



CARROTMOB MACHT SCHULE

HANDBUCH FÜR LEHRKRÄFTE
UND UMWELTPÄDAGOGEN
TEIL 2

INHALT

- ALLES AUF EINEN BLICK -

3 DER CARROTMOB	4
3.1 VORBEREITUNG	5
TEAM 1: DIE PROJEKTL EITUNG	15
TEAM 2: DIE ENERGIEBEAUFTRAGTEN	24
TEAM 3: DIE PRESSEBEAUFTRAGTEN	35
TEAM 4: DIE ONLINEBEAUFTRAGTEN	45
TEAM 5: DIE GRAFIKER	52
TEAM 6: DIE EVENTMANAGER	59
3.2 DER AKTIONSTAG NAHT	65
3.3 AM CARROTMOB-TAG	67

4 NACHBEREITUNG	69
4.1 NACH DEM CARROTMOB	70
4.2 DOKUMENTATION	71

5 QUELLEN	73
------------------	-----------

▶ LEGENDE



**ARBEITSBLATT
AUSFÜLLEN**



**ARBEITSBLATT
LÖSUNG**



**LEHRER
HINTERGRUNDINFO**



WORTKARTEN



FOLIE



**ARBEITSBLATT
LESEN**



**TEAMARBEITEN
LEHRER**



**TEAMARBEITEN
SCHÜLER**

3 DER CARROTMOB

Die Planung und Organisation eines Carrotmobs fordert von allen Beteiligten Kreativität, Engagement und Durchhaltevermögen. Dafür werden die jungen Klimaschützer mit einer öffentlichkeitswirksamen Aktion nach ihren Vorstellungen belohnt, sie erfahren motivierende Lernprozesse und erweitern ihre Kompetenzen, die sie später auch im Berufsleben gut gebrauchen können.

Die Aufgaben in der Vorbereitung eines Carrotmobs sollten sich die Schüler nach ihrem Können und (soweit möglich) selbst aussuchen, ob sie ihre Stärken eher im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, im Kreativen oder aber bei koordinativen Aufgaben sehen, wissen sie schließlich selbst am besten.

Sie stehen unterstützend zur Verfügung und haben einen Blick auf den Gesamttablauf und den Projektzeitraum – und lassen den Schülerinnen und Schülern Freiräume ihren Lernraum selbst zu gestalten. Ein erfolgreicher Carrotmob ist wirksamer Klimaschutz.

➤ VORBEREITUNG

3.1

WIR ORGANISIEREN EINEN CARROTMOB

- PC, Beamer, Lautsprecher und Internetzugang, Bild von Esel und Karotte an Tafel malen
- 4 leere Plakate mit den Schlagworten „Besitzer“, „Organisatoren“, „Kunden“ und „Umwelt“ für die Kleingruppenarbeit
- Folie „Vorteile eines Carrotmobs“
- Ausdruck der Folien von „Aufgaben der Teams“
- Folie mit Zeitplan (siehe Handbuch S.15)



Das Carrotmob-OrganisatorenTeam steht

LERNZIELE

- DAS PRINZIP UND DAS KONZEPT EINES CARROTMOBS KENNENLERNEN
- DEN SINN DES AUKTIONSVERFAHRENS VERSTEHEN
- DEN ABLAUF VON CARROTMOB MACHT SCHULE ERFASSEN
- EINEN ÜBERBLICK ÜBER DIE AUFGABEN DER EINZELNEN TEAMS GEWINNEN

ZEIT	LERNPHASE	VERLAUFSPLANUNG/ INHALT	METHODE/SOZIALFORM
	BEGRÜSSUNG		
10 MIN.	EINSTIMMUNG AUF DIE PROBLEMATIK HINFÜHRUNG	ENERGIESPAREN IM ALLTAG Wiederholen der Themen aus 2.3 <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mein persönlicher CO₂-Ausstoß ➤ Möglichkeiten zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes ➤ Erfahrungen mit der Umsetzung der selbstgewählten Energiespartipps ➤ Fazit: Energiesparen ist Klimaschutz 	UNTERRICHTSGESPRÄCH
10 MIN.	PROBLEM-GEWINNUNG	<p>Schwierigkeiten bei der Umsetzung von Energiespartipps</p> <p><i>Schüler</i> berichten von ihren Erfahrungen mit dem Umsetzen der Energiespartipps in ihrem Alltag.</p> <p><i>Lehrkraft:</i> Einige von euch haben davon berichtet, dass es ihnen schwer gefallen ist bequeme Gewohnheiten – wie das Anlassen des Rechners im Stand-By-Modus abzulegen. Sicher gibt es noch andere Gründe, die Menschen davon abhalten, konsequent Energie zu sparen und das Ziel zu verfolgen, lediglich einen CO₂-Ausstoß von 2 t/a/Person zu verursachen.</p> <p><i>Schüleräußerungen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Energie ist nicht greifbar, die Unsichtbarkeit der Energieströme macht es schwierig einzuschätzen, wann wie viel Energie benötigt bzw. verschwendet wird. ➤ Die Erfolge erscheinen häufig gering, die momentane Leistung oft klein, doch in der Summe aller hoch. ➤ Eine Verhaltensänderung scheint noch nicht sehr dringlich oder überlebensnotwendig, da die Auswirkungen schleichend sind und die Folgen des Klimawandels in Deutschland noch nicht sehr akut sind. ➤ Da die Folgen nur schwer zu prognostizieren sind, werden die Menschen verunsichert und zum Nichtagieren verleitet. ➤ Der Mensch ist ein Gewohnheitstier – es ist schwierig sein Verhalten zu ändern. ➤ Häufig besteht die Angst vor Einschränkungen im Lebensstil. Der Mensch befürchtet, dass Energiesparen immer mit dem Verzicht von Luxus oder Bequemlichkeit einhergeht. ➤ Der Mangel an Wissen über Energieströme und Energieverbrauch führt dazu, dass an den falschen Stellen gespart wird. <p><i>Lehrkraft:</i> Es gab in den letzten Jahren immer wieder Kampagnen, um die Bevölkerung zum Energiesparen zu bewegen. Die Politik hat sich ebenso einiges einfallen lassen.</p> <p><i>Schüleräußerungen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Es gibt Verbote, wie z.B. das Verbot der Glühbirne. ➤ Es gibt Preiserhöhung (Strompreiserhöhung, steigende Benzinpreise). ➤ Es gibt Anreize (Programme, Unterstützung, finanzielle Förderung), wie z.B. Zuschüsse bei einer Dämmung (nachträglicher Wärmeschutz) von Gebäuden oder – bis vor kurzem – der Installation von Solarkollektoren auf dem heimischen Dach. ➤ Es gibt Belohnungen, wie beim Projekt fifty/fifty, bei dem teilnehmenden Schulen die Hälfte der eingesparten Energiekosten ausgezahlt wird. <p><i>Lehrkraft</i> notiert die Schlagworte <i>Verbot, Preiserhöhung, Anreiz und Belohnung.</i></p>	UNTERRICHTSGESPRÄCH

Kreide

35 MIN.

AUSEINANDERS- SETZUNG MIT DEM SACHVER- HALT

INFORMATIONEN GEWINNEN I (15 MIN)

Lehrkraft: Eine Möglichkeit, in der zwei dieser Prinzipien verbunden werden, ist der Carrotmob.

DER CARROTMOB

IMPULS:

Schüler sehen einen Filmclip (englisch) zum Carrotmob ([HTTP://CARROTMOB.ORG/](http://carrotmob.org/))

Lehrkraft verweist auf die oben notierten Schlagwörter.

Lehrkraft: Erkläre, wie ein Carrotmob funktioniert.

Schüleräußerungen:

- Es wird ein Anreiz für Unternehmen geschaffen, energieeffizienter zu werden.
- Die Organisatoren sorgen für einen hohen Umsatz in einem gewissen Zeitraum, ein Teil des Umsatzes investiert der Besitzer im Gegenzug in Energieeffizienzmaßnahmen.
- Ein Carrotmob setzt Energieeffizienzmaßnahmen auf lokaler Ebene um.
- Der Einfluss der Konsumenten wird genutzt.
- Proaktiv wirken, statt boykottieren: Menschen setzen sich zusammen für eine Verbesserung ein.

IMPULS:

Lehrkraft malt Bild von Esel und Karotte an Tafel

Schüleräußerungen:

- Beim Carrotmob werden Ladenbesitzer zum Klimaschutz „gelockt“ – genau wie ein sturer Esel, der mit einer Karotte gelockt wird (eine schlechte Alternative wäre die Bestrafung des Stehens durch Schläge bzw. der Boykott des Ladens).
- Der **MOB** ist die Masse. Eine ganze Masse wird mit der „Karotte“ gelockt, die für den Klimaschutz steht (im Klimaschutz liegt der Unterschied zum Flashmob).

Lehrkraft: Zur Auswahl eines geeigneten Ladens hat sich ein Auktionsverfahren etabliert:

- Dazu werden min. drei Läden angesprochen.
- Diese geben ein Angebot ab, welchen Prozentsatz des Umsatzes sie in Energieeffizienzmaßnahmen investieren würden.
- Der Laden mit dem höchsten Angebot „gewinnt“ und bekommt den Carrotmob.

VORTEILE DES CARROTMOBS

IMPULS:

Lehrkraft schreibt an die Tafel *In a boycott, everyone loses. In a carrotmob, everyone wins.* (Zitat von carrotmob.org)

Lehrkraft: Mit der Organisation eines Carrotmobs haben wir eine win-win-win-Situation. Nimm dir 5 Minuten Zeit, um in einer Kleingruppe die Gewinne verschiedener Beteiligter anzuschauen.

Schüler teilen sich in Kleingruppen auf:

- Laden-Besitzer
- Kunden
- Organisatoren
- Umwelt

FILMBEITRAG

PC oder Laptop mit Internetzugang,
Lautsprecher, Beamer

UNTERRICHTSGESPRÄCH

TAFEL UND BUNTE KREIDE

Tafelbild „Esel und Karotte“

LEHRERVORTRAG

GRUPPENARBEIT

Leere Poster mit Schlagworten „Laden-Besitzer“, „Organisatoren“, „Kunden“ und „Umwelt“

ERSCHLIESSUNG DES SACHVERHALTS

Freies Unterrichtsgespräch über die entstandenen Plakate.
Lösungen auf „VORTEILE EINES CARROTMOBS“.

KRITISCHE BETRACHTUNG DES KONZEPTS

Lehrkraft: Nimm Stellung zu dem Konzept.

Schüleräußerungen:

Ein Carrotmob ist nur sinnvoll, wenn

- ➔ ein Laden teilnimmt, wo sinnvoller Konsum möglich ist. Carrotmob soll nicht zu unnötigem Konsum anregen oder Menschen zu sinnlosem Kauf animieren.
- ➔ eine Botschaft dabei vermittelt wird > Kunden über Energiesparen informiert werden.
- ➔ Menschen bewusst wird, welchen Einfluss sie auf Unternehmen haben können.
- ➔ gute Öffentlichkeitsarbeit betrieben wird, damit auch andere Unternehmer und Konsumenten sehen, dass Kunden Klimaschutz wichtig ist.
- ➔ die Klimaschutzmaßnahmen anschließend auch wirklich umgesetzt werden.

UNTERRICHTSGESPRÄCH

25 MIN.

TRANSFER (HANDLUNGS- AUF- TRAG)

WIR STARTEN EINEN CARROTMOB

Filmbeitrag über einen Carrotmob in Hamburg:
[HTTP://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=WBKSC3VJPSG](http://www.youtube.com/watch?v=WBKSC3VJPSG)

Lehrkraft: In den nächsten Monaten sind vielfältige Aufgaben zu erledigen, z.B. Läden ansprechen, einen Energieberater finden, einen Maßnahmenplan für die Energieeinsparung berechnen, Menschen motivieren, Plakate gestalten und Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Hierfür werden Teams gebildet, die für die unterschiedlichen Bereiche zuständig sind.

- ➔ **Schüler** erhalten einen Überblick über die bei der Organisation eines Carrotmobs anfallenden Aufgaben durch „AUFGABEN DER TEAMS“ und den zeitlichen Ablauf durch den Zeitplan
- ➔ **Schüler** entscheiden sich nach der Durchsicht der Aufgaben für ein Team
- ➔ Einteilung der Gruppen
- ➔ Termin für den Carrotmob-Aktionstag diskutieren und festlegen (Zeitungsumfang ca. 3h)

KOMMT ZUM CARROTMOB!

Clip zum Aufruf eines Carrotmobs in München:
[HTTP://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=WSP2D_EFH2I](http://www.youtube.com/watch?v=WSP2D_EFH2I)

FILMBEITRAG

PC oder Laptop mit Internetzugang,
Lautsprecher, Beamer

UNTERRICHTSGESPRÄCH

ZEITPLAN AUF FOLIE (SIEHE. S. 15)

FILMBEITRAG

PC oder Laptop mit Internetzugang,
Lautsprecher, Beamer

➤ VORTEILE EINES CARROTMOBS HINTERGRUNDINFORMATIONEN



FÜR DIE UMWELT

- Langfristige CO₂-Einsparung



ORGANISATOREN

- Wissenserwerb über Eventmanagement
- Multiplikatoren-Wirkung



KUNDEN/MITSCHÜLERINNEN

- Lerneffekt: Klimaschutz heißt nicht nur Verzicht, sondern durch cleveren Konsum und Energieeffizienz kann jeder einfach seinen Beitrag leisten



ALLE TEILNEHMENDEN PERSONEN

- Sensibilisierung zum Klimaschutz
- Demonstration Ihres persönlichen Einfluss
- Partizipation
- Persönlicher Beitrag zum Klimaschutz
- Klimaschutz vor Ort voranbringen



LADENBESITZER

- Langfristige Kosteneinsparung durch gesenkten Energieverbrauch
- Imagegewinn: neue Kunden, welche die Firmenphilosophie begrüßen
- Kostenfreie Energieberatung, Information und Bewusstseinsbildung
- Anreize für Veränderungen
- Erhöhter Umsatz im Aktionszeitraum (unter Umständen doppelter Umsatz zum Normalbetrieb)
- Kostenfreie Werbung für den Laden (die Aktion kann zukünftig für Werbung eingesetzt werden, etwa „Wir kochen mit Ökostrom.“)

► TEAMAUFTeilUNG

EINTEILUNG UND AUFGABEN DER TEAMS

Bei der Organisation eines Carrotmobs fallen unterschiedliche Aufgaben an:

Die Einteilung in die Teams sollten die Schüler nach Können und Vorlieben möglichst selbst auswählen. Je nach Bereich gibt es Tätigkeitsschwerpunkte, die den Teammitgliedern liegen sollten, damit alle gemeinsam und motiviert auf das gemeinsame Ziel hinarbeiten.

Unterstützen Sie Ihre Schüler bei der Auswahl der Teams! Ihre ehrliche Einschätzung der Fähigkeiten und Persönlichkeiten ist für die bestmögliche Besetzung der Teams und damit für was das Gelingen des Carrotmobs sehr wichtig.

PROJEKTLEITUNG

ENERGIEBEAUFTRAGTE

PRESSEBEAUFTRAGTE

ONLINE-
BEAUFTRAGTE

GRAFIKER

EVENTMANAGEMENT

TIPP

Je nach Anzahl der teilnehmenden Schüler können sie auch in zwei Teams mitarbeiten oder Teams können zusammengelegt werden. So bietet es sich etwa an, die Teams der Pressebeauftragten und Onlinebeauftragten sowie der Grafiker und Eventmanager zusammenzulegen. Die Aufgaben dieser Teams bieten viele Überschneidungen und setzen ähnliche Fähigkeiten und Interessen voraus.



- TEAM 1 -

DIE PROJEKTLITER

- **ÜBERNEHMEN DIE ANSPRACHE DER LÄDEN.**
- **ERMITTELN DEN „GEWINNER“ DURCH DAS AUKTIONSVERFAHREN.**
- **FORMULIEREN DEN VERTRAG MIT DEM LADENBESITZER AUS.**
- **HABEN DEN ÜBERBLICK ÜBER DIE FINANZEN.**
- **SUCHEN MÖGLICHE SPENDER UND / ODER SPONSOREN.**
- **KOORDINIEREN DIE TEAMS UND PFLEGEN DEN KONTAKT ZUM LADENBESITZER.**
- **HABEN DEN ZEITPLAN IM BLICK UND ACHTEN AUF DIE NACHHALTIGE GESTALTUNG DES PROJEKTS.**



- TEAM 2 -

DIE ENERGIEBEAUFTRAGTEN

- **SUCHEN EINEN ENERGIEBERATER, DER MIT IHNEN ZUSAMMENARBEITET.**
- **FÜHREN DEN ENERGIERUNDGANG IM AUSGEWÄHLTEN LADEN MIT DEM ENERGIEBERATER DURCH.**
- **BERECHNEN MÖGLICHE ENERGIEEINSPARUNGSMASSNAHMEN, DEREN INVESTITIONSKOSTEN UND DIE DARAUS RESULTIERENDE CO₂-REDUKTION.**
- **ERSTELLEN EINEN MASSNAHMENPLAN FÜR DEN LADENBESITZER.**
- **KONTROLLIEREN DIE UMSETZUNG DER MASSNAHMEN.**





- TEAM 3 -

DIE PRESSEBEAUFTRAGTEN

- WICKELN DIE KLASSISCHE PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT AB.
- SCHREIBEN PRESSEMITTEILUNGEN UND -EINLADUNGEN, ERSTELLEN EINEN PRESSEVERTEILER ZUR VERSENDUNG.
- VERFASSEN EIN ALLGEMEINES INFOSCHREIBEN SOWIE ZIELGRUPPENGERECHTE INFOTEXTE.
- BEWERBEN DEN CARROTMOB-AKTIONSTAG ÜBER DIE „KLASSISCHEN“ KANÄLE.
- DOKUMENTIEREN DAS PROJEKT
 - › ERSTELLEN EINEN PRESSESPIEGEL, FOTOGRAFIEREN, FILMEN O.Ä.
- VERFASSEN EINEN NACHBERICHT.



- TEAM 4 -

DIE ONLINEBEAUFTRAGTEN

- BEWERBEN DEN AKTIONSTAG ÜBER ONLINEKANÄLE.
- LEGEN PROFILE BEI TWITTER UND FACEBOOK AN.
- INFORMIEREN ÜBER DAS PROJEKT UND DEN AKTIONSTAG PER TWITTER, FACEBOOK O.Ä.
- FÜHREN EINEN BLOG.
- MOTIVIEREN MENSCHEN ÜBER DIE SOZIALEN NETZWERKE ZUM MITMACHEN AM AKTIONSTAG.





- TEAM 5 -

DIE GRAFIKER

- **ERSTELLEN EIN LOGO.**
- **GESTALTEN INFORMATIONS- UND BEWERBUNGSMATERIALIEN (PLAKATE, FLYER O.Ä.).**
- **ORGANISIEREN DEN DRUCK DER INFORMATIONS- UND BEWERBUNGSMATERIALIEN.**
- **GARANTIEREN EINE UMWELTFREUNDLICHE PRODUKTION DIESER MATERIALIEN.**
- **VERTEILEN DIE INFORMATIONS- UND BEWERBUNGSMATERIALIEN.**



- TEAM 6 -

DIE EVENTMANAGER

- **ARBEITEN DAS RAHMENPROGRAMM FÜR DEN CARROTMOB-AKTIONSTAG AUS.**
- **ORGANISIEREN DAS RAHMENPROGRAMM FÜR DEN CARROTMOB-AKTIONSTAG.**
- **FRAGEN KÜNSTLER / SCHÜLERBANDS O.Ä. AN.**
- **HOLEN GENEHMIGUNGEN DER STADT EIN, FALLS NÖTIG.**
- **ORGANISIEREN DIE DEKORATION.**
- **ERSTELLEN EINEN SCHICHTPLAN FÜR DEN AKTIONSTAG.**



➤ PLANUNGSPHASE

JETZT SIND DIE SCHÜLER DRAN

Wenn die Schüler ein Grundwissen über Energie und die Organisation eines Carrotmobs haben, geht es los! Durch die Einteilung in Teams sind die Zuständigkeiten der einzelnen Aufgabenbereiche geklärt. Nun geht es an die konkrete Vorbereitung des Carrotmob-Aktionstages.

Das A und O eines erfolgreichen Carrotmobs ist ein durchdachter Zeitplan. Als Anhaltspunkt dient der Ablauf auf S. 15, wie die Thematischen Einheiten kann und soll das Vorgehen die Rahmenbedingungen der Schule angepasst werden. Meist ist es sinnvoll.

