

### Konzeptidee 1

#### Analyse:

Die meisten Menschen kaufen Produkte ausschließlich nach ihrem Preis. Dabei wird nicht darauf geachtet, ob die Produkte regionaler Herkunft sind, oder aus anderen Gegenden bzw. Ländern, in denen günstiger produziert werden kann, importiert wurden.

#### Zielsetzung:

Die Konsumenten dazu bringen, regional einzukaufen und auf Produkte, die saison-bedingt nicht regional erhältlich sind, zu verzichten, damit unnötige Lieferwege und damit verbundene CO<sub>2</sub>-Ausstöße vermieden und die lokalen bzw. nationalen Wirtschaftsunternehmen gefördert werden.

#### Zielgruppe:

Personen, die in den Haushalten für den Einkauf zuständig sind. Das können sowohl Hausfrauen im veralteten Sinne, als auch Eltern, Alleinstehende und Jugendliche sein.

#### Methode:

Erstellung regionaler Informationshefte und Websites mit Informationen zu der Sinnhaftigkeit von regionalem und saisonalem Konsum, sowie Beschreibungen, dass der regionale Konsum längerfristig auch Einfluss auf die bis jetzt noch höheren Preise der regionalen Produkte hat. Enthalten sein sollte auch eine Art von Einkaufsführer, dessen Fokus auf ökologischem (und schließlich auch ökonomischem) Konsum liegt und ein Kalender mit saisonzeiten von Früchten, Gemüse und anderen Lebensmitteln.

Diese Informationshefte bzw. Plattformen können erweitert werden, indem man ein Punktesystem (beispielsweise mit Aufklebern, die in ein Bonusheft eingeklebt werden) generiert bzw. eigene Accounts mit einem „Erfolgskonto“ einrichtet.

### Konzeptidee 2

#### Analyse:

Viele Menschen achten nur sehr wenig auf ihren Stromverbrauch und lassen Geräte selbst dann eingeschaltet, wenn sie diese nicht benötigen oder gar nicht in der Wohnung (im Haus) sind. Dabei wird unnötig sehr viel Strom verbraucht und somit auch erzeugt. Bei den Kriterien für neue Anschaffungen in Bezug auf elektrische Gerätschaften wird oftmals der günstige Preis als wichtiger angesehen, als eine nachhaltige Produktion und eine hohe Effizienz bzw. ein geringer Stromverbrauch.

#### Zielsetzung:

Die Menschen auch schon im Kindesalter dafür sensibilisieren, unnötigen Stromverbrauch zu vermeiden und bei den Anschaffungen ökologische Kriterien mit einzubeziehen, auch wenn diese manchmal einen etwas höheren Preis ausmachen.

#### Zielgruppe:

Personen aller Altersgruppen und Berufsfelder. Unternehmen und Institutionen.

#### Methode:

1. Einführung von „Stromsparbüchern“ und bestimmten angeknüpften Bonussystemen
2. Verpflichtung der Energiekonzerne, jeden Monat einen Energiekontostand mit kWh- und Euroangaben an die Kunden zu bringen, um die Übersichtsmöglichkeit für die Haushalte zu erhöhen.
3. Kennzeichnung von Energiesparmöglichkeiten an den jeweiligen Objekten (z.B. Steckerleisten, Heizungen, Elektrogeräte etc.)
4. Einführung von Siegeln, die Geräte, die ökologisch sinnvoll hergestellt wurden und im Betrieb effizient und energiesparend sind, kennzeichnen. Diese Siegel können als Punkte gesammelt und bei einer staatlichen Institution gegen Bonusprodukte o.ä. eingelöst werden. Dies hätte den Sinn, dass die genannten Produkte für die Kunden leichter erkennbar wären und bieten gleichzeitig mehrere Anreize, in diese Produkte zu investieren

### Konzeptidee 3

#### Analyse:

Weltweit gibt es eine wachsende Zahl von Ländern, in denen Recycling-Prinzipie bereits angewendet werden oder in Planung sind. Die Verantwortung für den Erfolg liegt dabei größtenteils bei den Haushalten, die die Mülltrennung durchführen sollen, damit ein wirtschaftlicher Recyclingprozess bestehen kann. Leider achten jedoch viele Haushalte noch nicht auf die korrekte Trennung der Abfälle, so dass die Recyclingprozesse durch Nachsortierung zu aufwändig und kostspielig sind. Das gilt sowohl für Restmüll und Verpackungen, als auch für Sperr- und Elektromüll. Des Weiteren haben auch viele Länder die Vorteile von Recyclingsystemen noch nicht erkannt, oder scheiterten bisher (oft auf politischer Ebene) an der Planung und Umsetzung.

#### Zielsetzung:

Die Menschen auch schon im Kindesalter dafür sensibilisieren, Müll sinnvoll zu trennen. Dabei ist es wichtig, den Sinn von Recycling zu kommunizieren und Verständnis für den übergeordneten Nutzen zu schaffen. Wenn die Menschen die enormen Vorteile von Wiederverwertung für Gesellschaft und Ökologie verstehen, kann das ausserdem zu einer Ausweitung von Recycling auf weitere Ebenen, Wirtschaftssystem bzw. Nationen bewirken.

#### Zielgruppe:

Personen aller Altersgruppen und Berufsfelder. Unternehmen und Institutionen.

#### Methode:

##### Idee 1:

Produkte, die aus recycelten Rohstoffen bestehen mit Aufklebern versehen, auf denen die ursprünglichen Produkte abgebildet sind (z.B. auf einen Kunststoffkehrblech „Ich war mal eine Limonadenflasche und schone die Umwelt durch Recycling“). Damit den Recyclingprozess „greifbarer“ machen und zeigen, dass auch Kunststoffe, die unserer Umwelt mit am meisten schaden, ökologisch wiederverwertet werden können.

##### Idee 2:

Staatliche Einrichtungen können die Bürger, so wie es in Ansätzen bereits besteht, mit speziellen Mülltonnen ausstatten, die die Trennbereiche (mit Farbsystem) bereits integriert haben. Diese sollten sowohl am Haus (für den Abtransport) als auch im Haus für die Vorsortierung genutzt werden. Dabei sollten die Farbkodierungen durchgehend einheitlich genutzt werden und auch auf Verpackungen als Symbol aufgedruckt bzw. angebracht sein.

#### Beispiel:

Kunststoffabfälle	-	gelber Müll
Papierabfälle	-	blauer Müll
Restabfälle	-	grüner Müll
Metallische Abfälle	-	brauner Müll
Sonderabfälle, wie Batterien	-	roter Müll
Elektroabfälle	-	weißer Müll
Sperrabfälle	-	schwarzer Müll

Der rote, weiße und schwarze Müll sollte dann an bestimmten Stellen abgegeben werden können oder zu bestimmten Terminen abgeholt werden.

Einwegprodukte aus Glas sollten durch die Codierung „Violetter Müll“ gekennzeichnet werden und weiterhin in Farbtrennung an den Glascontainern eingeworfen werden.

#### Weitere Konzeptidee ohne nähere Ausarbeitung:

- Photovoltaiksysteme ansprechender gestalten, um diese für die Konsumenten auch aus gestalterischer Sicht attraktiver zu machen