



---

13. MAI 2016 von ANNA MEYER

---

## WARUM FRÜCHTE HEIMWEH HABEN. KINDERBUCH FÜR EINEN BESSEREN EINKAUF! SO SWEET.

Früchte mit Heimweh? Wo gibt es denn sowas?

Klar, FindingSustainia ist die beste Plattform, um immer wieder zu betonen, welche Vorteile der Konsum lokaler Lebensmittel hat. Und welche Schwierigkeiten mit Übesee-Obst verbunden sind. Schließlich werden 82% des in Deutschland verkauften Obstes importiert.



Was wir gut können: recherchieren, im Selbstversuch Erfahrungen sammeln, schreiben und ein wenig fotografieren.

Was allerdings echte Design-Studenten können, das ist fabelhaft und wurde mir so richtig erst während einer Kooperationsveranstaltung des Club of Rome mit der Folkwang Universität und anderen Hochschulen bewusst. Sinnvoll eingesetztes Design hat ein so riesengroßes Potenzial, dass ich aus dem Staunen gar nicht mehr heraus kam.

Eines der vorgestellten Projekte war das Kinderbuch „Warum Früchte Heimweh haben“. Derartige Gefühle von Erdbeeren und Bananen lassen sich einfach am besten mit einer Riesenportion Kreativität und dem richtigen gestalterischen Handwerkszeug darstellen. Beides eine Kernkompetenz von Studierenden der Ecosign, einer Designhochschule in Köln.

Also hergehört: für alle Kinder ab 5 Jahre, die sich immer schon gefragt haben, warum Erdbeeren im Sommer besser schmecken als im Winter. Lasst es Euch von den Früchten selbst erzählen!

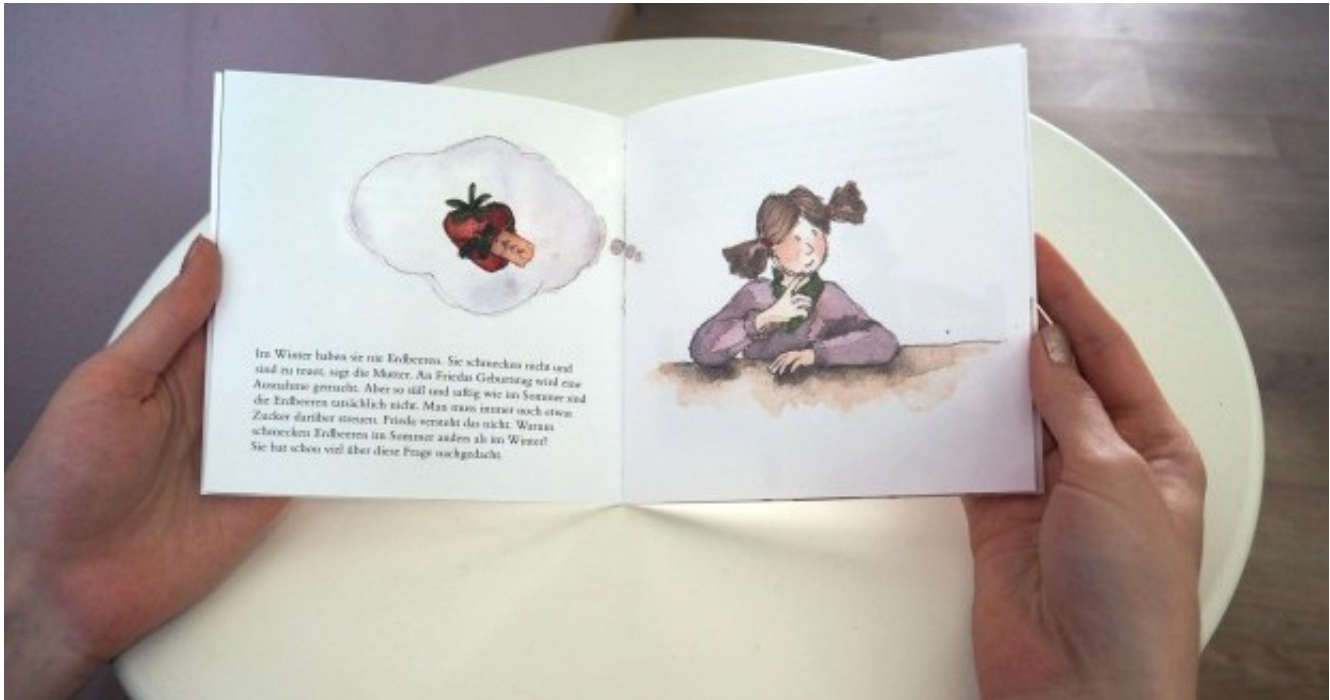
Ich habe die Autorin ein wenig für Euch ausgequetscht, um mehr über ihre Arbeit zu erfahren.



Anna: Liebe Linda, ich bin wirklich begeistert! Wie bist Du als Design-Studentin auf das Thema Deines Buches gekommen?