AUF JEDEN FALL GILT: JE BESSER DIE PLANUNG, DESTO ERFOLGREICHER DER CARROTMOB

UNBEDINGT FRÜH KONTAKTIEREN:

- die Besitzer der Geschäfte, die für den Carrotmob in Frage kommen
- ehrenamtliche Helfer / Mitschüler, die bei der Organisation und Durchführung helfen sollen
- die Energieberater
- Künstler, Vereine oder Organisationen für das Rahmenprogramm
- potentielle Sponsoren
- bei Bedarf die zuständige Behörde für die Genehmigung der Nutzung des öffentlichen Raums
- die Druckerei für Flyer und Plakate

DIE AUFGABEN DER TEAMS

Im Folgenden werden die einzelnen Aufgaben der Teams vorgestellt. Die SchülerInnen arbeiten weitestgehend selbstständig. Hierzu erhalten die Teams ihre Arbeitsaufträge, die sie schrittweise abarbeiten.

Sie stehen als Lehrkraft lediglich unterstützend zur Verfügung, geben Hilfestellung, und erinnern die Teams an Fristen und Deadlines.

Da die Teams im Projektablauf unterschiedlich viel zu tun haben kann für die Schüler abhängig vom individuellen Zeitplan auch eine Mitarbeit in zwei Teams Sinn machen.

Grundsätzlich müssen sich alle Teams gegenseitig regelmäßig auf den aktuellen Stand bringen, die Zeitplanung überprüfen und die nächsten Schritte besprechen.

Folgende Teams arbeiten inhaltlich eng zusammen:

- Projektleitung und Energiebeauftragte
- Pressebeauftragte und Onlinebeauftragte
- Grafiker und Eventmanager



TEAM 1

DIE PROJEKTLEITUNG

ARBEITSAUFTRAG

DIE ERSTE WICHTIGE AUFGABE DER PROJEKTLEITUNG IST ES, EINEN LADEN FÜR DEN CARROTMOB-AKTIONSTAG ZU FINDEN. ZUSÄTZLICH KOORDINIERT SIE UNTER ANDEREM DIE TEAMS UND ACHTET AUF DEN ZEITPLAN.

➔ **ZEITPLAN AUF S. 15 BEACHTEN!**

AUFGABEN

Die Schüler der Projektleitung sind für folgende Aufgaben zuständig:

- ➔ ein Unternehmen finden, in dem der Carrotmob-Aktionstag stattfindet – hierzu führen sie die Ladenansprache und das Auktionsverfahren durch
- ➔ Fristen und Termine im Blick behalten
- ➔ darauf achten, dass die Teams den Aspekt der Nachhaltigkeit verfolgen
- ➔ die Teams koordinieren und Kontakt zum Ladenbesitzer pflegen

IM FOLGENDEN FINDEN SIE

- ➔ Erläuterungen zur Hilfestellung des Teams für Lehrer **(S.77)**
- ➔ die Aufgaben (Schritte) für das Team der Projektleitung **(S.78)**
- ➔ ein Beispiel für das Infoschreiben an die Ladenbesitzer **(S.83)**
- ➔ eine Vorlage für den Vertrag zwischen Schülern und LadenbesitzerIn zur Umsetzung des Carrotmobs **(S. 84)**



- DIE PROJEKTLÉITUNG -

➤ HILFESTELLUNG FÜR DAS PROJEKTLÉITUNGS-TEAM DURCH DIE LEHRKRAFT

IHRE AUFGABE: Sie stehen für Fragen bereit, lassen die Schüler ansonsten aber weitestgehend selbstständig arbeiten. Bevor Sie die Vorlagen an die SchülerInnen geben, sollen diese bereits eigene Versionen ausgearbeitet haben.

ZU „VERFASSEN DES INFOSCHREIBENS“ UND „HIER STEIGT DER CARROTMOB“

Die Vorlagen „**INFOSCHREIBEN FÜR LADENBESITZER**“ und „**VERTRAG FÜR DEN CARROTMOB**“ dienen der Hilfestellung für die Schüler. Optimalerweise bereiten die Schüler zuerst eigene Entwürfe vor und arbeiten dann danach wichtige Punkte aus den Vorlagen ein.

ZU 3. „WIE FÜHREN WIR DAS GESPRÄCH?“

„In a boycott, everyone loses. In a carrotmob, everyone wins.“

Die Schüler überlegen, welches die Vorteile eines Carrotmobs für Ladenbesitzer sind und welche Argumente sie motivieren können, an der Aktion teilzunehmen.

- Der Carrotmob kann den regulären Umsatz während der Aktion mehr als verdoppeln.
- Der Ladenbesitzer tragen aktiv zum Klimaschutz bei.

- Für das Geschäft wird kostenfrei Werbung gemacht und der Ladenbesitzer bekennt sich zum Klimaschutz. Ebenso können neue Kunden gewonnen werden.
- Durch die finanzierten Maßnahmen spart das Geschäft langfristig Strom- oder Heizkosten ein. Dies können mehrere Hundert Euro im Jahr sein.
- Der Hinweis auf energiesparende Einrichtungen ist zukünftig ein Mehrwert bei der Bewerbung des Geschäfts („Wir kochen für Sie mit Ökostrom“ o.Ä.).

Grundsätzlich ist es zweckmäßig in Form eines Rollenspiels möglich, Antworten und Argumentationsweisen einzuüben. Das erhöht die Chancen, dass die Schüler die Geschäftsführung des Ladens von der Idee des Carrotmobs überzeugen.

ZU 4. „AB IN DIE LÄDEN“

Gerade bei jüngeren Schülern ist es hilfreich, wenn ein Lehrer die Schüler begleitet.

ZU 6. „DER FINANZCHECK“

Unterstützen Sie die Schüler nach Bedarf bei der Kalkulation der Finanzen.



TEAM 1

DIE PROJEKTLEITUNG

WILLKOMMEN IM TEAM DER PROJEKTLEITUNG!

EURE AUFGABEN

Bei euch laufen die Fäden zusammen. Es gilt den Überblick zu behalten, intelligente Entscheidungen zu treffen und mit Rat und Tat den anderen Teams beizustehen.

Konkret habt ihr in den nächsten Wochen folgende Aufgaben:

- verschiedene Unternehmen und Ladenbesitzer auswählen und ansprechen
- ein Unternehmen durch das Auktionsverfahren ermitteln, in dem der Carrotmob-Aktionstag stattfinden wird
- einen Vertrag zwischen Ladenbesitzer und euch ausformulieren
- die Finanzen ermitteln: Welches Budget steht euch zur Verfügung?
- ggf. Sponsoren und Spender suchen
- die Teams koordinieren und Kontakt zum Ladenbesitzer pflegen
- sämtliche Termine und Fristen im Blick behalten (hier hilft euch der Zeitplan)
- die nachhaltige Gestaltung der Produkte und Informationsmaterialien sowie des Rahmenprogramms sichern.

DIE PROJEKTLEITER FÜR CARROTMOB MACHT SCHULE SIND:





- PROJEKTLEITUNG -

 **BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN**

1. WELCHES GESCHÄFT SOLL'S DENN SEIN?

Die wichtigste Aufgabe gleich zu Beginn: die Suche eines Ladens. In „Wir organisieren einen Carrotmob“ habt ihr das Prinzip des Auktionsverfahrens kennengelernt. Nun müsst ihr verschiedene Läden ansprechen. Zuerst solltet ihr euch einigen, welche Läden in Frage kommen und angesprochen werden.

Damit auch alle Mitschüler teilnehmen können, bietet sich die Ansprache von Läden an, in denen auch ohne „großen Geldbeutel“ eingekauft werden kann, z.B. ein Drogeriemarkt, ein Kiosk, ein Buchladen, ein (Eis-)Café. Gut geeignet sind Läden und Lokale, in denen man spontan konsumieren und somit am Carrotmob-Aktionstag teilnehmen kann.

Bedenkt aber vorab: Ein Unternehmen, dessen Philosophie offensichtlich nicht mit den Idealen der Carrotmob-Bewegung vereinbar ist, solltet ihr nicht in Erwägung ziehen, wie beispielsweise eine Tankstelle. Ebenso ist von Läden abzuraten, die unnötigen Konsum fördern oder zur Wegwerfgesellschaft beitragen (z.B. Primark, Ein-Euro-Shops etc.). Besonders geeignet sind daher kleine Läden bzw. bei Lebensmittelläden solche, die regionale Produkte anbieten.

TIPP: *Wählt am besten Läden in der Nähe der Schule, da eure Mitschüler dort leicht und ohne elterliche Begleitung teilnehmen können.*

FOLGENDE LÄDEN MÖCHTEN WIR ANSPRECHEN:

2. VERFASSEN DES INFOSCHREIBENS

Stellt euch vor, ihr wärt der Ladenbesitzer und hättet noch nie von einem Carrotmob gehört. Was müsstet ihr wissen, was würde euch überzeugen, an einer solchen Aktion teilzunehmen?

Verfasst ein geeignetes Schreiben für die Ladenbesitzer mit den wichtigsten Infos über einen Carrotmob und warum es sich lohnt, teilzunehmen. Bei dieser Aufgabe könnt ihr euch Unterstützung durch die Pressebeauftragten holen oder euren Lehrer um Hilfe mit einer Vorlage bitten.

3. WIE FÜHREN WIR DAS GESPRÄCH?

Anschließend müsst ihr euch überlegen, wie ihr die Ladenbesitzer anspricht und überzeugt, ein (möglichst hohes) Angebot abzugeben. Wie kann das Gespräch geführt werden?

PERSÖNLICHE KONTAKTAUFNAHME:

Zum ersten persönlichen Gespräch mit dem Ladenbesitzer solltet ihr eine kleine schriftliche Zusammenfassung zum Carrotmob mitnehmen (euer Infoschreiben). Diese kann der Ladenbesitzer nach eurem Gespräch behalten, damit er sich Gedanken dazu machen kann.



- PROJEKTLEITUNG -

Im ersten Teil des Gesprächs sollte dem Geschäftsinhaber das Prinzip eines Carrotmobs nahegebracht werden. In welchem Umfang das geschieht, ist euch überlassen. Von rein mündlicher Erläuterung bis hin zur Präsentation kleiner Filme auf einem mobilen Endgerät ist alles erlaubt. Eine schöne, anschauliche Erklärung bietet zum Beispiel das Video [HTTP://VIMEO.COM/2913530](http://vimeo.com/2913530). Vergesst nicht, dem Inhaber eure Kontaktdaten zu hinterlassen und vereinbart, wie ihr verbleibt.

KONTAKTAUFNAHME PER ANRUF:

Ein Telefonat spart häufig Zeit. Ihr erfahrt gleich, ob der Geschäftsführer zu sprechen ist oder nicht und habt keinen Anfahrtsweg. Gleichzeitig ist es persönlicher als eine E-Mail. Zudem ist es eine gute Gelegenheit, mit wenig Aufwand schnell einschätzen zu können, ob ein Ladenbesitzer Interesse an einem Carrotmob hat oder nicht. Erklärt euer Anliegen und das Prinzip eines Carrotmobs. Ist der Gesprächsverlauf positiv, vereinbart einen Termin für ein persönliches Treffen mit dem Besitzer.

KONTAKTAUFNAHME PER E-MAIL:

Gerade in Form einer E-Mail kann man schon einige erklärende Worte darüber abgeben, was ein Carrotmob ist und vielleicht ein paar Links zu Videos o.Ä. mitschicken. Denn nicht jeder kennt Carrotmobs.

Ein Vorteil der Vorankündigung des Anliegens per E-Mail oder Anruf ist die Möglichkeit, bei Interesse gleich einen persönlichen Termin ausmachen zu können, bei dem auch eine Person zugegen ist, die entscheiden kann / darf, ob der Carrotmob stattfindet. Bei einem unangekündigten Besuch kann es vorkommen, dass man keinen Entscheidungsträger antrifft. Somit kann ein Anruf oder eine E-Mail im Vorfeld unnötigen Zeitaufwand verhindern. Andererseits ist eine E-Mail schnell gelöscht bzw. ein Anrufer am Telefon abgewimmelt... Entscheidet also euer Vorgehen.

IN A BOYCOTT, EVERYONE LOSES. IN A CARROTMOB, EVERYONE WINS.

Es ist durchaus möglich, dass der Besitzer nicht gleich Feuer und Flamme ist. Überlegt euch: Welche Argumente könnten ihn überzeugen? Wo liegt der Vorteil für den Ladenbesitzer?

BEVOR ES ZUR SACHE GEHT: EINE GUTE ÜBUNG!

Simuliert vorab das Gespräch mit dem Ladenbesitzer untereinander. Eine gute Möglichkeit ist auch, sich mit dem Team der Energiebeauftragten zu treffen. Denn diese müssen ebenfalls eine Ansprache vorbereiten – mit den Energieberatern. Tauscht untereinander die Rollen (Ladenbesitzer, Energieberater, Schüler) und versucht euch gegenseitig zu überzeugen. So merkt ihr schnell, wo ihr noch Argumente oder Infos liefern müsst.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir verschiedene Läden für das Auktionsverfahren ausgewählt?
- Haben wir die Adressen und Inhaber potenzieller Läden ermitteln können?
- Haben wir entschieden, auf welchem Weg wir die Ladenbesitzer kontaktieren?
- Haben wir das Infoschreiben verfasst?
- Haben wir genug Argumente gesammelt?
- Haben wir das Gespräch geübt? Fühlen wir uns sicher in der Gesprächsführung?



- PROJEKTLEITUNG -

 **BEARBEITUNGSZEIT: JE NACH ANZAHL DER LÄDEN ZWISCHEN EIN BIS DREI VORMITTAGE**

4. AB IN DIE LÄDEN

NICHT VERGESSEN:

- ➔ Infoschreiben für den Besitzer
- ➔ eventuell Smartphone mit Clip über einen Carrotmob
- ➔ eure Kontaktdaten für den Ladenbesitzer
- ➔ Heft oder Zettel für Notizen (um ein kurzes Protokoll des Gesprächs und die Kontaktdaten des Besitzers aufzunehmen)

Im ersten Gespräch müsst ihr dem Besitzer den Carrotmob schmackhaft machen. Er soll Lust bekommen, daran teilzunehmen und bereit sein, ein möglichst hohes Angebot abzugeben – denn das kommt dem Klimaschutz zugute. Erläutert ihm das Prinzip eines Carrotmobs und seine Aufgaben sowie die Vorteile, die ihm diese Aktion bringt.

Teilt ihm anschließend das geplante Datum mit und besprecht mit ihm die Dauer des Carrotmob-Aktionstages, für den Fall, dass der Besitzer ausgewählt wird. Nennt ihm zudem das Rückmeldedatum, bis wann er sein Angebot spätestens abgegeben haben muss (siehe auch Zeitplan). Der Besitzer muss wissen, dass neben ihm weitere Geschäfte angesprochen werden und die höchste Umsatzbeteiligung über den Zuschlag für den Carrotmob entscheidet. Ihr verbleibt mit dem Besitzer so, dass ihr auf ihn zurückkommt, wenn die Rückmeldefrist verstrichen ist und die Angebote aller Mitstreiter eingegangen sind. Nicht vergessen: für das Interesse und nette Gespräch bedanken.

Solltet ihr nicht gleich mehrere interessierte Läden finden, lasst euch auf keinen Fall entmutigen. Gut Ding will Weile haben – vielleicht spielt ihr die Akquisituation nochmals durch und holt euch ggf. Tipps von eurem Lehrer?

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir alle Ladenbesitzer erreicht?
- Wen müssen wir nochmals kontaktieren?
- Haben wir alle Kontaktdaten der Besitzer?
- Sind alle Gebote eingegangen?

5. HIER STEIGT DER CARROTMOB

 **BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN**

Nachdem alle Angebote bei euch eingegangen sind, wählt ihr den Laden mit dem höchsten Angebot aus. Benachrichtigt und beglückwünscht den Ladenbesitzer per Telefon oder E-Mail. Sprecht sicherheitshalber nochmal das Datum und die Dauer des Carrotmobs ab. Hierfür genügt ein kurzer Anruf.

Verfasst nun ein Schreiben, in dem ihr die Rahmenbedingungen schriftlich festhaltet – wie in einem Vertrag. Druckt dieses anschließend in zweifacher Ausführung aus und unterschreibt. Lasst ebenso euren Lehrer und natürlich euren Vertragspartner – den Ladenbesitzer – unterschreiben. Ein Exemplar erhält anschließend der Ladenbesitzer, ein Exemplar ist für euch.

Benachrichtigt nun die restlichen Teams über den Laden eurer Wahl – hier findet der Carrotmob-Aktionstag statt. Jetzt kann's losgehen!

Vergesst nicht, den Läden, die nicht ausgewählt wurden, abzusagen und euch für Ihre Mühe zu bedanken - vielleicht machen andere Schüler eurer Schule dort demnächst den nächsten Carrotmob...



- PROJEKTLEITUNG -

ALLES ERLEDIGT?

- Ist der Vertrag erstellt?
- Hat unser Lehrer den Vertrag abgesegnet / freigegeben?
- Haben wir sowie unser Lehrer unterschrieben?
- Haben wir den Besitzer unterschreiben lassen?
- Haben beide Parteien eine Ausführung des Vertrags erhalten?
- Haben wir die anderen Teams benachrichtigt?
- Haben wir den anderen Läden abgesagt?

6. DER FINANZCHECK



BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN

Als Projektleiter habt ihr die Finanzen im Blick. Besprecht mit eurem Lehrer, welches Budget euch zur Verfügung steht. Entwerft eine Übersicht: Welche Ausgaben kommen auf euch zu? Wie viel Geld benötigen die anderen Teams, beispielsweise für den Druck von klimaneutralen Flyern, die Deko o.Ä.? Kalkuliert die möglichen Ausgaben in Absprache mit den einzelnen Teams (die z.B. Angebote für die Kosten des Drucks einholen). Haltet fest und schätzt ab, wie viel die jeweiligen Aufgaben kosten könnten und bewertet, ob hier die finanziellen Ausgaben gerechtfertigt sind (z.B. ist ein Energieberater unerlässlich – gibt es eine kostengünstigere Alternative?).

Macht euch auf die Suche nach eventuellen Sponsoren oder Spendern. Beachtet hierbei, dass die Firmenphilosophie zu eurem Konzept passt – ein Autokonzern als Sponsor wäre beispielsweise nicht geeignet, schließlich sorgt dieser maßgeblich für einen hohen CO₂-Ausstoß. Spenden können nicht nur Geld sein, sondern auch in Form von Gegenständen oder Materialien (z.B. Papier zum Druck von Flyern o.Ä.). Beachtet, dass Sponsoren Häufig eine Quittung für ihre Spende haben wollen!

Informiert alle Teams, dass sie die Rechnungen ihrer Ausgaben sammeln und bei euch abgeben müssen. In einer guten Buchhaltung muss jeder Kassenzettel abgeheftet werden – so verliert ihr garantiert nicht den Überblick über das Finanzgeschehen.

HINWEIS:

Solltet ihr Sponsoren oder Spender gewinnen, denkt daran, die Grafiker, die Presse- und Onlinebeauftragten zu informieren. In Pressemitteilungen werden Spender / Sponsoren gern erwähnt, auf dem Blog ist es eine schöne Neuigkeit, zudem könnt ihr die Logos der Spender / Sponsoren auf die Flyer oder Plakate aufnehmen und euch hiermit bedanken, z.B.: „Wir bedanken uns bei XY für die finanzielle Unterstützung.“

MÖGLICHE SPONSOREN / SPENDER SIND

SPENDE

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir mögliche Spender / Sponsoren angesprochen?
- Haben wir einen Finanzplan erstellt?
- Haben wir die anderen Teams über ihren Budgetrahmen informiert?
- Wissen die anderen Teams, dass wir für jede Ausgabe eine Rechnung brauchen?
- Gehen alle Belege bei uns ein? Haben wir ein gutes System, hier Ordnung zu bewahren?



HABT IHR SCHON EIN
LOGO?

FRAGT DIE GRAFIKER.
HIER WÄRE PLATZ
DAFÜR.

INFOSCHREIBEN FÜR LADENBESITZER

CARROTMOB - WAS IST DAS?

Vielleicht haben Sie in der Presse schon davon gelesen: Carrotmob ist organisiertes Massenshopping für den Klimaschutz. Hunderte von Konsumenten stürmen an einem bestimmten Tag zu einer bestimmten Zeit in einen zuvor ausgesuchten Laden und kaufen ein. Der Ladenbesitzer verpflichtet sich im Gegenzug, einen Teil des Umsatzes in Energiesparmaßnahmen im eigenen Betrieb zu investieren. Carrotmob – das ist gezielter Klimaschutz bei dem alle profitieren!

