreterin informiert über den Fairen Handel
- Verkostungen und spezielle Angebote im Einzelhandel, z.B. Kostprobe regionaler Bioweine
- Lokale Erzeuger/Geschäftstreibende präsentieren sich, z.B. eine Weberin informiert über ihr Handwerk
- Besichtigung von Landwirtschaftsbetrieben, Mühlen u.Ä.
- Kochshow/Kochkurs mit „bioregiofairen“ Produkten, z.B. ein Kochkurs zu regionaltypischen Gerichten in der VHS oder Kochen mit „vergessenen Gemüsesorten“
- Internationales Frühstück mit „bioregiofairen“ Zutaten im Weltladen
- Quizpreisverleihung als Finissage



Lokale Musiker*innen sind ein Highlight. Der Kinderchor der lokalen Kita schafft Publikum.

Anhang: Gestaltungsinspiration aus Gifhorn