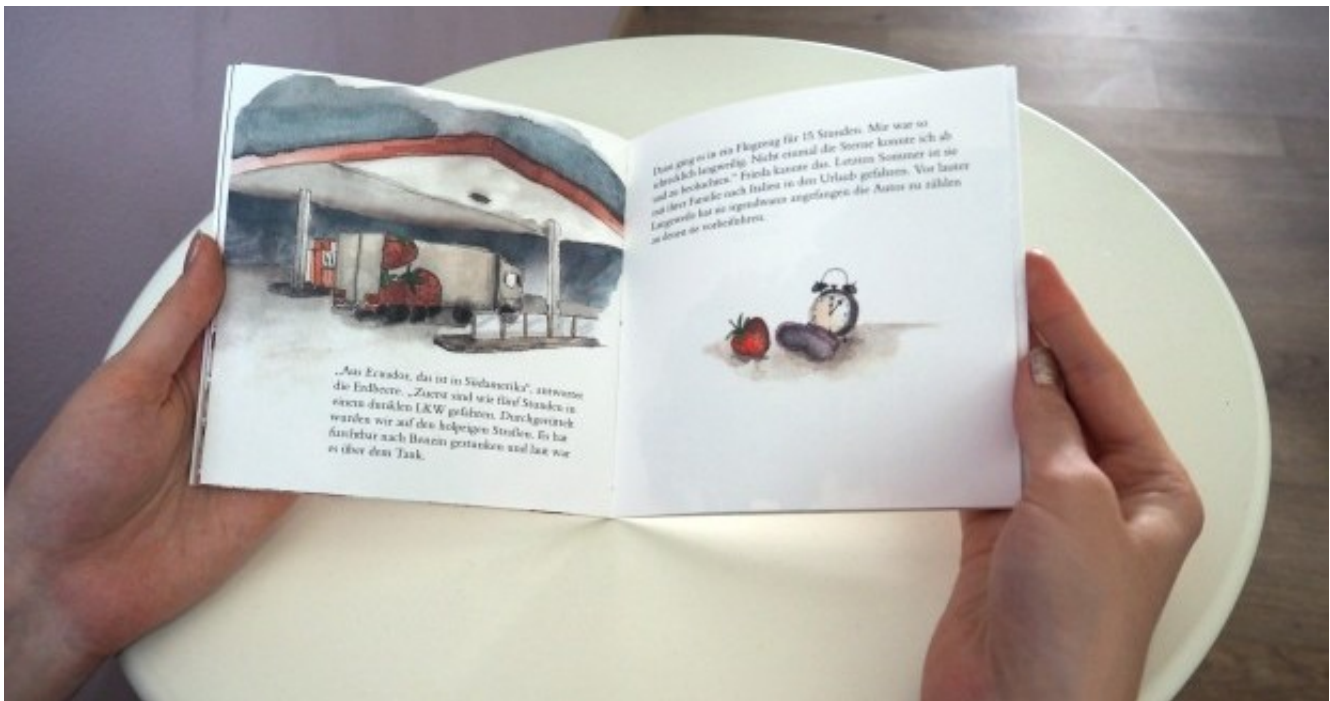
Linda: Mein Buch ist im Kurs „Alle Wege führen nach Rome“ in Kooperation mit dem Club

of Rome entstanden. Ziel dieses Projektes war es, durch gutes Design zu einem nachhaltigeren Lebensstil und Alltag anzuregen. Denn selbst 40 Jahre nach der Veröffentlichung von „Grenzen des Wachstums“ sind alltägliche Entscheidungen oftmals noch wenig beeinflusst vom Ziel, nachhaltig zu leben. Obwohl die Aufgabenstellung sehr offen gehalten war, habe ich mich schnell im Supermarkt wiedergefunden, da hier viele Alltagsentscheidungen getroffen werden und eine breite Masse daran beteiligt ist – schließlich muss jeder einkaufen.



Anna: Du hast also all die importierten Früchte gesehen... aber wie bist Du genau auf die Idee gekommen ein Kinderbuch zu kreieren?

Linda: Zunächst hatte ich mich für die Aufklärung durch Zahlen, wie den gereisten Kilometern der Lebensmittel, im Supermarkt entschieden. Mir wurde allerdings recht schnell klar, dass diese „trockene“ Vermittlung und Konfrontation jedoch meist zu einer gewissen Abwehrhaltung des Konsumenten führt. Ich entscheide, mich auf ein Segment des Supermarktes und eine spezifische Zielgruppe festzulegen – Obst und Kinder. Früchte verdeutlichen die saisonale Abhängigkeit besonders gut und müssen zudem in Deutschland fast vollständig importiert werden. Hier kann durch einfache Entscheidungen – zum Beispiel keine Erdbeeren im Winter – viel CO2 eingespart werden.



Anna: Ja, das stimmt. Aber 5-jährige machen doch nicht den Einkauf.

Linda: Trotzdem ist das Potential von Kindern neue Informationen aufzunehmen und diese dann auch in ihren Alltag einzubauen besonders groß. Die Chance ihren Alltag zu prägen ist viel höher als die Gewohnheiten eines Erwachsenen zu verändern. Mein Ziel ist es, über die Kinder und vor allem über die Fragen von Kindern auch Erwachsene zum Umdenken anzuregen. Außerdem werden Kinder ja auch mit der Zeit zu denjenigen, die einkaufen und sie sind es, die den Wandel im Denken der Gesellschaft zukünftig vorantreiben können.