Ein Carrotmob bietet viele Vorteile für Ladenbesitzer, Einkäufer und das Klima:

- ➔ Energiesparmaßnahmen im Laden und dadurch bedingt jährliche Einsparungen bei Strom-, Heizungs- und weiteren Kosten
- ➔ kostenlose und großangelegte Werbung für Ihren Laden
- ➔ Neukundengewinn für Sie als Ladenbesitzer
- ➔ Fördern von kleineren Geschäften statt großer Ketten und Discounter
- ➔ stärken des Umweltbewusstseins in der Öffentlichkeit
- ➔ das Erlebnis, dass jeder etwas zum Klimaschutz beitragen kann
- ➔ Sie bleiben Ihren Kunden als jemand in Erinnerung, dem der Klimaschutz wichtig ist

Der Carrotmob stammt ursprünglich aus San Francisco. Der erste deutsche Carrotmob fand im Juni 2009 in Berlin statt und war ein voller Erfolg: Der Ladenbesitzer generierte innerhalb von drei Stunden das Dreifache seines normalen Tagesumsatzes und setzte im Folgenden eine Reihe von Energiesparmaßnahmen um, die ihm seither Kosten ersparen.

STARTEN SIE MIT UNS EINEN CARROTMOB!

Wir möchten gemeinsam mit Ihnen einen Carrotmob durchführen. Ihr Part: Sie geben ein Angebot ab, wie viel Prozent des Umsatzes, den Sie am _____ zwischen _____ und _____ Uhr generieren, Sie bereit sind in Klimaschutzmaßnahmen zu investieren.

Die Maßnahmen liegen im Bereich Energieeffizienz und erneuerbare Energien und werden von einem professionellen Energieberater vorgeschlagen. Der entsprechende Prozentsatz des Umsatzes und die geplanten Maßnahmen werden im Vorfeld schriftlich fixiert. Damit der Gewinn für das Klima möglichst groß ist, fragen wir verschiedene Geschäfte an. Den Zuschlag erhält der Laden mit dem höchsten Gebot. Sollte die Wahl auf Sie fallen, kümmern wir uns um den Rest: Organisation, Energieberatung und Umsetzung sowie Pressearbeit. So haben sowohl Sie, als auch die Umwelt etwas davon.

Bitte reichen Sie Ihr Angebot bis _____ ein.

Wir freuen uns darauf!

Eure Kontaktdaten



HABT IHR SCHON EIN LOGO?
FRAGT DIE GRAFIKER.
HIER WÄRE PLATZ DAFÜR.

VERTRAG FÜR DEN CARROTMOB

VEREINBARUNG ZWISCHEN

UND

Name und Adresse des Ladenbesitzers

Namen der Projektleiter und Name des Lehrers,
Adresse der Schule

Hiermit bestätige ich, dass _____ % des Umsatzes, der am Carrotmob-Aktionstag
am _____ von _____ bis _____ Uhr eingenommen wird,
in die festgelegten Energieeffizienzmaßnahmen zeitnah investiert wird.

Datum und Unterschrift des Ladenbesitzers

Datum und Unterschrift der Projektleitung und des Lehrers



TEAM 2

DIE ENERGIEBEAUFTRAGTEN

**ZEITRAUM DER WORKSHOPS UND FRISTEN:
SIEHE ZEITPLAN (S.15)**



Mit einem Energieberater auf der Suche nach Energielecks

AUFGABEN

Die Schüler dieses Teams sind für folgende Aufgaben zuständig:

- einen Energieberater suchen
- den Kontakt zum Energieberater pflegen
- die Berechnungsgrundlagen für Energieeinsparmaßnahmen und CO₂-Ermittlung kennenlernen
- die Energierundgänge im Laden begleiten und durchführen
- mögliche Energieeffizienzmaßnahmen berechnen
- mögliche CO₂-Reduktionen ermitteln
- die Umsetzung der Energieeffizienzmaßnahmen vorantreiben und dokumentieren
- Kontrolle, ob die Energieeffizienzmaßnahmen im Laden umgesetzt wurden

Vier der Workshops werden im Idealfall durch den Energieberater angeleitet. Als Hilfestellung zu Inhalten, Ablauf und Lernzielen steht dem Energieberater eine Erläuterung zur Verfügung.

IM FOLGENDEN FINDEN SIE

- Hilfestellung für das Team für Lehrer (S. 86)
- die Aufgaben (Schritte) für das Team der Energiebeauftragten (S. 88)
- ein Beispiel für das Infoschreiben an den Energieberater (S. 94)



- DIE ENERGIEBEAUFTRAGTEN -

➤ HILFSTELLUNG FÜR DAS ENERGIE-TEAM DURCH DIE LEHRKRAFT

IHRE AUFGABE: Sie stehen für Fragen bereit, lassen ansonsten die Schüler jedoch weitestgehend selbstständig arbeiten. Bei diesem Team ist eine enge Zusammenarbeit mit einem Energieberater sinnvoll. Hier sollten Sie die Absprachen zwischen Schülern und Energieberater unterstützen und als verantwortlicher Ansprechpartner zur Verfügung stehen.

ZU 1. „WER WIRD UNSER ENERGIEBERATER?“

Welche Aufgaben und welcher Zeitaufwand kommen auf den Energieberater zu?

- Für die Vorbereitung werden rund 5 bis 6 Std. und für die Durchführung 1,5 Std. benötigt. Dabei sollen die Schüler die wichtigsten Berechnungsgrundlagen kennenlernen, wie der Energieverbrauch sowie der damit verbundene CO₂-Ausstoß berechnet werden.
- Für das Begleiten des Energierundgangs und das Formulieren möglicher Energieeffizienzmaßnahmen werden rund 1,5 Std. benötigt (hinzu kommen noch An- und Abfahrt).
- Hier werden mögliche Maßnahmen- und Investitionskosten sowie die Reduktion des CO₂-Ausstoßes berechnet. Auf dieser Grundlage entsteht der Maßnahmenplan.
- Für die Begleitung und Kontrolle der Umsetzung der Maßnahmen wird ca. 1 Std. benötigt (hinzu kommen noch An- und Abfahrt).

ZU 3. „DER ENERGIERUNDGANG“ UND 6. „DIE KONTROLLE DER MASSNAHMENUMSETZUNG“

Die Schüler besuchen in Begleitung des Energieberaters das Unternehmen und den Ladenbesitzer. Informieren Sie sich, ob die Schüler die Begleitung einer Lehrkraft benötigen und wer eventuelle Fahrtkosten übernimmt.

EINE ERLÄUTERUNG DER AUFGABEN DES ENERGIEBERATERS FINDEN SIE AUF S. 94.

Senden Sie diese an den Energieberater, der die Schüler während *Carrotmob macht Schule* begleiten wird.

NATÜRLICH KÖNNEN NEBEN ENERGIEEFFIZIENZMASSNAHMEN AUCH ANDERE VERÄNDERUNGEN IM GESCHÄFT FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT SORGEN:

UMSTELLUNG AUF ÖKOSTROM, VERMEHRTER VERKAUF REGIONALER UND SAISONALER PRODUKTE, VERMINDERUNG VON VERPACKUNGEN

... UND WAS IHNEN UND IHREN SCHÜLERN NOCH EINFÄLLT...



- DIE ENERGIEBEAUFTRAGTEN -

➤ DER ENERGIEBERATER

Der Energieberater ist der fachliche Experte für Energieeffizienz, der die Energiebeauftragten bei der Analyse des Geschäfts und der Auswahl der Maßnahmen vor und nach dem Carrotmob unterstützt.

WIE FINDE ICH EINEN ENERGIEBERATER?

Es gibt verschiedene Organisationen, die (teilweise kostenlose) Energieberatungen anbieten. Kontakte zu Energieberatern finden Sie unter anderem unter www.co2online.de und bei den örtlichen Verbraucherzentralen. Häufig gibt es auch lokale Energieeffizienznetzwerke oder Ansprechpartner zum Thema bei der zuständigen Gemeinde. Energieberater, die für das Schulprojekt ehrenamtlich oder deutlich vergünstigt arbeiten wollen, sollten bevorzugt werden.

Achten Sie bei der Auswahl darauf, dass Sie den Eindruck haben, dass die Person nicht nur die Energieberatung übernimmt, sondern auch Inhalte an die Energiebeauftragten weitergeben will/kann.

BEANTRAGUNG VON MITTELN FÜR EINEN ENERGIEBERATER

Im Rahmen von *Carrotmob macht Schule* stehen begrenzt Mittel für Energieberater als Unterstützung für die Carrotmob-Projekte an Schulen zur Verfügung. Dafür müssen die Schüler und Sie einen formlosen Antrag beim *Carrotmob macht Schule*-Team einreichen (rechte Seite). Dafür ist es wichtig, dass sie zusammen mit den nötigen Daten Angebote von drei lokalen Energieberatern einreichen, die in Frage kommen.

ANTRAG: FINANZIELLE UNTERSTÜTZUNG ENERGIEBERATUNG FÜR CARROTMOB

Folgende Daten sind nötig:

- Name der Schule
- Adresse der Schule
- Namen der Energiebeauftragten
- Name des betreuenden Lehrers

- Namen der Energieberater
- Angebote der Energieberater
- Name und Art des Geschäfts, in dem der Carrotmob stattfinden soll
- Unterschrift der Energiebeauftragten UND des betreuenden Lehrers

Die Leistungen von Energieberatern sind oft sehr teuer, daher kann keine komplette Übernahme der Kosten garantiert werden. Es kann sinnvoll sein, Direktorat, Elternbeirat oder auch externe Sponsoren für die (Teil-)Finanzierung der Energieberatung zu gewinnen. Kosten können nur nach Vorlage einer Teilrechnung des Energieberaters in Höhe der genehmigten Unterstützung erstattet werden.



TEAM 2

DIE ENERGIEBEAUFTRAGTEN

WILLKOMMEN IM TEAM DER ENERGIEBEAUFTRAGTEN!

EURE AUFGABEN

Als Energiebeauftragte sorgt ihr dafür, dass am Ende des Carrotmobs wirklich CO₂ eingespart wird.

Konkret habt ihr in den nächsten Wochen folgende Aufgaben:

- einen Energieberater kontaktieren (der euch am Besten ehrenamtlich unterstützt)
- mit Hilfe des Energieberaters die wichtigsten Berechnungsgrundlagen kennenlernen und anwenden
- gemeinsam mit dem Energieberater den Energierundgang durchführen
- mit Hilfe der Berechnungsgrundlagen des Energieberaters mögliche Energieeffizienzmaßnahmen berechnen und einen Maßnahmenplan erstellen
- mit Hilfe des Maßnahmenplans bestimmen, wie das Geld nach dem Carrotmob eingesetzt wird. Also auf Grundlage eurer Berechnungen ermitteln, welche Maßnahmen mit dem Geld möglich sind, sodass langfristig am meisten CO₂ eingespart wird
- die Umsetzung der Energieeffizienzmaßnahmen nach dem Carrotmob-Aktionstag kontrollieren

DIE ENERGIEBEAUFTRAGTEN FÜR CARROTMOB MACHT SCHULE SIND:





- TEAM ENERGIE -

 **BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN**

1. WER WIRD UNSER ENERGIEBERATER?

Gleich zu Beginn des Projekts habt ihr eine wichtige Aufgabe zu erledigen: die Suche nach einem Energieberater. Bevor ihr jedoch Kontakt mit einem Energieberater aufnehmt, solltet ihr euch Gedanken über die Aufgaben und den Zeitaufwand machen, die auf den Energieberater zukommen werden. Das hilft ihm abzuschätzen, ob er euch unterstützen kann. Fragt ihn, ob er diese Aufgaben ehrenamtlich übernehmen würde. Erklärt ihm, welchen Sinn der Carrotmob hat und dass ihr als engagierte Schüler die Motivation, aber eventuell keine finanziellen Mittel habt, ihn zu bezahlen. Das Team von *Carrotmob macht Schule* kann eine bestimmte Anzahl von Energieberatungen finanziell unterstützen, dazu müsst ihr einen Antrag stellen - fragt dazu eure betreuende Lehrkraft.

Welche Aufgaben kommen auf den Energieberater zu? Lest euch dazu auch die anderen Schritte durch!

Der Energieberater muss uns bei folgenden Aufgaben unterstützen:

Aufgabe	Zeitaufwand
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Nehmt nun Kontakt zu verschiedenen Energieberatern auf. Erklärt euer Anliegen, auch, was ein Carrotmob ist. Denn diese Aktionsform ist nicht jedem bekannt. Legt zudem fest, wann ihr die Workshops mit dem Energieberater durchführt. Orientiert euch dabei an dem Zeitplan und stimmt diesen anschließend mit dem Energieberater ab.

TIPP: BEVOR ES ZUR SACHE GEHT: EINE GUTE ÜBUNG!

Simuliert vorab das Gespräch mit dem Energieberater untereinander. Eine gute Möglichkeit ist auch, sich mit dem Team der Projektleiter zu treffen. Denn diese müssen ebenfalls eine Ansprache vorbereiten – mit den Ladenbesitzern. Tauscht untereinander die Rollen (Ladenbesitzer, Energieberater, Schüler) und versucht euch gegenseitig zu überzeugen. So merkt ihr schnell, wo ihr noch Argumente oder Infos liefern müsst.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir verschiedene Kontaktdaten von Energieberatern?
- Haben wir das Gespräch geübt? Fühlen wir uns sicher in der Gesprächsführung?
- Haben wir einen Energieberater gefunden?
- Haben wir den Termin für den nächsten Workshop festgelegt und mit dem Energieberater abgesprochen?



- TEAM ENERGIE -

 **BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN**

2. ENERGIESPAREN LEICHT GEMACHT

Geschafft – der Energieberater für den Carrotmob ist gefunden.

Unser Energieberater heißt _____.

Seine Kontaktdaten sind

Telefon: _____ (am besten erreichbar am

(Wochentag) _____ von _____ bis _____ Uhr)

E-Mail: _____

Adresse: _____

Nun findet der erste Workshop statt, bei dem ihr euren Energieberater trifft. Im ersten Schritt werdet ihr mit den wichtigsten Berechnungsgrundlagen und Umrechnungsformeln bekannt gemacht. Ihr erfahrt, wie man den Energieverbrauch und den damit verbundenen CO₂-Ausstoß berechnet.

Legt eine Exceltabelle an, in der ihr eure Berechnungsgrundlagen und Formeln festhaltet.

Zum Schluss legt ihr zwei Termine für einen Energierundgang im ausgewählten Laden fest. Vereinbart einen möglichen Alternativtermin, falls der Ladenbesitzer am ersten Termin keine Zeit haben sollte.

Möglicher Termin 1: _____ um _____ Uhr (Dauer ca. 1 Std.)

Möglicher Termin 2: _____ um _____ Uhr (Dauer ca. 1 Std.)

Kontaktiert nun den Ladenbesitzer und schlägt ihm die Termine für den Energierundgang vor.

Der Energierundgang findet am _____ um _____ Uhr statt.

Anschließend gebt ihr dem Energieberater Bescheid.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir alle Berechnungsgrundlagen verstanden?
- Haben wir eine Exceltabelle erstellt?
- Haben wir mögliche Termine für den Energierundgang mit dem Energieberater besprochen?
- Haben wir den Ladenbesitzer kontaktiert und den Termin für den Energierundgang festgelegt?
- Haben wir anschließend unseren Energieberater über den Termin informiert?

FALLEN EUCH NEBEN EINER STEIGERUNG DER ENERGIEEFFIZIENZ NOCH ANDERE DINGE EIN, WIE EIN LADEN ENERGIE EINSPAREN ODER NACHHALTIGER WERDEN KANN?



- TEAM ENERGIE -



BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN

3. DER ENERGIERUNDGANG

Mit dem Energieberater findet nun der erste Energierundgang im Laden statt. Folgende Fragen müssen dabei mit dem Energieberater beantwortet werden:

- ➔ Wie wird der Laden beheizt?
- ➔ Wie hoch ist der Gas-, Wärme- und Stromverbrauch pro Jahr?
- ➔ Über welchen Stromanbieter bezieht der Ladenbesitzer seinen Strom?
- ➔ Wo befinden sich Wärmelecks? (Stellen, an denen Wärmeenergie unnötig entweicht.)
- ➔ Wo befinden sich Energiefresser? (Geräte, die unnötig Strom verbrauchen.)
- ➔ Welche elektrischen Geräte nutzt der Laden?
- ➔ Welche Energieeinsparungsmöglichkeiten gibt es?

Haltet eure Ergebnisse in einer schriftlichen Übersicht fest.

Legt fest, wer von euch den Rundgang protokolliert. Einer von euch sollte auch Fotos machen oder lasst euch von einem Schüler aus dem Team der Pressebeauftragten begleiten. Fotos bieten neben einer Erinnerungsstütze auch die Möglichkeit einer schönen „Vorher-Nachher“-Dokumentation und machen euren Blog bzw. eure Facebook-Seite lebendiger. Klärt dazu vorher mit Energieberater und Ladenbesitzer ab, ob sie mit der Veröffentlichung einverstanden sind!

Übertragt anschließend eure Werte und Daten aus der Übersicht in die Exceltabelle, die ihr in Workshop 1 erstellt habt.

Legt mit eurem Energieberater einen Termin für Workshop 3 fest. Hier werdet ihr die konkreten Berechnungen durchführen.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir alle Daten und Angaben vom Ladenbesitzer, die wir für unsere weiteren Berechnungen benötigen?
- Haben wir den Energierundgang schriftlich und fotografisch dokumentiert?
- Haben wir alle notwendigen Angaben in die Exceltabelle übertragen?
- Haben wir mit unserem Energieberater einen Termin für den nächsten Workshop festgelegt?

4. RECHNEN FÜR DAS KLIMA



BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN

Nun geht es an die konkreten Berechnungen. Besprecht mit eurem Energieberater, wo Energieeffizienzmaßnahmen machbar sind. Berechnet und dokumentiert in eurer Exceltabelle, welche Maßnahmen möglich sind, wie hoch ihre Kosten sind und wie viel Energie und somit CO₂ dadurch eingespart werden kann. Erstellt daraufhin einen Maßnahmenplan, den ihr dem Ladenbesitzer vorlegt. Überlegt, wie dieser Maßnahmenplan aussehen kann.

Diese Berechnungen helfen euch, nach dem Carrotmob-Aktionstag zu bestimmen, welche Maßnahmen mit dem eingenommenen Geld umgesetzt werden können und langfristig am meisten CO₂ einsparen.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir mögliche Maßnahmen zur Energieeinsparung aufgeführt?
- Haben wir die jeweiligen Investitionskosten ermittelt?
- Haben wir die mögliche Energieeinsparung pro Jahr sowie die CO₂-Reduktion berechnet?
- Haben wir einen Maßnahmenplan erstellt?



- TEAM ENERGIE -

5. STROMANBIETER WECHSEL DICH?



BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN

Am Carrotmob-Aktionstag ist Kassensturz. Vergesst an diesem Tag nicht, euren ausgearbeiteten Maßnahmenplan mitzunehmen. Notiert euch die Höhe des Umsatzes.

Umsatz: _____ €

Davon werden _____ % des Umsatzes, also _____ € für Energieeffizienzmaßnahmen eingesetzt.

Betrachtet anschließend euren Maßnahmenplan: Was kann mit dem eingenommenen Betrag nun konkret umgesetzt werden? Wie viel CO₂ kann in Zukunft langfristig eingespart werden? Formuliert die konkreten Energieeinsparmaßnahmen für den Ladenbesitzer und besprecht diese anschließend gemeinsam mit ihm. Legt dabei eine Frist zur Umsetzung fest.

Gebt diese Informationen an die Online- und Pressebeauftragten weiter, damit sie verbreiten können, was nun geplant ist und wie es weitergeht.

NUR GEDULD: Einige Maßnahmen sind innerhalb weniger Tage bzw. Wochen umsetzbar. Sollten jedoch größere bauliche Maßnahmen anstehen, kann das einige Wochen oder gar Monate dauern. Hier benötigt ihr Geduld, verfolgt den Prozess jedoch bitte kontinuierlich. Wenn ihr allerdings merkt, dass nicht wirklich etwas vorangeht, sprecht mit dem Ladenbesitzer und erkundigt euch nach den Gründen.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir uns mit dem Ladenbesitzer geeinigt, welche Energieeffizienzmaßnahmen umgesetzt werden sollen?
- Haben wir eine Frist für deren Umsetzung vereinbart?
- Wie viel CO₂ kann in Zukunft jährlich eingespart werden?

WAS, WENN...

... DER BESITZER DIE MASSNAHMEN NICHT UMSETZT?

