

Global Warming - Konzepte

Simon Müller

Konzept 1: Wusstest du..?

Problemstellung:

Vielen Menschen ist nicht bewusst, dass ihre elektronischen Geräte auch im Standby-Modus Strom verbrauchen. So wird viel Energie verschwendet, obwohl es gerade dank Mehrfach-Steckdosen und Co. wunderbar einfach und bequem ist, die Geräte temporär komplett vom Stromnetz zu trennen.

Zielsetzung:

Den Menschen sollte klargemacht werden, dass dieses vermeintlich so harmlose Verhalten in Wirklichkeit deutliche Folgen für den Stromverbrauch hat, und dass sie auf diese Art und Weise sowohl der Umwelt helfen, als auch sogar Geld sparen können.

Methode:

Eine Print- und Medien-Kampagne mit dem Motto „Wusstest du...?“ . Hierzu sollte Plakatwerbung, Flyerwerbung, Zeitungs- und Magazin-Anzeigen, das Fernsehen und das Internet genutzt werden, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Der Inhalt soll direkt auf den Vorteil des Verbrauchers gerichtete Aussagen enthalten, wie „Wusstest du... dass dein Fernseher dich im Jahr X Euro kostet, wenn du ihn im Standby-Modus betreibst, anstatt den Strom ganz abzuschalten?“, so dass jeder direkt sieht welchen Vorteil er aus einem ökologischeren Verhalten ziehen kann. Ebenso kann der Inhalt angepasst sein an das gerade benutzte Medium. In jedem/-r Spot/Anzeige sollte möglichst nur eine Aussage stecken, welche durch eine Isotype-Visualisierung unterstützt werden kann, so dass die Botschaft schnell erfasst und leicht gespeichert werden kann.

Konzept 2: Die Atom-Lücke schließen

Problemstellung:

Nicht nur Deutschland ist noch recht weit entfernt vom Ausstieg aus der Atomenergie. Atomenergie ist allerdings was den CO² Ausstoß angeht beileibe kein weißes Blatt. Gerade deswegen sollten die Menschen nochmals darauf aufmerksam gemacht und davon überzeugt werden, dass der Atomausstieg

Zielsetzung:

Die Ablehnungshaltung gegenüber Atomenergie weiter zu stärken und eine Aufbruchsstimmung zu provozieren, die auch in der Politik das benötigte Momentum schaffen könnte, um einen früheren und konsequenteren Ausstieg herbeizuführen.

Methode:

Kampagnen starten, auch auf der Straße Unterschriften sammeln und Aufklärungsarbeit leisten (keine Spenden sammeln!). Auch über die neuen Medien Gruppierungen bilden, Netzwerke erstellen, Streetteams auf freiwilliger Basis gründen. Hauptmotiv: Das Ersetzen des Atomkraft-Symbols mit einem im wesentlichen deckungsgleichen Isotype für Windkraft im „globalen Puzzle der Energiequellen“.

Konzept 3: Das Heizmännchen

Problemstellung:

In vielen Haushalten wird falsch geheizt bzw. gelüftet. Heizungen laufen ganztägig bei gekippten Fenstern, etc. Dabei gehen große Mengen an Energie einfach so verloren, die wiederum benötigte Heizleistung und somit CO²-Ausstoß in die Höhe treiben.

Zielsetzung:

Die richtige Art des Heizens ins Gedächtnis der Leute rufen, und sie stets daran zu erinnern, dieser auch zu folgen.

Methode:

In alle erreichbaren Briefkästen wird eine Art Sticker geworfen, das so genannte Heizmännchen. Richtig angebracht (Anleitung auf der abziehbaren Rückseite), zeigt dieses mittels einer wärmeempfindlichen Beschichtung an, wie lange die Stoßlüftung zu erfolgen hat. Das Männchen wird dabei nahe dem Fenster angebracht, und braucht eine gewisse Abkühlung, bis es sich von rot und fröhlich nach blau und unglücklich verfärbt. Dann ist der Zeitpunkt gekommen, das Fenster wieder zu schließen, um nicht zu viel der Einrichtung, Wänden und Boden gespeicherten Wärme zu verlieren. Zusätzlich hält das Männchen einen Zettel mit ein paar Grundregeln, wie dem Ausschalten der Heizung während dem Lüften, das grundsätzliche Vermeiden von Kippstellung bei gleichzeitiger Beheizung.. etc.