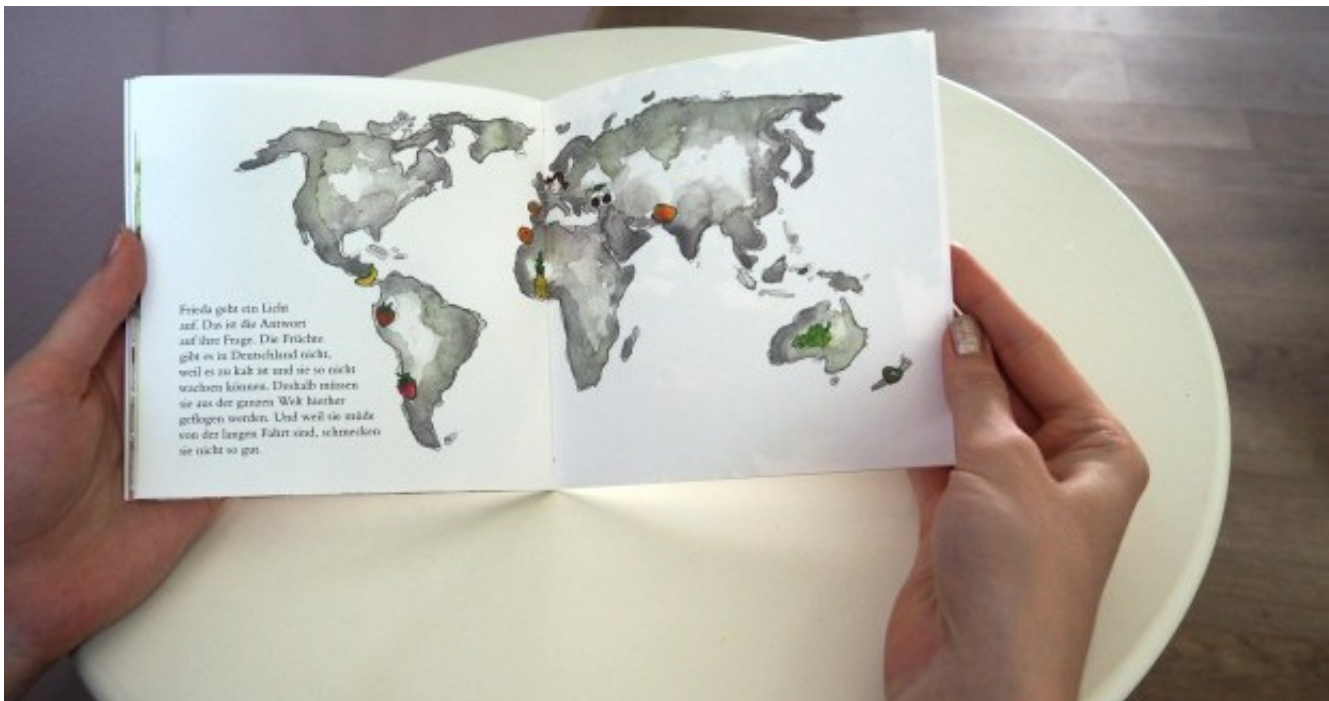
Anna: Stimmt, das leuchtet ein. Und was waren bisher die spannendsten Reaktionen?

Linda: Ich bin tatsächlich erstaunt, wie früh Kinder bereits diese komplexen Zusammenhänge erkennen und innerhalb der Geschichte Aspekte kombinieren und begreifen. Das habe ich unterschätzt.



Anna: Und wie planst Du nun, das tolle Buch auf den Markt zu bringen?

Linda: Innerhalb eines Wettbewerbs konnte ich Kontakt zu Verlagen herstellen. Bis jetzt habe ich aber noch keine Zusage. Ich würde mich riesig freuen, wenn ein Verlag sich für mein Konzept entscheiden würde. Vielleicht bieten aber auch Biosupermärkte eine Möglichkeit der Vermarktung.



Wir wünschen Dir vom ganzen FindingSustainia Team viel, viel Erfolg! Und eine Bitte an alle Leserinnen und Leser: wenn Euch Vermarktungsideen für dieses kleine, feine Buch einfallen... immer her damit!

Eure Anna



Weitere Infos und jede Menge Interaktion findet ihr auf unserer Facebookseite "[Finding Sustainia](#)" und bei Twitter unter [@Finding\\_S](#). Wir freuen uns auch, wenn ihr euch in der rechten Spalte unseres Blogs für unseren Newsletter anmeldet. So bleiben wir gut verbunden.

📌 SCHLAGWÖRTER [greenparenting](#) [regional](#) [sozio-fair](#)

## 1 Kommentar

**Pingback:** [4 Kinder und Jugend-Bücher zum Thema Nachhaltigkeit: Von Plastian bis zur Klimasuppe | Fin-](#)