Versucht zunächst einmal den Besitzer durch regelmäßiges Nachfragen dazu zu bringen, dass er mit der Umsetzung beginnt. Bietet ihm an, dass ihr euch zu einem klärenden Gespräch trefft. So wird vielleicht deutlich, wo die Probleme liegen. Könnt ihr den Ladenbesitzer ggf. unterstützen, z.B. durch Infos über Ökostromanbieter? Wenn das alles nichts hilft, erinnert ihn an eure gemeinsam getroffene Vereinbarung: Ihr beschert ihm Kundschaft, er setzt sein eingenommenes Geld nachhaltig ein. Legt ihm auch den Vertrag vor. Fruchtet auch das nicht, bleibt euch als letzte Möglichkeit, mit negativer Öffentlichkeitsarbeit zu drohen. Das will der Ladenbesitzer sicher nicht. Und es wäre schade, wenn dieses Mittel angewendet werden müsste. Bisher kam dies glücklicherweise nicht vor.

- TEAM ENERGIE -

 **BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN**

6. KONTROLLE DER MASSNAHMENUMSETZUNG

Nach Ablauf der Frist wird bei einem Besuch des Unternehmens geprüft, ob die Vorgaben erfüllt und die konkreten Energieeinsparmaßnahmen umgesetzt wurden. Vereinbart einen Termin mit eurem Energieberater, der euch dabei begleiten soll.

Ein Pressebeauftragter nimmt diesen Termin ebenfalls wahr und dokumentiert die Umsetzung der Maßnahmen fotografisch.

EUER ERFOLG – DIE CO₂-REDUKTION!

Sind alle Maßnahmen erfolgreich umgesetzt? Anhand der konkret formulierten Energieeinsparmaßnahmen seht ihr nun, wie viel CO₂ in Zukunft jährlich durch die Energieeffizienzmaßnahmen eingespart wird. Das ist ein Beitrag zum Klimaschutz – der Gewinn für euch und eure Zukunft!

Langfristige CO₂-Reduktion: _____ kg pro Jahr

Gebt das erfreuliche Ergebnis an die anderen Teams weiter. Dies muss nun durch die Presse- und Onlinebeauftragten entsprechend verbreitet werden. Gebt das Ergebnis auch unbedingt an das Team von *Carrotmob macht Schule* weiter!

Nach erfolgreichem Abschluss freut sich der Besitzer über eine Urkunde oder Bestätigung mit einer Angabe der konkreten CO₂-Reduktion. Das können auch die Grafiker übernehmen und eine Collage o.Ä. entwerfen.

ALLES ERLEDIGT?

- Hat der Kontrollgang im Laden stattgefunden?
- Haben wir den Rundgang fotografisch dokumentiert (Beweisbilder)?
- Sind alle Maßnahmen erfolgreich umgesetzt?
- Wie viele kg CO₂ werden in Zukunft pro Jahr eingespart?
- Haben wir die Nachricht weitergegeben?





INFOSCHREIBEN FÜR ENERGIEBERATER

CARROTMOB - WAS IST DAS?

Liebe/r _____,
(Name des Energieberaters)

herzlich willkommen bei *Carrotmob macht Schule*. Wir freuen uns, dass Sie die Schüler unterstützen und sich mit ihnen für eine nachhaltige Gestaltung der Zukunft einsetzen. Um Ihnen die Ausarbeitung Ihrer Workshops zu erleichtern, haben wir im Folgenden einige Informationen zusammengestellt.

Viel Spaß und Erfolg!

STARTEN SIE MIT UNS EINEN CARROTMOB!

1. ENERGIESPAREN LEICHT GEMACHT

INHALTE

Führen Sie die Schüler in das Thema Energieeffizienz und deren Berechnungsgrundlagen ein. Ob mit oder ohne Powerpointpräsentation ist Ihnen überlassen. Eine mögliche Gliederung kann sein:

1. Grundlagen: Primärenergie, Endenergie, Nutzenergie
2. Grundlagen: CO₂-Emission
3. Energiequellen
4. Bestandsaufnahme des Objektes (= des Ladens)
5. Erkannte Probleme des Objektes (= des Ladens)
6. Mögliche Maßnahmen zur Einsparung von Energie und CO₂
7. Ermittlung der Kosten

GESCHÄTZTER ZEITAUFWAND

Der Zeitaufwand der Vorbereitung ist individuell, erfahrungsgemäß fallen für die Vorbereitung 5 bis 6 Stunden an. Der Workshop mit den Schülern kann zwischen 1 und 1,5 Std. dauern.

ERGEBNIS

Am Ende dieses Workshops soll eine Blanko-Tabelle von den Schülern erstellt werden, die im Laufe des Projekts dazu dient, den bisherigen Bestand aufzunehmen, das Einsparpotenzial sowie die Investitionskosten hierfür zu berechnen und die CO₂-Reduktion einzutragen. Dabei erfolgt eine Gliederung der möglichen Maßnahmen, z.B. in die Bereiche „bauliche Maßnahmen“, „technische Maßnahmen“, „Nutzerverhalten“ und „Wechsel des Energieträgers“.

Diese Tabelle können die Schüler am Energierundgang nutzen und ausfüllen.

Schlagen Sie zum Schluss zwei mögliche Termine für den Energierundgang mit den Schülern vor. Es ist anschließend Aufgabe der Schüler, mit dem Ladenbesitzer Kontakt aufzunehmen und einen Termin für den Energierundgang festzulegen.

VORLAGEN

Eine Beispielvorlage für die Blanko-Tabelle liegen dem Lehrer vor. Fragen Sie gerne danach!

Bitte reichen Sie Ihr Angebot bis _____ ein.

Wir freuen uns darauf!

Eure Kontaktdaten



2. DER ENERGIERUNDGANG

INHALTE

Begleiten Sie die Schüler in den ausgewählten Laden. Gehen Sie gemeinsam mit dem Besitzer durch das Unternehmen und diskutieren Sie mit den Schülern über mögliche Energieeffizienzmaßnahmen.

Nehmen Sie eventuell Strommessgeräte, eine Wärmebildkamera oder entsprechende Geräte mit, sodass die Schüler sehen, wie man Energielecks ermittelt.

Die Schüler füllen dabei ihre Excel-Tabelle aus, die im ersten Workshop erstellt wurde.

GESCHÄTZTER ZEITAUFWAND

Für den Energierundgang werden ca. 1,5 Std. benötigt.

ERGEBNIS

Die Schüler haben vor Ort Energielecks und mögliche energetische Verbesserungsmaßnahmen ermittelt. Sie haben die Daten des Besitzers über Stromanbieter, Stromverbrauch, Angaben über Heiz- und Kühlungssysteme etc. Diese Daten übertragen die Schüler in die Exceltabelle. Sie dient als Grundlage für den nächsten Workshop „Rechnen für das Klima“.

3. RECHNEN FÜR DAS KLIMA

INHALTE

Erstellen Sie mit den Schülern den konkreten Maßnahmenplan. Unterstützen Sie die Schüler in der Berechnung der Kosten der Maßnahmen (Investition), der Energieeinsparung und der dadurch eingesparten Menge an CO₂.

GESCHÄTZTER ZEITAUFWAND

Für die Durchführung des dritten Workshops werden rund 1,5 Std. benötigt.

ERGEBNIS

Die Schüler haben am Ende des Workshops einen Maßnahmenplan ausgearbeitet, in welchem ersichtlich wird, mit welchen Kosten wie viel CO₂ langfristig eingespart werden kann. So können die Schüler nach dem Carrotmob-Aktionstag leicht erkennen, wie das eingenommene Geld am effektivsten eingesetzt werden kann.

VORLAGEN

Eine Beispielvorgabe für eine Maßnahmentabelle liegt der Lehrkraft ebenfalls vor.

4. KONTROLLE DER MASSNAHMENUMSETZUNG

INHALTE

Nach dem Carrotmob-Aktionstag ist die erste Aufregung vorbei, bei den Schülern sinkt die Anspannung. Doch mit dem Aktionstag ist ein Carrotmob nicht beendet. Es gilt die Motivation zu erhalten und die konkrete Umsetzung der Maßnahmen zu verfolgen. Begleiten Sie die Schüler nach Ablauf der Umsetzungsfrist bei ihrem „Kontrollgang“ im Laden. Kontrollieren Sie gemeinsam, ob die Vorgaben erfüllt und die konkreten Energieeinsparmaßnahmen wie vereinbart umgesetzt wurden.

GESCHÄTZTER ZEITAUFWAND

Für den abschließenden Rundgang wird mit ca. 1 Std. gerechnet.



TEAM 3

DIE PRESSEBEAUFTRAGTEN

SCHAFFEN ES DIE PRESSEBEAUFTRAGTEN, VIELE MENSCHEN ZU MOBILISIEREN, STEIGT DER UMSATZ. JE MEHR GÄSTE ANGELOCKT WERDEN, DESTO GRÖßER WIRD DER ERFOLG – NICHT ZULETZT FÜR DAS KLIMA.

GRUNDSÄTZLICH GILT:

Die Schüler müssen sich bei der Öffentlichkeitsarbeit in die Lage der Leserschaft / Zielgruppe versetzen: Was würde sie ansprechen? Welche Infos würden sie dazu bewegen, zu einem Carrotmob zu gehen? Zudem sollten sich die Schüler die Frage stellen, wen sie ansprechen wollen. Wer sind die Zielgruppen? Wie erreichen sie diese Personen? Diese Fragen unterstützen eine zielgruppengerechte Bewerbung. Sollen möglichst viele Zielgruppen angesprochen werden, sollten verschiedene Informationskanäle genutzt werden. Neben der klassischen Pressearbeit (Zeitung, Radio, Pressemitteilungen, Flyer) sind dies vor allem die neuen Medien und soziale Netzwerke. Daher ist eine enge Zusammenarbeit zwischen den Presse- und Onlinebeauftragten von großer Bedeutung.

AUFGABEN

Die Schüler dieses Teams sind für folgende Aufgaben zuständig:

- die klassische Pressearbeit abwickeln, z.B. Presseeinladung und -mitteilungen verfassen
- ein Informationsschreiben über einen Carrotmob verfassen
- Informationen für einzelne Zielgruppen verfassen
- die Energierundgänge im Laden begleiten und durchführen
- den Werbeauftritt und die Bewerbung des Carrotmob-Aktionstages organisieren
- das gesamte Projekt dokumentieren, Foto- und /oder Filmaufnahmen der Vorbereitungen und des Carrotmob-Aktionstages erstellen
- den Nachbericht verfassen und entsprechend verbreiten
- Informationen über die Klimaschutzaktion und ihre Ziele am Carrotmob-Aktionstag verbreiten, um Laufkundschaft und Passanten aufzuklären
- den Kontakt zur Presse pflegen, z.B. auch Interviews geben

Vier der Workshops werden durch den Energieberater angeleitet. Als Hilfestellung zu Inhalten, Ablauf und Lernzielen steht dem Energieberater eine Erläuterung zur Verfügung.

IM FOLGENDEN FINDEN SIE

- Hilfestellung für das Team für Lehrer (S. 97)
- die Aufgaben (Schritte) für das Team der Pressebeauftragten (S. 98)
- die Blanko-Vorlage einer Pressemitteilung (S. 104)
- eine beispielhafte Pressemitteilung und -einladung sowie eine Vorlage einer Fotoeinstimmungsbescheinigung



- DIE PRESSEBEAUFTRAGTEN -

➤ HILFESTELLUNG FÜR DAS PRESSE-TEAM DURCH DIE LEHRKRAFT

IHRE AUFGABE: Sie stehen für Fragen bereit, lassen ansonsten die Schüler jedoch weitestgehend selbstständig arbeiten. Bevor Sie den Schülern die Vorlagen geben, sollten diese bereits eigene Versionen ausgearbeitet haben. Bei diesem Team ist eine enge Zusammenarbeit mit dem Online-Team sinnvoll.

ZU 1. „DIE KLASSISCHE PRESSEARBEIT“ UND 3. „WERBUNG, WERBUNG, WERBUNG“

Diese Vorlagen dienen den Schülern als Hilfestellung:

- Vorlage einer Pressemitteilung (Blanko)
- Beispiel einer Pressemitteilung
- Beispiel einer Presseeinladung
- Vorlage einer Fotoeinverständniserklärung

ZU 4. „ACHTUNG, ACHTUNG, EINE DURCHSAGE: ALLE SCHÜLER BITTE ZUM CARROTMOB“

Ideen zur Bewerbung des Carrotmobs unter den Schülern:

- Türhänger, Banner, Hinweispfeile, Durchsage in der Schule, Handzettel / Flyer, Abrisszettel, Plakate, Aufkleber, Fähnchen, Buttons, Clip auf Youtube (der über Facebook verbreitet werden kann - in Zusammenarbeit mit den Onlinebeauftragten)





TEAM 3

DIE PRESSEBEAUFTRAGTEN

WILLKOMMEN IM TEAM DER PRESSEBEAUFTRAGTEN!

EURE AUFGABEN

Für einen erfolgreichen Carrotmob ist die Öffentlichkeitsarbeit ausschlaggebend. Schafft ihr es, viele Menschen zu mobilisieren, steigt der Umsatz. Und je mehr Gäste angelockt werden, desto größer wird der Erfolg – nicht zuletzt für das Klima.

Konkret habt ihr in den nächsten Wochen folgende Aufgaben:

- die klassische Pressearbeit, z.B. Pressemitteilungen und -einladungen verfassen
- ein Informationsschreiben über einen Carrotmob verfassen
- Informationen für einzelne Zielgruppen verfassen
- den Carrotmob-Aktionstag bewerben (in Zusammenarbeit mit den Onlinebeauftragten)
- einen Pressespiegel erstellen
- Projektablauf und Aktionstag dokumentieren, Foto- und Filmaufnahmen machen
- den Nachbericht verfassen
- Kontakt zur Presse pflegen (Interviews o.Ä.)
- die anderen Teams bei Terminen begleiten, fotografieren und dokumentieren

DIE PRESSEBEAUFTRAGTEN FÜR CARROTMOB MACHT SCHULE SIND:



GRUNDSÄTZLICH GILT:

Versetzt euch bei der Öffentlichkeitsarbeit in die Lage der Leserschaft und der Zielgruppe. Wie erreicht ihr diese Personen? Was würde euch ansprechen? Welche Infos würden euch dazu bewegen, zu einem Carrotmob-Aktionstag zu gehen?



- TEAM PRESSE -

WICHTIGE HINWEISE ZU FOTOAUFNAHMEN

Damit ihr rechtlich abgesichert seid, beachtet folgende Hinweise:

- ➔ Lichtet ihr einzelne Personen ab, so benötigt ihr auf jeden Fall eine Einverständniserklärung der Person (z.B. wenn ihr den Ladenbesitzer vor seinem Laden fotografiert). Lasst diese Personen vorab eine Einverständniserklärung unterschreiben. Eine Vorlage hierfür hat euer Lehrer. Heftet die unterschriebenen Einverständniserklärungen gut ab und bewahrt sie auch über die Projektdauer hinaus auf.
- ➔ Beim Ablichten von größeren Gruppen bzw. Versammlungen ist die Lage kniffliger. Am besten hängt ihr am Carrotmob-Aktionstag ein Schreiben **gut sichtbar** aus, auf dem ihr drauf hinweist, dass an der Veranstaltung Fotos- oder Filmaufnahmen gemacht werden. Eure Formulierung könnte z.B. so lauten: „Für Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit werden heute Foto- und Filmaufnahmen angefertigt. Wer darauf nicht abgebildet sein möchte, meldet sich bitte bei den Veranstaltern. Nicht-Widerspruch gilt als Einwilligung.“ Schreibt noch, an wen man sich wenden kann (Name und Handynummer).
- ➔ Personen unter 18 Jahren: Hier wird das Einverständnis des Erziehungsberechtigten benötigt. Falls ihr dieses nicht vorliegen habt, fotografiert Kinder sicherheitshalber nur von hinten oder in großen Gruppen, wo das Kind / die Kinder nur als Beiwerk erscheinen und nicht das Hauptmotiv darstellen.

DAMIT ALLE TEAMS AUF DIE FOTOS ZUGREIFEN KÖNNEN, LEGT AM BESTEN (GERN MIT HILFE DER ONLINEBEAUFTRAGTEN) EINE DROPBOX AN, AUF DIE ALLE ZUGREIFEN KÖNNEN.



BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN

1. DIE KLASSISCHE PRESSEARBEIT

Zwei Schreiben sind zu Beginn wichtig: ein allgemeiner Informationstext und die Pressemitteilung. Nachdem ihr die untenstehenden Hilfestellungen zum Verfassen eines allgemeinen Infotextes und einer Pressemitteilung gelesen habt, schreibt ihr diese. Nehmt euch auch die Vorlage einer Pressemitteilung zur Hilfe.

DAS INFOSCHREIBEN

Ein grundlegender Baustein der Pressearbeit ist das Verfassen eines Informationstextes, der in abgewandelter Form an verschiedenen Stellen und mehreren Gelegenheiten der Pressearbeit eingesetzt werden kann. Am besten schreibt ihr zunächst eine ausführliche Version (ca. 1 bis 1,5 Seiten). Ausgehend von dieser könnt ihr dann Auszüge und gekürzte Varianten an verschiedenen Stellen einsetzen (Flyertexte, Facebook-Postings etc.).

Beim Verfassen der ausführlichen Version könnt ihr euch daran orientieren, wie eine Pressemitteilung geschrieben wird. Wichtig: Mit dem Schreiben erst anfangen, wenn alle Kontaktmöglichkeiten, die in der Meldung aufgeführt werden sollen, eingerichtet sind (Facebook-Seite, Blog, Webseite, usw.). Von Vorteil ist es, wenn ihr über ein Logo verfügt (Absprache mit den Grafikern). Erkundigt euch auch bei den anderen Teams (v.a. den Projektleitern), ob bereits Spender / Sponsoren gefunden wurden, die erwähnt werden sollten. Das Infoschreiben dient auch den Onlinebeauftragten und den Projektleitern, arbeitet zusammen oder gebt die Infos weiter.



DIE PRESSEMITTEILUNG

Sinn und Zweck einer Pressemitteilung ist es, die Aufmerksamkeit der Leser zu erregen. Schaut euch die Vorlage zur Pressemitteilung an sowie die untenstehenden Tipps – so gelingt euch eine gute Pressemitteilung.

- ➔ **Die Überschrift:** Ob ein Schreiben gelesen wird, entscheidet sich oft bereits bei der Überschrift. Es ist also wichtig, einen prägnanten Titel zu finden, an dem der Leser hängen bleibt. Der Titel und / oder das Motto sollten möglichst früh festgelegt und dann einheitlich in der Pressearbeit verwendet werden. Das erhöht den Wiedererkennungswert und trägt zu einem professionellen Eindruck bei. Es besteht auch die Möglichkeit, mit einer Dachzeile zu arbeiten. Sie steht in kleinerer Größe über der Überschrift und erhält meistens etwas nüchternere Informationen. Bei der Überschrift könnt ihr euch einen einprägsamen Wortlaut überlegen. Bei einem Carrotmob im Obstladen zum Beispiel: „Kirschen, Kiwis, Klimaschutz“.
- ➔ **Die Einleitung:** Der Überschrift folgt eine Einleitung, die nicht mehr als drei bis vier Sätze umfasst. Hier sollten die wichtigsten Informationen enthalten sein. Informiert den Leser wann und wo die Veranstaltung stattfindet, von wem, warum und wie der Carrotmob durchgeführt wird und wer kommen soll (W-Fragen).
- ➔ Eine Pressemitteilung wird im Präsens geschrieben. Des Weiteren solltet ihr vermeiden, die Mitteilung in der ersten Person zu schreiben. Also beispielsweise auf Formulierung wie „Ich veranstalte...“ oder „Wir veranstalten...“ verzichten und besser „Die Schüler der XY-Schule...“ schreiben. Möglichst die direkte Rede verwenden. Kurze Sätze sind gut.
- ➔ **Der erste Absatz:** Insofern noch nicht in der Einleitung geschehen, sollte im ersten, längeren Absatz des Textes genauer erklärt werden, um was es geht (Beantwortung der W-Fragen).
- ➔ Die Pressemitteilung beginnt also mit der zentralen Aussage, bietet im Verlauf weiterführende Informationen und beleuchtet schließlich kurz die Hintergründe. Im Falle der Ankündigung eines Carrotmobs kann das beispielsweise eine kurze, allgemeine Ausführung zum Thema Klimaschutz sein. In jedem Fall sollte knapp erklärt werden, was ein Carrotmob ist.
- ➔ Die gesamte Pressemitteilung kann mit Zitaten der Veranstalter oder anderer Beteiligter garniert werden. Z.B. der Ladenbesitzer XY „Ich freue mich auf den Carrotmob, weil ...“.
- ➔ **Der Abbinder:** Am Ende des Schreibens befinden sich, (grafisch) leicht abgesetzt, im sogenannten Abbinder, Informationen über die Veranstalter und Kontaktdaten (Telefon, E-Mail-Adresse, Webseite, Social-Media-Präsenz etc.).

