

Konzept I:

Problem: Gerade junge Erwachsene, die sich dafür entscheiden, zu Hause auszuziehen und eine eigene Wohnung zu beziehen, haben wenig Erfahrung darin, wie sie effektiv ihren Energieverbrauch und somit ihre Kosten senken können.

Zielsetzung: Vermieter können ihre neuen Mieter von Anfang an darauf aufmerksam machen, Energie zu sparen.

Methode: Im Internet könnten Stromspar-Mietverträge zum Download angeboten werden, die neben den Standard-Mietvereinbarungen durch Infografiken veranschaulichte Energiesparvorschläge auf der Rückseite zeigen. Hierbei muss natürlich auch auf die damit einhergehende Kosteneinsparung eingegangen werden, da dies wohl der am meist Ausschlag gebende Punkt ist.

Die Rückseite des Mietvertrages eignet sich meiner Meinung am besten, da dieser aufbewahrt wird und nicht so wie andere lose Blätter im Müll verschwindet.

So werden Mieter noch vor dem Einzug darauf hingewiesen, dass der Vermieter Wert auf einen niedrigen Energieverbrauch legt und es für sie selbst ebenfalls genug Gründe gibt, auf ihr Verhalten zu achten.

Passend dazu könnten kleine Umhängeschilder im selben Design zum Ausdrucken angeboten werden, die man an der Heizung, im Bad, am Kühlschrank usw. anbringen kann, um die Tipps auf der Mietvertragsrückseite wieder ins Gedächtnis zu rufen und zu verinnerlichen.

Durch zusätzliche Links auf diesen Schildern, die zu einem Energiespar-Portal führen, wird dazu angeregt, sich mit anderen jungen Mietern zu diesem Thema auszutauschen.

Konzept II:

Problem: Das Problem der Klimaerwärmung ist zwar in den Medien präsent, allerdings können sich nur wenige Menschen mit den trocken dargestellten Diagrammen identifizieren und so keine emotionale Bindung zu dem Thema aufbauen.

Zielsetzung: Das Interesse der Mitmenschen soll mithilfe interessanter Grafiken auf der Kleidung zum Thema Klimaschutz geweckt werden.

Methode: Zusammen mit einem bekannten Modekonzern könnte man eine kleine Kollektion entwerfen, die den nötigen Style-Faktor mit wichtigen Informationen zum Thema Klimawandel verbindet.

Es dürfen natürlich nur Textilien aus ökologischem Anbau und Fair Trade dazu verwendet werden.

Hierbei habe ich an eine 3teilige T-Shirt-Kollektion gedacht, die sowohl für Männer als auch für Frauen tragbar ist.

Passend dazu gibt es Stoffbeutel, die es gratis zu jedem gekauften Artikel dieser Kollektion dazugibt.

Ein dezentes Logo der Kollektion, das ebenfalls auf der Kleidung angebracht wird, verbindet die drei Designs miteinander.

Anhand der App des Modekonzerns kann dieses Logo mit der Handykamera eingefangen werden, worauf man zu einer Seite geleitet wird, die die Grafik aufgreift und eine genauere Erklärung zu dem Thema liefert.

Anhand eines Strichcodes oder ähnlichem unterhalb des Logos kann ermittelt werden, welcher T-Shirtträger die meisten Menschen erreicht hat. Dieser darf sich dann auf einen Gutschein des Modekonzerns freuen.

Konzept III:

Problem: Es fehlt an Kreativität in der Küche, weswegen ein täglicher Fleischkonsum heutzutage in den meisten Haushalten die Regel ist. Dabei ist niemandem die hohe CO₂-Belastung aufgrund dieser einseitigen Ernährungsweise bewusst.

Zielsetzung: Durch die Veranschaulichung der CO₂-Belastung durch die Fleischindustrie und mit frischen Rezeptideen sollen die Menschen dazu angeregt werden, freiwillig vermehrt auf Fleisch zu verzichten.

Methode: Zusammen mit verschiedenen Herstellern vegetarischer Tiefkühlgerichte soll der Einstieg zu einer fleischreduzierten Ernährung vereinfacht werden. Dadurch, dass diese nämlich schnell und einfach zubereitet sind, wird die Angst genommen, sich in der Küche direkt verausgaben zu müssen.

Bei dem Einkauf eines solchen Produkts (Nudel-, Reispfanne o.ä.) bekommt man gratis einen umweltfreundlichen Einkaufsbeutel, auf den ein großes „DANKE.“ (wobei das Logo der Kampagne hier als Punkt fungieren könnte) zusammen mit einem Link, der zur Homepage der Kampagne führt, aufgedruckt ist.

Diese Homepage beinhaltet frische Rezeptideen, die von Privatpersonen eingestellt werden können, sowie ein Forum zum Austauschen. Zusätzlich dazu wird anhand von Infografiken deutlich gemacht, wie sehr die Fleischproduktion unserem Klima zusetzt und was jeder einzelne durch eine kleine Umstellung dagegen tun kann.

Es soll deutlich werden, dass man nicht komplett auf Fleisch verzichten muss, es aber durchaus noch andere Möglichkeiten gibt, ein leckeres Gericht zu zaubern und man so gleichzeitig etwas für die Umwelt tun kann.

Als Download könnte ein Wochenplan zum Ausdruck angeboten werden, an dem man seine fleischfreien Tage kennzeichnet, für die es dann einen Gerichte-Generator gibt. Dieser teilt für die gekennzeichneten Tage fleischlose Alternativen ein, deren Rezepte man direkt auf der Homepage nachlesen und Ausdrucken kann.

Sollten die Vorschläge für den Wochenplan einmal nicht den Geschmack treffen, kann man einfach neue generieren und so gleichzeitig die Vielfalt einer fleischreduzierten Ernährung erfassen.