- ➔ Falls ihr Sponsoren oder offizielle Unterstützer habt, gehören deren Logos auch in den Abbinder. Eventuell sollte die Kooperation auch mit ein oder zwei Sätzen im Fließtext erwähnt sein. Stimmt die Pressemitteilung mit den Partnern ab.
- ➔ Insgesamt sollte eine Pressemitteilung nicht länger als eineinhalb DIN A4-Seiten sein. Ein Beispiel einer ausformulierten Pressemitteilung kann euch euer Lehrer geben.

Beim Versenden der Pressemitteilung solltet ihr am Ende eurer E-Mail in einem abschließenden Satz die Hoffnung auf eine Veröffentlichung unterbringen. Beispielsweise: „Wir freuen uns, wenn Sie unsere Pressemitteilung oder einen entsprechenden Terminhinweis veröffentlichen und uns ein Belegexemplar zusenden.“ Es ist darüber hinaus üblich, dass Pressemitteilungen ein oder zwei Bilder beigefügt werden. Beim Versand per E-Mail darauf achten, dass ihr dabei einen Kompromiss zwischen guter Auflösung und Dateigröße findet.

TIPP: Wenn ihr mehrere Adressaten gleichzeitig anschreiben wollt, tragt in die Mail-Adresszeile „An“ eure E-Mail-Adresse ein und setzt eure Pressekontakte in „Bcc“ . Verteiler-Mails in denen alle Adressaten zu sehen sind (sogenannte offene Verteiler) wirken unprofessionell.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir einen allgemeinen Infotext geschrieben und eine Pressemitteilung verfasst?
- Haben wir ein, zwei gute Pressefotos mit Einverständniserklärungen?
- Haben wir den Infotext an die Onlinebeauftragten und Projektleiter weitergegeben?
- Haben wir die Formulierung zur Unterstützung von Partnern / Sponsoren abgestimmt?



 **BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN**

2. DER PRESSEVERTEILER

Nachdem die Pressemitteilung geschrieben ist, muss sie unter die Leute gebracht werden. Erstellt dazu einen Presseverteiler. Der Verteiler ist eine Art Kontaktliste und sollte verschiedene Anlaufstellen beinhalten:

- ➔ lokale Tageszeitungen und kostenlose Stadtteilzeitungen, Anzeigenblätter u.Ä.
- ➔ überregionale Zeitungen
- ➔ lokale Radiosender
- ➔ lokale Fernsehsender
- ➔ lokale Magazine mit Veranstaltungshinweisen
- ➔ lokale und überregionale Internetportale (in Zusammenarbeit mit den Onlinebeauftragten)

Bei der Zusammenstellung des Pressevertailers nehmt ihr zunächst einmal die großen Medien auf. Also lokale und überregionale Zeitungen oder Radio- und Fernsehsender, sowie entsprechende Webauftritte. Wichtig sind auch Kulturmagazine, in denen Veranstaltungen angekündigt werden.

Bei Interesse könnt ihr Vertretern dieser Medien auch anbieten, zur Berichterstattung vorbeizukommen. Denn wenn ihr damit werben könnt, dass Radio oder Fernsehen bei dem Carrotmob-Aktionstag dabei sind, erreicht das aller Wahrscheinlichkeit nach noch einmal mehr Leute.

Grundsätzlich wird der Presseverteiler am besten von einer Person erstellt, die sich in der Stadt oder der Gegend gut auskennt. Denn die lokalen Zeitungen kann jeder in den Presseverteiler aufnehmen. Vielmehr sind Insiderwissen, Beziehungen und Kontakte Gold wert, wenn es darum geht, die richtigen Leute anzuschreiben. Freunde und

Bekannte gehören nicht in den Presseverteiler. Diese könnt ihr über euren privaten E-Mail-Account und die sozialen Online-Netzwerke informieren.

ÜBRIGENS: Es gibt im Netz verschiedene Anbieter, bei denen ihr eure Pressemitteilung kostenlos veröffentlichen könnt. In der Regel gebt ihr euren Text über ein Onlineformular ein und die Meldung wird dann nach kurzer Prüfung auf dem jeweiligen Portal veröffentlicht. Beispiele sind: www.openpr.de oder www.pressemeldung.org. Diese Aufgabe könnt ihr jedoch auch an die Onlinebeauftragten weitergeben.

MEISTENS IST ES MIT DEM VERSAND DER PRESSEMITTEILUNG NICHT GETAN.

Stellt euch drauf ein, dass ihr in den Redaktionen nachhaken müsst, ob die Pressemitteilung eingegangen ist und veröffentlicht wird, bzw. dass Rückfragen per Telefon oder E-Mail kommen. Am besten ist es daher, jemanden aus eurem Pressteam mit der Aufgabe zu betrauen, diese Korrespondenz zu übernehmen.

Kommt es nicht zu den erhofften Reaktionen auf die Pressemitteilung, könnt ihr ruhig auch mal zum Telefonhörer greifen und bei den Empfängern nachfragen. Eventuell erfahrt ihr, warum der Empfänger nicht reagiert hat oder die Meldung für ihn uninteressant war.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir einen Presseverteiler erstellt?
- Haben wir die Pressemitteilung an möglichst viele Pressekontakte gesendet?
- Haben wir uns zusätzlich telefonisch bei den Empfängern des Pressespiegels erkundigt, ob unsere Pressemitteilung veröffentlicht wird?



- TEAM PRESSE -

 **BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN**

3. WERBUNG, WERBUNG, WERBUNG

Nach der Pressemitteilung und dem Infoschreiben folgt das Verfassen von Presseeinladungen, von Texten für Plakate, Handzetteln und anderen Informationsmaterialien. Diese Texte werden an die Grafiker gegeben, die das Ganze anschaulich und grafisch umsetzen. Hier ist eine zeitliche Absprache nötig, damit die Grafiker ihre Aufgaben rechtzeitig erledigen können.

DIE FOTOGRAFISCHE DOKUMENTATION

Sprecht euch mit den anderen Teams ab: Wen könnt ihr wann bei Terminen begleiten und fotografieren? Hier eignen sich Termine, die ausdrucksstarke Bilder zulassen, die ihr anschließend für die Pressearbeit nutzen könnt und an die Onlinebeauftragten weitergebt. Anschauliche Fotos ergeben sich z.B. bei der Ansprache der verschiedenen Läden und den unterschiedlichen Teamarbeiten, oder beim Energierundgang und dem Besuch des Ladens nach Umsetzung der Maßnahmen. Diese „Vorher-Nachher“-Bilder belegen schön, was ihr alles erreicht habt.

DIE PRESSEEINLADUNG

Die Presseeinladung ist kein aufwendiges Schreiben. Euer Lehrer hat hierzu eine Vorlage – schaut sie euch an und überlegt euch, wie eure Presseeinladung lauten könnte. Versendet diese ebenfalls über den Presseverteiler. Orientiert euch am Zeitplan, wann dies zu tun ist.

DER PRESSESPIEGEL

Achtet in der Presse darauf, ob Artikel oder Beiträge von euch bzw. über euch erscheinen. Sammelt sie über den gesamten Projektverlauf hin und notiert Datum und Verlag, bzw. lasst euch Belegexemplare zuschicken. Dieser Pressespiegel ist später eine schöne Erinnerung und nutzt auch der Dokumentation (z.B. auch zur Vorlage für Partner / Sponsoren).

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir eine Presseeinladung geschrieben?
 - Wissen wir wann wir die Presseeinladung versenden?
 - Haben wir Texte für Handzettel etc. verfasst und an die entsprechenden Teams weitergegeben?
 - Haben wir einen Pressespiegel angelegt?
 - Haben wir die anderen Teams bei Terminen begleitet und aussagekräftige Fotos gemacht?
-

 **BEARBEITUNGSZEIT: 90 MINUTEN**

4. ACHTUNG, ACHTUNG, EINE DURCHSAGE: ALLE SCHÜLER BITTE ZUM CARROTMOB

Denkt auch an eure Mitschüler. Wie könnt ihr den Carrotmob-Aktionstag bei ihnen bewerben? Was könnt ihr im, um und am Schulhaus machen, um sie zu aktivieren, zum Carrotmob-Aktionstag zu kommen? Klärt eure Maßnahmen mit der Schulleitung ab.

Mit folgenden Ideen motivieren wir unsere Mitschüler:

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir Maßnahmen, um den Aktionstag bei unseren Mitschülern zu bewerben?
- Sind die Maßnahmen mit der Schulleitung abgesprochen und bewilligt?



- TEAM PRESSE -

5. RAUS AUF DIE STRASSE

Unterstützt das Team der Projektleiter bzw. der Eventmanager in der Verteilung der Plakate und Flyer. Denkt daran – je mehr Menschen ihr informiert und zum Mitmachen motiviert, desto größer wird euer Erfolg. Fragt auch in Läden oder Cafés nach, ob ihr Plakate und Flyer aufhängen bzw. auslegen dürft.

Beachtet den Zeitplan, wann dieser Schritt durchzuführen ist.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir Plakate aufgehängt?
- Haben wir Flyer verteilt?
- Haben wir Menschen angesprochen?

6. DER NACHBERICHT

Nach dem Carrotmob-Aktionstag steht fest, wie viel Geld ihr für die Energieeffizienzmaßnahmen des Ladens eingenommen habt und was damit umgesetzt wird (hier können euch die Energiebeauftragten Informationen geben). Die ausschlaggebende Zahl für das Klima: die zukünftig jährliche Reduktion des CO₂-Ausstoßes. Diese erfreulichen Informationen und Zahlen, den Erfolg eures Projekts, fasst ihr nach dem Aktionstag in einer weiteren Pressemitteilung (im sogenannten Nachbericht) zusammen und versendet ihn wieder über den Presseverteiler.

Eine weitere Möglichkeit ist, ein Plakat mit den Erfolgszahlen zu schreiben, allen Mitmachern zu danken und dieses im Laden sowie an der Schule auszuhängen.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir einen Nachbericht verfasst?
- Haben wir den Nachbericht über den Presseverteiler versendet?
- Haben wir den Nachbericht unseren Partnern / Sponsoren zukommen lassen?
- Kann der Nachbericht in der Schülerzeitung veröffentlicht werden?



WICHTIG:

Alle endgültigen Daten über den Carrotmob (Name des Geschäfts, Carrotmob-Zeitraum, erwirtschafteter Umsatz, durchgeführte Maßnahmen im Laden, daraus resultierende CO₂-Einsparung pro Jahr, Anzahl der Kunden während des Carrotmobs, Art des Rahmenprogramms und weitere Besonderheiten) müssen zusammen mit einigen Fotos (mit Einverständniserklärung!) an das Team von *Carrotmob macht Schule* geschickt werden. Euer Carrotmob und die positiven Folgen für Klima und Umwelt werden dann auf www.carrotmob-macht-schule.de einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt.



PRESSEMITTEILUNG

PRESSEMITTEILUNG

Stadt, den Datum

Ansprechpartner/Adressat

Telefonnummer des Ansprechpartners
E-Mail Adresse des Ansprechpartners

ÜBERSCHRIFT

Unterüberschrift

Einleitender Text

Wichtigste Fragen zuerst: Wer? Wo? Wann? Wie? Warum? Was?
(Ca. 5-10 Zeilen lang, fett)

Haupttext

mit allen wichtigen Informationen und Hintergründen
(1 Seite lang)

Ihre Ansprechpartner beim Carrotmob:

Name: Name der Schule

Ort: Adresse

Mail: E-Mail-Adresse (eines Ansprechpartners der Pressebeauftragten)

Tel: Handynummer (eines Ansprechpartners der Pressebeauftragten)

BEISPIEL EINER PRESSEMITTEILUNG



Green City e.V. Lindwurmstraße 88 80337 München
Telefon (089) 890 668-322 Fax (089) 890 668-66
info@greencity.de www.greencity.de
www.facebook.com/GreenCityeV
www.twitter.com/GreenCityeV

BildungsCent e.V.

BildungsCent e.V.
Oranienstraße 183
10999 Berlin
Tel + 49 30 610 81 44 96
Fax + 49 30 610 81 44 50
info@bildungscnt.de
http://www.bildungscnt.de

Pressemitteilung

München, 27. Mai 2016

Carrotmob macht Schule

Anmeldestart für Lehrkräfte in ganz Deutschland zum kostenfreien Klimaschutz-Bildungsprojekt mit anerkannter Fortbildung

Ab sofort können sich PädagogInnen für eine Teilnahme an dem Projekt Carrotmob macht Schule der Umweltorganisation Green City e.V. und der Bildungsorganisation BildungsCent e.V. bewerben. Das bundesweite Programm befähigt sie, mit ihren SchülerInnen die Aktionsform „Carrotmob“ zu organisieren. Damit setzen sich die Jugendlichen aktiv und mit Spaß für mehr Klimaschutz ein. Die neue Projekt-Website www.carrotmob-macht-schule.de informiert übersichtlich über die Inhalte und den Ablauf von Carrotmob macht Schule. Interessierte LehrerInnen haben dort die Möglichkeit, sich für eine Teilnahme am Projekt zu bewerben. Das Angebot richtet sich an PädagogInnen, die mit Jugendlichen ab 15 Jahren arbeiten. Die kostenlosen Fortbildungen starten bundesweit im Herbst 2016 (Termine siehe unten).

Was ist ein Carrotmob?

Ein Carrotmob ist eine Klimaschutzaktion, bei der möglichst viele Menschen dazu mobilisiert werden, über einen festgelegten Zeitraum in einem bestimmten Geschäft einzukaufen. Dieses investiert anschließend einen vereinbarten Teil des Umsatzes in Klimaschutzmaßnahmen, wie zum Beispiel den Einbau energieeffizienter Geräte oder den Umstieg auf Ökostrom.

Über das Projekt Carrotmob macht Schule

Carrotmob macht Schule kombiniert die Aktionsform Carrotmob mit praktischer Umweltbildung. Mit Unterstützung ihrer LehrerInnen organisieren SchülerInnen gemeinsam einen Carrotmob in einem Café, einem Bio-Supermarkt oder einem anderen Geschäft in ihrer Umgebung. Auf diese Weise fördert Carrotmob macht Schule das selbstständige Arbeiten, schult organisatorische Fähigkeiten und partizipative Zusammenarbeit. Die Jugendlichen erfahren, wie spannend Klimaschutz ist und dass Engagement Wirkung zeigt.



BEISPIEL EINER PRESSEEINLADUNG



Green City e.V. · Goethestr. 34 · 80336 München
Telefon 0 89 - 89 06 68-0 Fax 0 89 - 89 06 68 -66
buero@greencity.de www.greencity.de
www.facebook.com/GreenCityeV
www.twitter.com/GreenCityeV

Presseeinladung

München, den 18. Oktober 2011

Svenja von Gierke
089 / 890 668-32

Svenja.vonGierke@greencity.de

„Freistil“-Premiere: Bühne frei für junge Klimahelden

Die Begriffe „Führerschein“ und „Freiheit“ gehören bei Jugendlichen häufig zusammen. Durch das Projekt „Freistil“ erfahren Schülerinnen und Schüler der Hauptschule an der Cincinnatistraße und des Förderzentrums München Mitte 1, dass Unabhängigkeit und Freude am Fahren auch anders erlebbar sind. Seit dem 10. Oktober setzen sie sich kreativ mit den Themen Mobilität und Klimaschutz auseinander. In den Workshops von Green City erforschen sie unterschiedliche Aspekte der Verkehrsmittel und lernen Alternativen zum PKW kennen. Anschließend entwickeln sie ein Theaterstück und einen Film. Diese präsentieren die jungen Klimakünstlerinnen und -künstler am 28. Oktober ihren Mitschülerinnen und Mitschülern im Münchner Soundcafé.

Gemeinsam mit dem Umweltbildungsteam von Green City erforschen die Achtklässlerinnen und Achtklässler durch Experimente, Interviews und mit Hilfe von Schallpegelmessgeräten den motorisierten Individualverkehr und seine Folgen für Gesundheit und Klima. Die Jugendlichen erkennen, wie ihre eigene Verkehrsmittelwahl Umwelt und Stadtbild beeinflusst. Diese Erkenntnisse dienen als Inspiration für die kreative Bearbeitung der Projekthinhalte. Die Schülerinnen und Schüler der Hauptschule an der Cincinnatistraße studierten gemeinsam mit einer Theaterdozentin bereits ihre Szenen für das Theaterstück ein. Die Achtklässlerinnen und Achtklässler des Förderzentrums München Mitte 1 schreiben zurzeit am Drehbuch für ihren eigenen Film und erfahren dabei Unterstützung von Filmprofis. Zum Abschluss der Projektstage findet am 28. Oktober die feierliche Premiere der beiden künstlerischen Beiträge statt.

Wir laden Sie herzlich zur Premiere von „Freistil“ ein.

Termin: Freitag, 28. Oktober 2011, 9.00 Uhr

Treffpunkt: Soundcafé, Traubestraße 5, 80805 München

Anmeldung: per E-Mail, Antwortfax oder telefonisch bis Donnerstag, 27. Oktober 2011, 14 Uhr.

BEISPIEL EINER FOTO-EINVERSTÄNDNISERKLÄRUNG

Das Projekt Carrotmob macht Schule und der Carrotmob-Aktionstag finden im Rahmen einer

Schulveranstaltung der _____ statt.

Name der Schule

Zur Dokumentation und für die Öffentlichkeits- und Medienarbeit (Homepage, Informationsblätter, Medienberichte, Facebook o.Ä.) werden Fotos und Filme erstellt.

Um diese Aufnahmen für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nutzen zu dürfen, bitten wir Sie, mit nachfolgender Unterschrift Ihr Einverständnis für die Verwendung und Veröffentlichung der Aufnahmen zu geben und uns die nötigen Nutzungsrechte unwiderruflich zu übertragen. Die Fotos können bearbeitet (z.B. ausgeschnitten, aufgehellt etc.) und mit inhaltlichen Texten versehen werden. Bei der Nutzung der Aufnahmen werden keine Namen genannt.

Bei Fragen können Sie sich gerne an _____ wenden.

Name des Ansprechpartners

Kontaktdaten:

Mit dem oben Beschriebenen erkläre ich mich einverstanden.

Name (des Kindes) _____

Name (Erziehungsberechtigter) _____

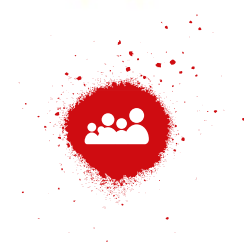
Anschrift:

_____, den _____

Stadt

Datum

Unterschrift (des Erziehungsberechtigten)



TEAM 4

DIE ONLINEBEAUFTRAGTEN

Die Onlinebeauftragten sind für eine verantwortungsbewusste und schnelle Verbreitung von aktuellen Informationen zum Carrotmob verantwortlich und bewerben den Aktionstag über soziale Netzwerke. Sie stehen in enger Zusammenarbeit mit dem Team der Pressebeauftragten, etwa um gemeinsam Werbestrategien zu erarbeiten. Zudem können Fotos, Zitate und Textbausteine ausgetauscht und in verschiedenen Medien genutzt werden.

Häufig kennen sich einige Schüler sehr gut mit sozialen Netzwerken aus. Lassen Sie sie ihre Fähigkeiten und ihr Know-How für das Carrotmob-Projekt nutzen!

AUFGABEN

Die Schüler dieses Teams sind für folgende Aufgaben zuständig:

- Das Internet und soziale Onlinenetzwerke sinnvoll und verantwortungsbewusst nutzen
- Onlineprofile bei Facebook und Twitter anlegen und pflegen
- einen Blog verfassen und pflegen
- Informationen über das Internet bereitstellen und den Aktionstag bewerben
- Vernetzung betreiben

BEISPIELE FÜR BLOG, WEBSEITEN UND FACEBOOK

- www.carrotmobhh.de/
- www.carrotmob-muenchen.de/
- www.carrotmob.org/
- www.facebook.com/CarrotmobFR



TEAM 4

DIE ONLINEBEAUFTRAGTEN

WILLKOMMEN IM TEAM DER ONLINEBEAUFTRAGTEN

EURE AUFGABEN

Neben der klassischen Öffentlichkeitsarbeit ist die Nutzung moderner Medien zur Bewerbung und Berichterstattung ausschlaggebend. Hinter jeder kurzen Online-nachricht stehen allerdings komplexe Überlegungen. So müsst ihr euch zunächst überlegen, wen ihr mit eurer Werbung erreichen wollt - und welche sozialen Medien für diese Menschen von Bedeutung sind. Facebook, Twitter, Instagram...?

Konkret habt ihr in den nächsten Wochen folgende Aufgaben:

- einen Blog auf www.blogger.com anlegen und pflegen
- eine Facebook-Seite und evtl. einen Twitter-Account anlegen;
- Informationen zum Carrotmob und zum Klimaschutz über verschiedene Onlineplattformen verbreiten
- Menschen über soziale Netzwerke zum Mitmachen motivieren

DIE ONLINEBEAUFTRAGTEN FÜR CARROTMOB MACHT SCHULE SIND:



- TEAM ONLINE -

Über das Netz könnt ihr eine große Anzahl von Menschen schnell und unkompliziert erreichen. Es ist jedoch essentiell, dass ihr euch an einige Regeln haltet, um rechtlich abgesichert zu sein.

WICHTIGE HINWEISE ZUM VERHALTEN IM INTERNET

- Natürlich dürft ihr keine Fotos verwenden, deren Rechte ihr nicht besitzt. Wenn ihr eine Bilddatei aus dem Internet nutzt, müsst ihr den Betreiber der Seite bzw. den Rechteinhaber um Erlaubnis bitten. Fragt bei der E-Mailadresse im Impressum der betreffenden Seite nach und speichert positive Rückmeldung ab.
- Legt für euer Carrotmob-Team eine allgemeine E-Mailadresse an, So müsst ihr eure private E-Mailadresse nicht benutzen. Diese Team-E-Mailadresse könnt ihr anschließend für alle Registrierungen verwenden. Google Mail hat einen großen Vorteil: Ihr könnt bei Google Drive wichtige interne Daten für die Projektplanung ablegen, so dass jeder jederzeit darauf zugreifen kann,
- Veröffentlicht keine privaten Details auf den Social Media-Kanälen oder auf dem Blog. Dazu zählen Kontaktdaten, wie beispielsweise eure Telefonnummer, Wohnanschrift oder private E-Mailadresse. Falls ihr diese Daten bei der Anmeldung angeben müsst, so stellt sicher, dass diese Informationen später nicht mehr sichtbar sind. Bei Facebook könnt ihr diese Einstellungen unter Privatsphäre > „Benutzerdefinierte Einstellungen“ vornehmen.
- Das Internet ist öffentlich. Sobald ihr online seid, können andere User euer Vorhaben kommentieren – im Positiven wie im Negativen. So können z.B. auch beleidigende Inhalte anderer User auftauchen. Moderiert deshalb eure Auftritte. Beleidigende Kommentare solltet ihr löschen, strafbare Einträge müssen gemeldet werden.
- Versucht auf alle Kommentare, Einträge und Fragen zu reagieren. So schafft ihr eine Gemeinschaft, die sich mit eurem Carrotmob verbunden fühlt.

1. DIE TEAM-E-MAILADRESSE

Google bietet den kostenlosen E-Maildienst **Google Mail** an, den ihr für euer Team nutzen könnt. Unter www.google.de könnt ihr euch für ein **Gmail-Konto** anmelden.

SO GEHT'S:

- Im Registrierungsformular könnt ihr bei Vor- und Nachname beispielsweise **Carrot** und **Mob** eintragen.
- Als Nutzernamen (=E-Mailadresse) beispielsweise **carrotmob** und zusätzlich den Namen eurer Schule, etwa **carrotmob-gymnasiumneubiberg@gmail.com**.
- Wählt ein sicheres Passwort, das aus Klein- und Großbuchstaben sowie Zahlen und/oder Sonderzeichen besteht.

Unser Vor- und Nachname lautet: _____

Unser Nutzernamen lautet: _____

Unser Passwort lautet: _____

Nach diesem Schritt werdet ihr aufgefordert, eine **Google+** Profilbild hochzuladen. Ihr könnt z.B. gleich das Carrotmob-Logo hochladen. Die Ausgestaltung des **Google+** Profils ist aber später auch noch möglich.

Nun besitzt ihr eine Team-E-Mailadresse, die ihr für weitere Anmeldung und für allgemeine Kommunikation nutzen könnt.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir eine E-Mailadresse für das Team angelegt?
- Haben wir Nutzernamen und Passwort festgehalten?



- TEAM ONLINE -

2. SOCIAL MEDIA

DER FACEBOOK-ACCOUNT

Erstellt für die Bewerbung des Carrotmobs eine Facebook-Seite. Alles, was auf dieser Seite geschieht, passiert im Namen des ganzen Teams. Es ist also etwas anderes als ein persönliches Profil, auf dem du einfach losquatschst. Gebt eurer Facebook-Seite einen ähnlichen Namen wie eure E-Mailadresse.

SO GEHT'S:

- Ruft zunächst **www.facebook.com** auf. Wichtig: Ihr solltet in diesem Moment nicht mit eurem Konto bei Facebook angemeldet sein. Nur dann erscheint die allgemeine Startseite, auf der der Link zur Erstellung einer Seite zu finden ist.
- Unter dem grünen Registrieren-Button findet ihr die Zeile **Erstelle eine Seite für eine Berühmtheit, eine Band oder ein Unternehmen.**
- Ihr gelangt im Folgenden zu einer Vorauswahl, bei der ihr entscheiden könnt, in welche Kategorie die zu gründende Seite gehört. „Guter Zweck“ oder Gemeinschaft“ ist für euer Vorhaben geeignet. Anschließend erscheint ein Textfeld, in das ihr den Namen eurer Seite eingibt.

Nachdem ihr den Richtlinien für Facebook-Seiten zugestimmt habt, geht's auch schon los.

- Als erstes wählt ihr ein ansprechendes Profil- und Titelbild für eure Seite aus. Das kann wieder das Carrotmob-Logo oder ein Gruppenfoto aller **Carrotmob macht Schule**-Teilnehmer sein.

- Im nächsten Schritt bearbeitet ihr die allgemeinen Informationen zur Seite. Klickt dazu auf den Link **Administrationsbereich** rechts oben auf eurer Seite. Es öffnet sich ein Menü mit vielen verschiedenen Angaben zu Statistiken und Bearbeitungsmöglichkeiten. Klickt in der oberen Leiste auf **Seite bearbeiten**. Wählt dann im links stehenden Menü den Punkt **Allgemeine Informationen** aus. Dort könnt ihr diverse Angaben zu eurer Seite und eurem Vorhaben machen.
- Beschreibt, was ihr vorhabt und warum der Leser bei eurem Carrotmob mitmachen sollte. Sind diese grundlegenden Dinge erledigt, fangt an, die Seite mit Leben zu füllen.

TIPPS ZUM VERFASSEN VON EINTRÄGEN:

- Ein textlicher Beitrag auf der Pinnwand sollte nicht länger als drei bis vier Zeilen sein.
- Er sollte zum Mitmachen animieren, indem er sich beispielsweise mit einer Frage an die User richtet.
- Wer für ein bisschen Leben auf der Seite sorgen will, ist auch mit einer Umfrage gut beraten. Erfahrungsgemäß nehmen die Besucher einer Seite daran gerne teil.
- Falls es mehrere Neuigkeiten auf einmal gibt, postet nicht alles auf einmal. Hebt euch einige spannende Neuigkeiten auf, so habt ihr regelmäßig neue Beiträge auf der Seite. Das gilt natürlich auch für den Blog. Auf jeden Fall solltet ihr die Seite immer aktuell halten. Mit vielen Posts erhaltet ihr viel Aufmerksamkeit.
- Aber: Vermeidet es, Belangloses oder Langweiliges zu veröffentlichen. Versetzt euch immer in die Situation eurer Leser und Zielgruppe: Was würde mich interessieren? Was würde ich lesen? Zuviel ist nicht immer besser.
- Bilder oder Videos werden von anderen Nutzern mehr beachtet als Texte. Versucht also, eure Posts interessant und anschaulich zu gestalten



Sobald ihr euren Eintrag zur Begrüßung geschrieben habt, beginnt ihr, die Seite zu bewerben und sie Freunden auf Facebook zu empfehlen. Versucht euer Netzwerk auf Facebook zu erweitern, indem ihr auf Seiten, die zum Thema passen Gefällt mir klickt und fragt, ob sie eure Seite im Gegenzug ebenfalls liken.

Tipps, wie man Seiten effektiv nutzt und einsetzt, bietet auch Facebook selbst: http://ads.ak.facebook.com/ads/FacebookAds/Pages_Product_Guide_DE.pdf

TIPP: *alls es gerade nichts Neues zum Stand von Carrotmob macht Schule gibt, setzt beispielsweise Klimaschutztipps auf eure Seiten. Oder stellt eine Quizfrage zum Thema Energiesparen, die ihr zwei Tage später auflöst.*

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir alle notwendigen Einstellungen für die Facebook-Seite vorgenommen?
- Haben wir eine Facebook-Seite eingerichtet?
- Pflegen wir dort regelmäßig Neuigkeiten und Fotos ein?

3. DAS FACEBOOK-EVENT

Es bietet sich zudem an, über die Facebook-Seite eine Veranstaltung für den Carrotmob zu erstellen. Das ist sozusagen ein digitaler Flyer, den alle eingeladenen Personen über Facebook auch weiterempfehlen können. Das Event solltet ihr aber erst erstellen, wenn Ort, Datum und Programm eures Carrotmob-Aktionstages feststehen. Klärt ab, ob ihr die genaue Adresse des Ladens veröffentlichen dürft.

SO GEHT'S:

- Auf der Übersicht der Seite befindet sich unterhalb des Titelbildes auch der Punkt **Veranstaltungen**. Ist das nicht der Fall, klickt auf den Pfeil neben der Leiste. Es öffnen sich Platzhalter für neue Menüfelder. Per Klick auf das Plus könnt ihr den Button **Veranstaltungen** hinzufügen.
- Klickt ihr nun auf **Veranstaltungen**, befindet sich rechts oben der Button **Veranstaltung erstellen**. Per Klick öffnet sich ein Popup, bei dem Name, Details, Ort und Termin angegeben werden können.
- Ein Klick auf **Neu** und die Veranstaltung ist erstellt. Wichtig ist es jetzt natürlich, möglichst viele Leute zu diesem Event einzuladen. Ihr könnt Freunde übrigens erst einladen, wenn ihr selbst an der Veranstaltung teilnehmt.

TIPP: *Wenn Beiträge für mehrere Tage an oberster Stelle eurer Facebook-Seite stehen sollen, nutzt die Funktion „Oben fixieren“. Verfasst zunächst den Beitrag. Klickt dann rechts oben innerhalb des Eintrags auf das Bleistiftsymbol „Bearbeiten oder entfernen“. Es öffnet sich ein Dropdown. Dort den Punkt „Oben fixieren“ auswählen.*

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir für unseren Aktionstag ein Facebook-Event erstellt?
- Haben wir alle unsere Freunde eingeladen?



- TEAM ONLINE -

4. TWITTER

Neben Facebook ist Twitter (www.twitter.com) nach wie vor eine der wichtigsten Plattformen, um Nachrichten unter die Leute zu bringen. Dabei gilt eine einfache Richtlinie: Was euch einen Beitrag auf Facebook wert ist, sollte auch auf Twitter veröffentlicht werden. Wer noch keinen Account bei Twitter hat: Die Anmeldung ist ganz einfach.

SO GEHT'S:

- Direkt auf der Startseite befindet sich das Formular, um sich bei dem Kurznachrichtendienst anzumelden.
- Mehr als ein Benutzername, eine gültige E-Mail-Adresse (nicht eure private!) und die Angabe eines Passworts sind nicht nötig.

Bei Twitter liegt die Betonung tatsächlich auf Kurznachrichten. Für eine Meldung stehen lediglich 140 Zeichen zur Verfügung. Im eingeloggten Zustand findet ihr rechts oben das Eingabefeld. Beim Verfassen des Textes kommt es also besonders darauf an, mit wenig Worten alles Wichtige zu sagen – und statt eines langen Textes lieber auf eine Internetseite mit ausführlichen Informationen zu verweisen, im Idealfall euren Blog oder eure Facebook-Seite.

WAS, WENN...

... LINKS UND URLS ZU LANG SIND?

Dafür gibt es praktische Anbieter im Netz, die die Adressen kürzen. Wenn man diese gekürzte URL als Link bei Twitter verwendet, hat man einige Zeichen für den restlichen Text der Meldung gespart. Die verlinkte Seite erreicht man per Klick trotzdem. Beispiele für solche Dienste sind url9.de oder bitly.com.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir einen Twitter-Account angelegt?
- Twittern wir regelmäßig?

DER BLOG

Google bietet neben einem E-Mail-Dienst auch die Möglichkeit, kostenlos einen Blog zu erstellen. In der schwarzen Bildschirmleiste erscheint, nachdem ihr auf „Mehr“ geklickt habt, die Option „Blogger“.

SO GEHT'S:

- Nach einer Anmeldung mit dem Passwort, dass ihr bei der Google Mail-Adresse vergeben habt, könnt ihr euch zwischen zwei Arten von Blogs entscheiden. Angenommen ihr habt noch kein Google+ Profil, dann wählt „Ein eingeschränktes Blogger-Profil erstellen“. Denkt euch nun einen geeigneten Namen für euer Team aus.
- Die nächste Seite bietet die Option „Neuer Blog“. Für den Blog selbst müsst ihr euch einen Titel ausdenken, ebenso wie eine Adresse. Diese erscheint dann oben in der URL-Zeile. Sie sollte sich an euren anderen Profil- und Seitennamen orientieren.
- Anschließend solltet ihr eine „Vorlage“ wählen. Sie bestimmt das Aussehen des Blogs. Dabei habt ihr freie Wahl.
- Nach diesen Einstellungen seht ihr den Titel des Blogs. Ein Klick auf den Namen öffnet die Übersicht. Dort sind auf der linken Seite alle Optionen, die ihr auf dem Blog vornehmen könnt, aufgelistet.
- Mit einem Klick auf „Neuer Post“ gelangt ihr zu einem Editor, der ähnlich funktioniert wie ein Textverarbeitungsprogramm. Hier könnt ihr aktuelle Entwicklungen oder Hintergründe zum Carrotmob darstellen. Was ihr dort schreibt, erscheint später als Artikel auf eurem Blog. Anders als bei Facebook oder Twitter ist hier Platz für ausführliche Texte. Wie beispielsweise bei Word, habt ihr die Möglichkeit, den Text zu gestalten und Bilder in den Text einzufügen. Das funktioniert mit einem Klick auf das Bildsymbol in der Werkzeugleiste.

SCHON MAL ÜBER EINEN INSTAGRAM-ACCOUNT NACHGEDACHT?



- TEAM ONLINE -

WAS, WENN...

... DER BLOG IRGENDWIE UNSPANNEND IST?

Veröffentlicht Fotos und Videos fügt Links ein, die zu anderen Seiten führen. Das macht den Text lebendig. Ihr könnt einzelne Wörter verlinken, indem ihr sie markiert und dann in der Werkzeugleiste auf „Link“ klickt. Anschließend müsst ihr die URL der Seite, die ihr verlinken wollt, in die Eingabemaske kopieren. Die Verlinkung eurer Facebook-Seite oder Veranstaltung ist dabei sehr sinnvoll und kann in jedem Artikel vorgenommen werden. Um zu sehen, wie euer Blog aussieht, klickt auf „Blog anzeigen“. Beschäftigt euch ein wenig mit den Optionen des Blogs und testet verschiedene Layouts.

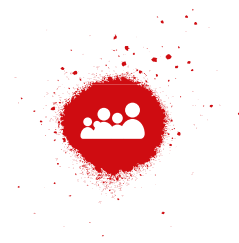
Fragt nach, ob euer Blog auf der Schulhomepage verlinkt werden kann. Zusätzliche Aufmerksamkeit bringt ein Eintrag zum Carrotmob direkt auf dieser Seite.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir einen Blog angelegt?
- Bloggen wir regelmäßig interessante Beiträge?
- Werben wir regelmäßig für die Aktion auf unserer Schulhomepage?

WICHTIG:

Nach dem Carrotmob-Aktionstag steht fest, wie viel Geld ihr für Energieeffizienzmaßnahmen eingenommen habt und was damit umgesetzt wird (hier können euch die Energiebeauftragten Informationen geben). Die ausschlaggebende Zahl für das Klima: Die zukünftig jährliche Reduktion des CO₂-Ausstoßes. Verbreitet diese erfreulichen Informationen und Zahlen, also den Erfolg eures Projekts, an eure „Freunde“, „Follower“ und Leser. Dabei könnt ihr euch auch bei allen „Mitmobbern“ bedanken – denn zu diesem Erfolg haben alle beigetragen.



TEAM 5

DIE GRAFIKER

Damit die breite Bewerbung des Carrotmob-Aktionstages bei der Masse ankommt und die Informationen ansprechend verpackt werden, ist das Layout ausschlaggebend:

Die Schüler dieses Teams sind für folgende Aufgaben zuständig:

- ein Carrotmob-Logo erstellen
- Informations- und Werbematerialien gestalten
- Angebote bei Druckereien einholen
- eine Druckerei beauftragen
- Informationsmaterialien verteilen
- die Kosten und Auflagen kalkulieren, eine realistische Einschätzung vermeidet Müll

HINWEIS:

Weisen Sie die Schüler darauf hin, dass sie sich bei der Formulierung der Flyer- und Plakattexte rechtlich bei öffentlichen Ämtern informieren müssen. Je nach Rechtslage kann es verboten sein, den Namen des Ladens abzudrucken. Dies kann als Werbung im öffentlichen Raum ausgelegt werden und ist im Falle eines Carrotmobs untersagt.

ACHTUNG UMWELTSCHUTZ!

Regen Sie zu Nachhaltigkeit an, denn ein Carrotmob ist in erster Linie eine Klimaschutzaktion – auch bei der Vorbereitung

BETONEN SIE, DASS DIE SCHÜLER

- Flyer, Plakate, Handzettel o.Ä. auf Recyclingpapier drucken
- sich vorab über Druckereien informieren, die klimaneutral und / oder auf Recyclingpapier drucken. Diese Druckereien erhalten entsprechende Logos, die die Schüler auf den Produkten platzieren können. Dies zeigt eine konsequente Durchführung der Klimaschutzaktion und fördert die Wahrnehmung.



- DIE GRAFIKER -

➔ HILFESTELLUNG FÜR DIE GRAFIKER DURCH DIE LEHRKRAFT

IHRE AUFGABE: *Sie stehen für Fragen bereit, lassen ansonsten die Schüler jedoch weitestgehend selbstständig arbeiten.*

ZU 1. „IM ZEICHEN DER KAROTTE“

Die Grafiker erstellen ein Logo und machen sich am PC an die Gestaltung von Werbematerialien zum **Carrotmob**. Parallel hierzu erfragen sie bei Druckereien die Kosten für Flyer und Plakate, die Dauer des Drucks, den Liefertermin, nach der Möglichkeit eines klimaneutralen Drucks und dem Einsatz von Recyclingpapier.

Falls die Schüler sich mit der Gestaltung ihres Carrotmob-Logos schwer tun, kann das allgemeine Carrotmob-Logo genutzt werden. Sie finden es unter www.carrotmob-macht-schule.de

WICHTIG:

Weisen Sie die Schüler darauf hin, dass sie sich bei der Formulierung der Flyer- und Plakattexte rechtlich bei öffentlichen Ämtern informieren müssen. Je nach Rechtslage kann es verboten sein, den Namen des Ladens abzudrucken. Dies kann als Werbung im öffentlichen Raum ausgelegt werden und ist im Falle eines Carrotmobs untersagt.

Lassen Sie die Schüler kreativ werden.

BEISPIELE:

- ➔ „Komm zum Carrotmob in der Buchhandlung am Rathaus und folge den Karotten!“
- ➔ „Der Carrotmob steigt – in der Müllerstraße 7!“
- ➔ „Kauf ein Buch für den Klimaschutz – beim Carrotmob am Rathausbrunnen!“

statt „Kommt zum Carrotmob in der Buchhandlung Leseratte, Müllerstraße 7!“



TEAM 5 DIE GRAFIKER

WILLKOMMEN IM TEAM DER GRAFIKER!

EURE AUFGABEN

Damit die Bewerbung des Carrotmob-Aktionstages bei der Masse ankommt und die Informationen ansprechend verpackt werden, ist das Layout ausschlaggebend. Wie müssen Handzettel, Plakate oder andere Materialien gestaltet sein, damit Menschen stehenbleiben, zugreifen, sich Informationen durchlesen?

Konkret habt ihr in den nächsten Wochen folgende Aufgaben:

- ein Logo für *Carrotmob macht Schule* gestalten
- Informations- und Bewerbungsmaterialien gestalten
- Angebote von Druckereien einholen bzw. geeignete Druckereien finden
- rechtzeitig um die Fertigstellung der Bewerbungsmaterialien kümmern
- die Informationsmaterialien verteilen

DIE GRAFIKER FÜR CARROTMOB MACHT SCHULE SIND:



- TEAM GRAFIK -

1. IM ZEICHEN DER KAROTTE

Wenn die Projektleiter einen Laden gefunden haben und ein Termin für den Carrotmob feststeht, gilt es den „Mob“ zu mobilisieren – die Menschenmasse. Sprecht die Menschen auf Online-Kanälen an, aber auch auf der Straße - ganz klassisch mit Flyern und Plakaten. Und denkt an eure Mitschüler, Lehrer, Eltern, Geschwister und Freunde.

WICHTIG IST DER WIEDERERKENNUNGSWERT

Daher nutzen Firmen Logos und die sogenannte „Corporate Identity“. Ihr benötigt ebenfalls ein Logo. Entweder erstellt ihr das Logo mit einem Grafikprogramm selbst - oder ihr lasst es von Grafikern entwerfen. Wenn ihr euch dabei nicht in Unkosten stürzen wollt, solltet ihr versuchen, eure Beziehungen spielen zu lassen. Vielleicht habt ihr einen Grafiker in eurem Umfeld, der ein Logo unentgeltlich entwirft. Wenn ihr das Logo selbst erstellt, beachtet dabei, dass es farbig genauso gut erkennbar ist, wie in schwarz-weiß.

IHR BENÖTIGT FOTOS?

Erinnert die anderen Teams (bzw. die Pressebeauftragten) daran, wichtige Termine zu begleiten und einen Fotoapparat mitzunehmen. Erstellt in den nächsten Wochen eure Werbematerialien. Hierbei sind eurer Fantasie keine Grenzen gesetzt. Für die Texte hierzu kontaktiert ihr die Pressebeauftragten. Besprecht zudem mit der Projektleitung das vorhandene Budget. Wie viel steht euch für den Druck der Werbematerialien zur Verfügung?





- TEAM GRAFIK -

AUF EINIGE DINGE SOLLTET IHR ACHTEN:

1. Kurz und knackig: Überlegt, welche Infos wichtig sind. Überflüssiges weglassen.
2. Ins Auge springen Fotos und ein klares Logo.
3. Carrotmob ist eine Klimaschutzaktion: Erstellt Informationsmaterialien mit Energiespartipps zum Verteilen oder Aufhängen.
4. Achtet auf Fristen: Druckereien brauchen eine gewisse Bearbeitungszeit.
5. Keine Knete: Ist das Budget knapp, sucht euch Sponsoren. Fragt z.B. bei einem Schreibwarenladen oder einer Druckerei nach, ob sie euch Papier spenden (beachtet dabei Punkt 7).
6. Nachhaltigkeit:
 - Druckt Flyer, Plakate, Handzettel o.Ä. auf 100 %igem Recyclingpapier.
 - Informiert euch vorab über Druckereien, die klimaneutral und auf Recyclingpapier drucken. Diese Druckereien haben entsprechende Logos, die ihr auf den Produkten platzieren könnt. Dies zeigt eine konsequente Durchführung der Klimaschutzaktion und fördert die Wahrnehmung.
 - Kalkuliert nicht zu üppig, so vermeidet ihr unnötigen Müll. Und das ist schließlich auch Klimaschutz.
7. Partnerlook: Habt ihr Sponsoren oder Partner die euch unterstützen (fragt hier auch die Projektleiter)? Vergesst nicht, ihre Logos bzw. Namen auf die Informationsmaterialien zu setzen, wo es geeignet erscheint, wie z.B. auf Plakaten.
8. Rechte: Wenn ihr Bilder verwenden wollt, geht auf Nummer sicher. Nehmt Kontakt zu den Eigentümern auf und fragt einfach, ob ihr das Bild (unter Nennung der Quelle) verwenden dürft. Da ihr eine öffentliche Aktion veranstaltet, kann es besonders schnell ans Licht kommen, wenn ihr Bilder verwendet, die euch nicht gehören. Bei Fotos verfährt ihr ebenso. Erkundigt euch in diesem Falle bei den Pressebeauftragten, sie haben weitere Infos.
9. Für Smartphones: Eine schöne Funktion, die auch auf Flyern angeboten werden kann, ist der sogenannte QR-Code. Hierbei handelt es sich um einen speziellen, grafischen Code, der Informationen verschlüsselt. Zum Beispiel die URL einer Webseite. So könnt ihr beispielsweise euren Blog, eure Facebook-Seite o.Ä. verschlüsseln. Wenn ihr den Code auf Flyer oder Plakate einbindet, führt er zu der verschlüsselten

Adresse, wenn er mit einem Smartphone gescannt wird. Es gibt unzählige kostenfreie Angebote im Netz für die Erstellung eines solchen Codes. Einfach nach dem Stichwort „QR-Code“ suchen. In der Regel gibt es auf den entsprechenden Seiten ein einfaches Eingabefeld für die URL. Der Code wird dann generiert und kann als Bilddatei abgespeichert werden. Anschließend integriert ihr ihn einfach auf dem Werbematerial für den Carrotmob.

WICHTIGER HINWEIS:

Achtet bei der Formulierung der Flyer- und Plakattexte auf die rechtliche Lage. Es kann sein, dass ihr den Namen des Ladens dort nicht erwähnen dürft. Die Nennung des Ladens kann als Werbung im öffentlichen Raum zählen und ist bei der Durchführung eines Carrotmobs verboten. Informiert euch vorab bei öffentlichen Ämtern, so seid ihr auf der sicheren Seite.

Falls ihr den Namen des Ladens nicht erwähnen dürft, denkt euch eine clevere Alternative aus, wie die Menschen trotzdem den Veranstaltungsort des Carrotmobs erfahren.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir ein Logo gestaltet?
- Haben wir Ideen für die Gestaltung von Plakaten etc.?
- Haben wir uns über die rechtliche Lage über die Nennung des Ladens informiert?
- Sind Logos von Partnern / Sponsoren platziert?
- Haben wir ein geeignetes Programm, um die Materialien zu entwerfen?
- Welches Budget steht uns zur Verfügung?
- Haben wir Druckereien angefragt?

HABEN WIR DIE NACHHALTIGKEITSKRITERIEN BEACHTET?



- TEAM GRAFIK -

2. RAUS AUF DIE STRASSE!

Teilt die Stückzahl der Flyer und Poster unter euch auf und verteilt / klebt sie an unterschiedliche Orte der Stadt. Hier sollte eine genaue Absprache erfolgen, damit ein möglichst großes Gebiet der Stadt mit Werbematerial „versorgt“ wird. Ideal, um Plakate aufzuhängen sind Orte, an denen viele Menschen vorbeikommen und / oder eine längere Zeit verweilen, z.B. Ampeln oder Plätze in der Nähe von Stationen des öffentlichen Nahverkehrs. An den Stationen selbst ist das Plakatieren jedoch meistens verboten. Generell solltet ihr davon absehen, Stellen mit Plakaten zu verschönern, an denen der Hinweis **Plakatieren verboten** angebracht ist. Verkehrsschilder sind natürlich auch Tabu. Informiert euch vorab darüber, wo Plakatieren erlaubt ist und wo nicht. Natürlich könnt ihr auch zielgruppennahe Geschäfte und Läden fragen, ob sie Flyer auslegen oder vielleicht sogar ein Plakat aufhängen. Ist eine andere Schule in der Nähe – super. Fragt einfach im Sekretariat nach, ob ihr Flyer und Plakate verteilen dürft. Im Geschäft des Carrotmobs selbst sollten natürlich ebenso Plakate hängen und Flyer ausliegen. Auch die anderen Partner oder auftretende Künstler könnt ihr in die Verteilung einbinden.

Falls ihr Unterstützung braucht – holt euch Schüler der anderen Teams dazu. Gerne dürfen auch Freunde helfen.

ALLES ERLEDIGT?

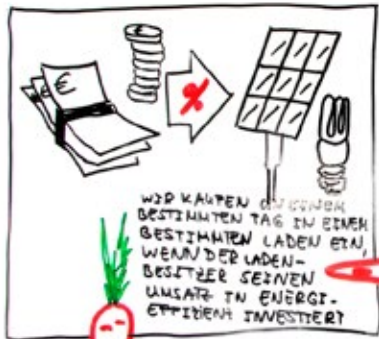
- Haben wir die Werbematerialien verteilt?
- Haben wir zwei Termine zum Verteilen ausgemacht?
- Haben wir genügend Verteiler bzw. Helfer?
- Wissen wir, wo wir flyern bzw. kleben dürfen?

WAS, WENN...

... PLAKATE ABGESRISSEN WERDEN?

Plakate werden häufig schnell entfernt. Plant deshalb gleich zwei Termine zum Kleben ein. Die erste Welle sollte zirka zwei bis drei Wochen vor dem Carrotmob stattfinden. Die zweite Welle zirka drei bis fünf Tage vor dem Event. Plakate mit Abrisszetteln kommen gut an. So können Passanten die wichtigsten Infos mitnehmen. Also unbedingt den Name der Veranstaltung, Uhrzeit, Dauer und Ort des Carrotmobs auf die Abrisszettel notieren. Wenn noch Platz ist auch die URL eures Blogs oder eurer Facebook-Seite.

WIE FUNKTIONIERT DER CARROTMOB?



CARROTMOB

24. Juli 2010 | 15.00 - 18.00 h

in der Eisdielen gegenüber von TSV - Waldtrudering



EIS ESSEN. UMWELT SCHÜTZEN!

www.carrot-mob.de

unterstützt von

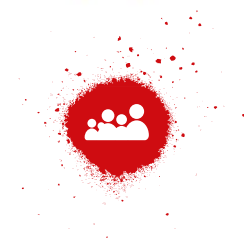
Green
Mehr Umweltschutz



gefördert von
Bayerisches Staatsministerium
Umwelt und Energie

Carrot Mob
Willi Graf
Gymnasium

SAMSTAG 24.7.10, 14-18 UHR
EISCAFÉ AM
KURFÜRSTENPLATZ 8



TEAM 6

DIE EVENTMANAGER

ACHTUNG UMWELTSCHUTZ!

REGEN SIE ZU NACHHALTIGKEIT AN, DENN EIN CARROTMOB IST IN ERSTER LINIE EINE KLIMASCHUTZAKTION – AUCH IN DER VORBEREITUNG.

BETONEN SIE, DASS DIE SCHÜLER

- Mengen realistisch einschätzen. So lässt sich Müll vermeiden.
- am Carrotmob-Aktionstag keine Plastikbecher o.Ä. anbieten
- mit ihrem Rahmenprogramm nicht nur für Aufmerksamkeit und Spaß sorgen, sondern auch das Thema Energie einbringen, beispielsweise durch Informationsplakate mit Energiespartipps oder eine Mitmachaktion
- auch bei den Dekorationsmaterialien darauf achten, dass sie sich recyceln lassen

AUFGABEN

Die Schüler dieses Teams sind für folgende Aufgaben zuständig:

- das Rahmenprogramm planen
- nötiges für das Rahmenprogramm organisieren
- eventuell nötige Genehmigungen einholen
- nötige Ausrüstung organisieren
- für eine ansprechende Dekoration sorgen
- einen Schichtplan organisieren

AM CARROTMOB-AKTIONSTAG MÜSSEN MÖGLICHST VIELE MENSCHEN ZUM MITMACHEN MOTIVIERT WERDEN. NICHT NUR DIE KUNDEN SOLLEN FÜR HOHEN UMSATZ SORGEN, AUCH LAUFKUNDSCHAFT UND PASSANTEN SOLLEN AKTIVIERT WERDEN UND GELD IN DIE KASSE SPÜLEN. WICHTIG IST HIER, DEN BEZUG ZUM THEMA ENERGIESPAREN UND KLIMASCHUTZ ZU SCHAFFEN UND DIE BOTSCHAFT „DU KANNST WAS ÄNDERN“ AN DIE MENSCHEN ZU BRINGEN.

IM FOLGENDEN FINDEN SIE

- Hilfestellung für das Team durch Lehrer (S. 121)
- die Aufgaben (Schritte) für das Team der Eventmanager (S.122)
- eine Vorlage der Checkliste (S. 127)



- DIE EVENTMANAGER -

➤ HILFESTELLUNG FÜR DAS EVENT-TEAM DURCH DIE LEHRKRAFT

IHRE AUFGABE: Sie stehen für Fragen bereit, lassen ansonsten die Schüler jedoch weitestgehend selbstständig arbeiten. Bei diesem Team ist teilweise eine Zusammenarbeit mit dem Grafik-Team sinnvoll.

ZU 1. „DAS RAHMENPROGRAMM“

Ideen für das Rahmenprogramm:

- Gibt es an der Schule eine Schülerband, Jonglier- oder Theater-AG?
- Quiz zum Thema Energiesparen oder Strommessstation aufbauen
- Bei einem Carrotmob in einem Café eignet sich z.B. eine Lesung oder ein Poetry Slam
- Mal- oder Fotowettbewerb zum Thema „Mein Energiespartipp“
- Fotoshooting zum Thema „Der Carrotmob und ich“ o.Ä.

ZU 3. „WIR BRAUCHEN PLATZ“

Wichtig: Für einige Programmpunkte kann es sein, dass Genehmigungen seitens der Stadt erforderlich sind. Erinnern Sie die Schüler daran, sich rechtzeitig darum zu kümmern (siehe Zeitplan).

ZU 4. „ALLE HERSCHAUEN!“

Ideen für die Dekoration am Aktionstag:

- Karotten aus Pappmaché
- Plakate (in Abstimmung mit dem Team Layout)
- Blumen (spendet ein Blumenladen Pflanzen zur Deko?)
- Girlanden, Luftballons
- Hat die Schule Bierbänke, die entliehen werden können?
- Karottenmasken
- Schüler Karotten ins Gesicht schminken und / oder Flyer verteilen lassen

SONDERGENEHMIGUNGEN

Je nachdem, welche Aktionen und Programmpunkte die Schüler geplant haben, kann es sein, dass sie über das Geschäft hinaus zusätzliche (öffentliche) Flächen nutzen wollen. Vielleicht befindet sich in der Nähe eine öffentliche Grünfläche, die den Gästen des Aktionstages als Gelegenheit zum Rasten angeboten werden soll? Oder lässt sich der Platz gegenüber vom Geschäft für Kreide-Mal-Aktionen mit Kindern nutzen?

Die Nutzung muss meist bei Ämtern beantragt werden. Hierfür ist (in größeren Städten) das Kreisverwaltungsreferat, die Gemeinde oder das Ordnungsamt beim Landratsamt zuständig. Veranstaltungen müssen einige Kriterien erfüllen, damit sie im öffentlichen Raum überhaupt zugelassen werden. So dürfen beispielsweise nur „verkehrlich unbedeutende“ Plätze genutzt werden, die nicht von öffentlichen Verkehrsmitteln passiert werden. Die Veranstaltung sollte öffentlich sein und keinen kommerziellen Charakter haben. Insbesondere, wenn die Schüler auf der gewünschten Fläche etwas verkaufen (Ausschank beispielsweise), kann es mit der Genehmigung schwierig werden.

Am Besten setzen sich die Schüler mit dem entsprechenden Amt in Verbindung und stellen das Vorhaben zunächst mündlich vor. In aller Regel muss anschließend ein schriftlicher Antrag vorliegen – Formulare hierfür stellen normalerweise die Ämter. Die Beantragung sollte so früh wie möglich erfolgen. Optimalerweise zwei Monate vor dem Termin des Carrotmob-Aktionstages.

WICHTIG: Sämtliche Genehmigungen müssen die Schüler am Tag des Aktionstages griffbereit haben. Ob diese Aufgabe den Projektleitern zufällt ist den Schülern überlassen. Es sollte jedoch einen Verantwortlichen hierfür geben.



TEAM 6

DIE EVENTMANAGER

WILLKOMMEN IM TEAM DER EVENTMANAGER

EURE AUFGABEN

Ein Carrotmob soll Spaß bereiten und Leute anziehen, zum Verweilen einladen und informieren. Hierfür seid ihr zuständig. Wie kann am Aktionstag für Aufmerksamkeit und Information gesorgt werden? Wie werden Menschen angelockt und zum Mitmachen motiviert?

Konkret habt ihr in den nächsten Wochen folgende Aufgaben:

- ➔ ein Rahmenprogramm für den Aktionstag ausarbeiten
- ➔ das jeweilige Rahmenprogramm organisieren
- ➔ Künstler / Schülerbands o.Ä. anfragen, ob diese am Aktionstag für Unterhaltung sorgen
- ➔ Genehmigungen einholen, falls nötig
- ➔ die Dekoration erstellen bzw. organisieren

WAS, WENN...

... EIN ANTRAG NICHT GENEHMIGT WIRD?

Ihr solltet bei der Organisation des Carrotmob-Aktionstages nicht fest mit nutzbarer, öffentlicher Fläche rechnen, bevor die Genehmigung erteilt wurde. So ist es für euch auch einfacher, gegebenenfalls umzuplanen, sollte die Genehmigung nicht kommen.

DIE PRESSEBEAUFTRAGTEN FÜR CARROTMOB MACHT SCHULE SIND:



HINWEIS:

Da euer Team viele Absprachen mit Externen führen muss, kann es sein, dass eure Zeitplanung flexibler ablaufen muss. Daher findet ihr zu euren Schritten keine konkrete Bearbeitungszeit. Für eine zeitliche Orientierung helfen euch die Angaben auf dem Zeitplan.



1. DAS RAHMENPROGRAMM

Bei der Ausarbeitung des Rahmenprogramms sind eurer Fantasie keine Grenzen gesetzt. Behaltet neben Spaß auch das Thema Nachhaltigkeit und Energiesparen im Hinterkopf. Nicht jeder Programmpunkt muss Energieeffizienz thematisieren, jedoch sollte durch einige Aktionen / Aktivitäten der Sinn eines Carrotmobs anschaulich und verständlich werden. Denn die wenigsten wissen, was ihr in eurem Carrotmob-Laden veranstaltet.

Wir haben folgende Ideen für ein Rahmenprogramm:

WICHTIG:

Sprecht die geplanten Programmpunkte rechtzeitig mit eurem Lehrer und dem Ladenbesitzer ab, wenn dieser gefunden ist. Hierüber informieren euch die Schüler aus dem Team der Projektleitung.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir uns einige Rahmenprogrammpunkte ausgedacht?
- Haben wir mit dem Ladenbesitzer und unserem Lehrer über die möglichen Programmpunkte gesprochen?

2. VON KÜNSTLERN UND KAROTTEN

Nachdem ihr Ideen für ein Rahmenprogramm gesammelt habt, geht es an folgende Überlegungen: Konkret habt ihr in den nächsten Wochen folgende Aufgaben:

- wie viele Programmpunkte wollen / können wir an dem Tag durchführen? Denkt daran: Qualität geht vor Quantität.
- Wie hoch ist unser Budget? (Sprecht hier mit den Projektleitern.)
- Wen müssen wir kontaktieren und anfragen?
- Welche Materialien benötigen wir für die jeweiligen Programmpunkte?
- Soll ein Deko-Bastelworkshop mit Mitschülern und freiwilligen Helfern durchgeführt werden?
- Sind die Programmpunkte realistisch durchzuführen?



3. WIR BRAUCHEN PLATZ

Kümmert euch rechtzeitig um Genehmigungen. Denn je nachdem, welche Aktionen und Programmpunkte ihr geplant habt, kann es sein, dass ihr über das Geschäft hinaus zusätzliche (öffentliche) Flächen nutzen wollt. Klärt also im voraus ab, welche Außenfläche zum Laden gehört und für welche Fläche ihr eine Genehmigung benötigt. Vielleicht befindet sich in der Nähe eine öffentliche Grünfläche, die ihr euren Gästen zum Entspannen anbieten wollt? Oder bietet sich der Platz gegenüber vom Geschäft für eine Kreide-Mal-Aktion mit Kindern an?

Die Nutzung muss meist bei Ämtern beantragt werden. Hierfür sind (in größeren Städten) das Kreisverwaltungsreferat, die Gemeinde oder das Ordnungsamt beim Landratsamt zuständig. Veranstaltungen müssen einige Kriterien erfüllen, damit sie im öffentlichen Raum überhaupt zugelassen werden. So dürfen beispielsweise nur „verkehrlich unbedeutende“ Plätze genutzt werden, die nicht von öffentlichen Verkehrsmitteln passiert werden. Die Veranstaltung sollte öffentlich sein und keinen kommerziellen Charakter haben.

Am besten setzt ihr euch mit dem entsprechenden Amt in Verbindung und stellt euer Vorhaben zunächst mündlich vor. In der Regel muss anschließend ein schriftlicher Antrag vorliegen. Formulare hierfür stellen normalerweise die Ämter. Die Beantragung sollte so früh wie möglich erfolgen – optimalerweise zwei Monate vor dem Termin des Carrotmob-Aktionstages.

ALLES ERLEDIGT?

- Welches Budget steht uns zur Verfügung?
- Haben wir Künstler / Darsteller für das Rahmenprogramm angefragt?
- Für welche Aktionen benötigen wir Genehmigungen?
- Wo beantragen wir diese?
- Haben wir die Genehmigungen beantragt?
- Haben wir das Rahmenprogramm mit dem Ladenbesitzer abgesprochen?

4. ALLE HERSCHAUEN!

Am Carrotmob-Aktionstag sollte schon von weitem deutlich zu sehen sein, dass in dem Geschäft etwas Besonderes los ist. Fragt vorab bei den Besitzern nach, ob ihr den Laden am Tag der Aktion „carrotmobmäßig“ schmücken dürft. Denn das macht was her und sorgt für Aufmerksamkeit bei Passanten.

Welche Möglichkeiten für Dekoration gibt es? Können wir diese anbringen?

Wir haben folgende Ideen für die Dekoration:

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir Ideen für die Dekoration gesammelt?
- Woher bekommen wir diese?
- Haben wir die Deko mit dem Ladenbesitzer abgesprochen?
- Wollen wir einen Bastelworkshop anbieten und Mitschüler und Kunden einbeziehen?



5. WIR HABEN DEN PLAN

Erstellt einen Schichtplan für den Aktionstag, damit ihr an diesem Tag auch nichts vergesst und das Rahmenprogramm reibungslos abläuft.

Denkt daran, euch auch um Unterstützung zu kümmern, falls ihr schwere Gegenstände zu transportieren habt. Fragt Lehrer, Eltern oder ältere Schüler um Hilfe. Denkt über umweltfreundliche Transportmöglichkeiten nach. Wie wäre es z.B. mit einem Lastenrad?

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir einen Schichtplan erstellt?
- Ist der Transport der Materialien am Aktionstag sichergestellt?

6. DER CARROTMOB-AKTIONSTAG NAHT!

Nur noch wenige Tage bis zum Carrotmob-Aktionstag. Der Aktionstag bedeutet für euch: An alles denken.

Geht den Schichtplan in Absprache mit den anderen Teams durch. Je nach Rahmenprogramm, was ihr geplant und wen ihr eingeladen habt, ist dieser Plan zu erweitern.

EINIGE WICHTIGE ASPEKTE, DIE IHR IM HINTERKOPF BEHALTEN SOLLTET:

- ➔ Damit das Rahmenprogramm gut über die Bühne geht ist es wichtig, alles mit dem Ladenbesitzer abzusprechen. Generell gibt es einige Dinge, die mit dem Geschäft im Vorfeld geklärt werden sollten, z.B. ist der Ladenbesitzer mit dem Ablauf und Programm einverstanden? Wann kann der Auf- und Abbau durchgeführt werden? Oft ist das im laufenden Betrieb nicht möglich. Dann muss vielleicht schon am Tag zuvor nach Feierabend begonnen werden. Beim Auf- und Abbau müssen alle Teams mitanpacken. Jede Hand wird benötigt. Kümmert euch daher rechtzeitig um Unterstützung. Gerade, wenn der Carrotmob-Aktionstag in einem gastronomischen Betrieb durchgeführt wird, kann die übliche Anzahl an Personal nicht ausreichen. Scheut nicht davor zurück, den Besitzer zu fragen, ob er sich im Klaren darüber ist, dass unter Umständen ein deutliches Maß an Mehrarbeit auf ihn und sein Team zukommt. Kann er weiteres

Personal ggf. spontan mobilisieren? Es wäre schade, wenn die „Meute“ nicht bedient werden kann und so weniger Geld in die Kasse gespült wird.

- ➔ Wer ist für die Deko zuständig? Wenn ihr Dekorationsmaterialien von Externen ausleiht, denkt daran, diese rechtzeitig abzuholen.
- ➔ Welche Materialien benötigen wir für die jeweiligen Programmpunkte?
- ➔ Liegen alle Genehmigungen vor? Falls die Polizei diese verlangt, müsst ihr sie vorweisen. Also einpacken nicht vergessen!
- ➔ Wer bringt was mit? Wer organisiert den Transport? Wer betreut die Künstler / Schülerband o.Ä.? Welches zusätzliche Material wird hierfür benötigt?
- ➔ Falls ihr ein gefülltes Rahmenprogramm mit festen Zeiten habt, gebt dies an die Pressebeauftragten weiter (z.B. Schülerband 15-16 Uhr, Klimaquiz 16-17 Uhr etc.) und hängt das Programm gut sichtbar am Aktionstag aus. Ggf. lässt sich das Programm auch auf die Flyer oder Plakate drucken.
- ➔ Tragt euch in den Schichtplan ein. So seht ihr, wo ihr noch Hilfe der anderen Teams benötigt.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir den Auf- und Abbau mit dem Ladenbesitzer abgesprochen?
- Haben wir einen möglichst umweltfreundlichen Transport organisiert?
- Haben wir gemeinsam mit den anderen Teams den Schichtplan besprochen und erweitert?
- Haben wir genug Unterstützer für den Aktionstag?

7. DER TAG DER KAROTTE

Beim Aufbau der Deko unbedingt drauf achten, dass Straßenschilder weiterhin gut erkennbar sind (sie dürfen z.B. nicht überklebt werden) und Fußgänger oder Radfahrer nicht beeinträchtigt werden.

ALLES ERLEDIGT?

- Haben wir alle benötigten Genehmigungen und Listen dabei?
- Haben wir die Aufgaben klar verteilt?

➤ DER AKTIONSTAG NAHT

3.2

BALD IST ES SOWEIT

Nur noch wenige Tage bis zum Carrotmob-Aktionstag. Die einzelnen Teams haben sich gut vorbereitet. Jetzt heißt es: nur nichts vergessen. Deshalb ist im Folgenden eine allgemeine Checkliste (Material- und Mitnehmliste) zu finden, einen Schichtplan haben die Eventmanager bereits erstellt.

Bevor der Carrotmob-Aktionstag steigt, empfiehlt es sich, einige Tage vorher nochmals ein Treffen aller Teams zu veranstalten. Dabei sollte die Checkliste und der Schichtplan mit allen durchgegangen und besprochen werden. Folgende Frage sollte beantwortet werden: Wer macht wann was?

Die wichtigsten Aufgaben, die am Tag des Carrotmob-Aktionstages erledigt werden müssen, sind:

- die benötigten Materialien an den Ort des Geschehens bringen
- die Dekoration anbringen
- das Equipment für Band / Künstler o.Ä. aufbauen
- die Gesamtkoordination, Moderation und den Kas sensturz anleiten
- die Pressearbeit / Information vor Ort durchführen (ggf. der Presse Interviews geben) und immer wieder twittern, um spontan weitere Mitmacher zu gewinnen

- das gesamte Projekt dokumentieren, Foto- und /oder Filmaufnahmen der Vorbereitungen und des Carrotmob-Aktionstages erstellen
- das Event mit der Foto- oder Filmkamera begleiten und dokumentieren
- die Bands / Künstler o.Ä. betreuen
- „Außendienst“ machen: Laufkundschaft zum mitmachen motivieren
- den Ladenbesitzer ggf. unterstützen
- nach der Veranstaltung: Abbau und Materialabtransport organisieren

Hierfür tragen sich alle Schüler in den Schichtplan ein. Zudem erweitern Sie die Checkliste. Beides sollte in einer gemeinsamen Besprechung erläutert, Fragen beantwortet und gemeinsam ausgefüllt werden.

Diese Dokumente sollten mindestens in zweimaliger Ausführung in schriftlicher Form an dem Aktionstag vorliegen, damit sich die Schüler immer wieder orientieren können, was wann zu tun ist. Eine Liste mit den Handynummern aller Beteiligten ist ebenso wichtig, damit die Schüler sich im Notfall kontaktieren können.

BESONDERS FÜR DIE EVENTMANAGER UND DIE PRESSE- UND ONLINEBEAUFTRAGTEN FALLEN KURZ VOR UND AM AKTIONSTAG NOCHMALS EINIGE AUFGABEN AN.

Die Eventmanager

Das Wichtigste, damit der Carrotmob-Aktionstag ein voller Erfolg wird: Das geplante Programm sollte mit dem Ladenbesitzer möglichst genau abgesprochen sein. Generell gibt es einige Dinge, die mit dem Geschäft im Vorfeld geklärt werden sollten. Wichtig ist zum Beispiel, mit dem Besitzer zu besprechen, wann mit dem Aufbau für den Aktionstag begonnen werden kann. Oft ist das im laufenden Betrieb nicht möglich. Dann muss vielleicht schon am Tag zuvor nach Feierabend begonnen werden.

Zudem müssen sich die Schüler, im Falle, dass sie Dekoration von Externen leihen, rechtzeitig um das Abholen kümmern. Kann der Transport dabei eventuell mit einem Lastenrad organisiert werden? Dies wäre eine konsequente Umsetzung des Klimaschutzaspektes des Carrotmobs und spart weitere CO₂-Emissionen ein.

Beim Auf- und Abbau müssen alle Teams mit anpacken. Jede Hand wird benötigt. Gehen Sie den Schichtplan mit den Eventmanagern rechtzeitig durch und erweitern Sie diese entsprechend des Rahmenprogramms.

Die Presse- und Onlinebeauftragten

Im besten Fall kündigt sich die Presse für den Aktionstag an. Die Schüler machen mit Interessenten verbindliche Termine aus und vereinbaren intern, wer die Sprecherrolle übernimmt; Schüler aus dem Team der Projektleiter oder der Pressebeauftragten?

CHECKLISTE

**Diese Liste hängt vom jeweiligen Rahmenprogramm ab und muss von euch entsprechend erweitert werden*

MATERIAL

WO UND WANN ABZUHOLEN?

WER BRINGT ES MIT?

PROJEKTLEITER

Handy
Einsatzplan

ENERGIEBEAUFTRAGTE

Maßnahmenplan

...

PRESSEBEAUFTRAGTE

Liste mit Pressekontakten
Infoschreiben für die Presse/ Pressemappen
Foto/ Kamera
Aushang für Fotohinweis (Einverständnis)
Fotoeinverständniserklärungen (für Einzelfotos)

ONLINEBEAUFTRAGTE

Laptop mit Zubehör
Internet-Stick
Foto/ Kamera

GRAFIKER

Plakate
Handzettel

EVENTMANAGER

Genehmigungen
Schichtplan
Deko
Musikanlage / Lautsprecher/ Boxen/ Mikro
Tesa/ Gaffatape o. Ä.
Scheren/ Stifte/ Edding
Kreide?
Namensschilder
Bierbänke

➤ AM CARROTMOB-TAG

3.3

An diesem Tag orientieren sich die Schüler an dem im Vorfeld erstellten Schichtplan und der Checkliste. Jeder verfolgt seine Aufgabe. Kurz vor Beginn des Carrotmobs rücken alle Schüler nochmals im nahen Umkreis des Ladens aus und machen Werbung. Jetzt sollen möglichst viele spontane Kunden gewonnen und überzeugt werden, in dem Laden vorbeizuschauen und etwas zu kaufen. Es empfiehlt sich, zwei Minuten vor Beginn des Carrotmobs die Menschenmenge vor dem Laden zu halten und die Ladentüre geschlossen zu haben bzw. keinen einzulassen. Die Menge zählt den Countdown – der Laden wird gestürmt. Es geht darum, die Kunden für Klimaschutz zu interessieren und ihnen das Potenzial aufzuzeigen, das in ihrer Art und Weise zu konsumieren steckt. Hierfür eignet sich die Idee des Carrotmobs.

Denn Schüler sind die Gestaltungs- und Entscheidungsträger von morgen, ihr Verhalten ist noch beeinflussbar. Doch wie vermittelt man das „trockene“ Thema Energie? Indem die Interessen der Schüler beachtet werden. Indem auf den erhobenen Zeigefinger verzichtet wird. Das Konzept eines Carrotmobs wird so für Schüler zielgruppengerecht aufbereitet und auf den Stundenplan gesetzt – als Wahlfach, AG oder P-Seminar. Dabei werden die Schüler zu den Organisatoren eines Carrotmobs. Sie sprechen Unternehmen an, planen und führen den Aktionstag durch.

Im Vorfeld erlangen sie in Modulen und Workshops zusätzlich interdisziplinäres Wissen zum Thema Klimaschutz und Energie sowie zum Umgang mit Medien und zu projektorientiertem Arbeiten.

WÄHREND DES CARROTMOBS: ALLE TEAMS ERLEDIGEN IHRE AUFGABEN (SIEHE SCHICHTPLAN)

Insbesondere:

- die Kundschaft über die Aktionsform und den Klimaschutzgedanken hinter einem Carrotmob informieren
- Passanten ansprechen und zum Mitmachen motivieren
- das Rahmenprogramm abwickeln
- die Künstler betreuen und ihnen zur Seite stehen
- den Ablauf fotografieren / filmen und dokumentieren
- über die Besucherzahlen, die Stimmung und über die Programmpunkte twittern
- die Presse betreuen
- abschätzen, wie viele Personen am Aktionstag teilnehmen

DER KASSENSTURZ

Wenn der Carrotmob-Aktionstag sich dem Ende neigt, sollten die Energiebeauftragten und Projektleiter anfangen zu zählen, wie viel Umsatz gemacht wurde. Denn der letzte Akt und das Highlight am Carrotmob-Aktionstag ist der Kassensturz. Vor versammelter Mannschaft wird verkündet, wie viel Geld eingenommen wurde und nochmals betont, dass dieser Betrag in Klimaschutzmaßnahmen fließt (und in Zukunft CO₂ einspart). Eine kleine Abschlussrede (vorbereiten!) ist außerdem eine nette und gute Gelegenheit, um allen Beteiligten zu danken.





4 NACHBEREITUNG

Die Ergebnisse jedes Carrotmobs sollten unbedingt einer breiten Öffentlichkeit präsentiert werden, um ein Bewusstsein für den Klimaschutz zu schaffen – jede Erwähnung in Presse-oder Online-Formaten ist auch eine kleine Anerkennung für das Engagement der Schüler.

Zusätzlich dazu ist es natürlich auch wichtig, die konkreten Maßnahmen im Geschäft umzusetzen bzw. dafür zu sorgen, dass sie umgesetzt werden.

Mit Fotos, Videos und Berichten jedes Carrotmobs posaunen wir gemeinsam die Botschaft vom Carrotmob in die weite Welt hinaus!

UNTER ANDEREM AUF

WWW.CARROTMOB-MACHT-SCHULE.DE

NACH DEM CARROTMOB-AKTIONSTAG IST DIE ERSTE AUFREGUNG VORBEI, DAS GELD IN DER KASSE. ALLE SPUREN DES EVENTS SIND BESEITIGT. DAMIT IST DAS PROJEKT JEDOCH NICHT ABGESCHLOSSEN. DAMIT DIE CO₂-EMISSIONEN NACHHALTIG VERRINGERT WERDEN, IST DIE TATSÄCHLICHE UMSETZUNG DER MASSNAHMEN VON BEDEUTUNG. DOCH AUCH IN DEN ANDEREN BEREICHEN FALLEN NOCH EINIGE AUFGABEN AN.

Die Energiebeauftragten

Die letzte „Pflicht“ der Schüler ist es, die Umsetzung der Klimaschutzmaßnahmen zu verfolgen. Kurze Zeit nach dem Carrotmob-Aktionstag fragen die Schüler bei dem Geschäft nach, wann mit der Umsetzung begonnen oder wie alles ablaufen wird. Bei der einen oder anderen Realisierung sollte eine Kamera / ein Foto nicht fehlen. So können anschließend „Beweisbilder“ bzw. Vorher-Nachher-Bilder veröffentlicht werden, was der Carrotmob konkret zum Klimaschutz beigetragen hat. Auch möglich: Die Schüler kommen zu einem abschließenden Fototermin vorbei, wenn alles fertig ist.

AUCH BEI DER ÜBERPRÜFUNG DER MASSNAHMENUMSETZUNG IM GESCHÄFT MACHT DIE UNTERSTÜTZUNG DES ENERGIEBERATERS SINN

Die Presse- und Onlinebeauftragten

Zur guten Öffentlichkeitsarbeit gehört es zum Beispiel, dass in der einen oder anderen Form eine Nachberichterstattung erfolgt. Seien es Bilder vom Carrotmob-Aktionstag auf der Facebook-Seite, ein Artikel auf dem Blog oder in einer Zeitung des Stadtteils. Auf alle Fälle sollten die Schüler ihren Erfolg kommunizieren: Wie viel Geld der Mob generiert hat und wie viel CO₂ der Laden damit nach Umsetzung der Maßnahmen jährlich einspart. Wichtig ist es außerdem, sich bei allen Gästen, Helfern und Partnern zu bedanken. All das gehört dazu und rundet die Sache ab. Zudem wird dadurch die Wirkung der Masse nochmals deutlich – zwar hat jeder „nur“ ein paar Euro beim Carrotmob-Aktionstag ausgegeben, doch die Masse macht's.

An dieser Stelle haben die Schüler auch die Gelegenheit, Feedback einzuholen. Was lief aus Sicht der Gäste und des Geschäfts gut? Was hätte besser laufen können? Diese Aufgabe übernehmen die Projektleiter und die Onlinebeauftragten. Auf der Facebook-Seite können einige kurze Feedbackfragen eingestellt werden, die Nachfrage beim Ladenbesitzer kann per Telefon geschehen.

BERICHTE UND FOTOS VOM CARROTMOB

- **AUF DER SCHUL-WEBSITE**
- **IN DER SCHÜLERZEITUNG**
- **IN DER LOKALPRESSE**
- **ALS PLAKAT IM LADEN**
- **AUF DEM BLOG**
- **IN DEN ANDEREN ONLINE-KANÄLEN**
- **...**

➤ DOKUMENTATION

4.2

EUER ENGAGEMENT BRAUCHT ÖFFENTLICHKEIT!

Das Team von *Carrotmob macht Schule* möchte eure Carrotmob-Aktivitäten möglichst weithin sichtbar verbreiten.

Dafür ist die Dokumentation auf der *Carrotmob macht Schule*-Homepage ein wirksames Mittel. Fotos, Videos und andere Ergebnisse von allen Carrotmob-Aktionen möchten wir auf der Website einer breiten Öffentlichkeit vorstellen.

„TU GUTES UND REDE DARÜBER“

Schickt deshalb die Daten und einige Fotos eures Carrotmobs an das Team von Carrotmob macht Schule!

Wir brauchen von euch:

- Name der Schule
- Name und Art des Geschäfts
- Datum
- Carrotmob-Zeitraum
- erwirtschafteter Umsatz
- durchgeführte Maßnahmen im Laden
- daraus resultierende CO₂-Einsparung pro Jahr
- Anzahl der Kunden während des Carrotmobs
- Art des Rahmenprogramms
- weitere Besonderheiten eures Carrotmobs

außerdem freuen wir uns über:

- Einige Fotos (mit Einverständniserklärung für die Veröffentlichung im Internet)
- Links zu Videos und Blogs
- Zeitungsausschnitte
- Fernsehbeiträge und Podcasts

The screenshot shows the website interface for 'Carrotmob macht Schule'. At the top, there's a navigation menu with links: 'Startseite', 'Konzept', 'Lehrerfortbildung', 'Teilnahme', and 'Kontakt'. Below this is a large hero section with a background image of people in a store. The text in the hero section asks: 'SIE MÖCHTEN IHREN SCHÜLERINNEN UND SCHÜLERN EIN FORDERNDES UND SPANNENDES PROJEKT BIETEN?' and includes a call-to-action button: 'STARTEN SIE IHREN CARROTMOB!'. Below the hero section, there's a sub-section titled 'MACHT SPASS UND SCHÜTZT DAS KLIMA' which features a small image of a person in a carrot costume. The text in this section explains that Carrotmob projects are effective climate action and innovative marketing, and that Carrotmob brings many customers to a store, increasing sales and supporting climate protection.



5 QUELLEN

LINKS ZUM THEMA KLIMAWANDEL

Für eine intensivere Auseinandersetzung auf wissenschaftlicher Ebene empfiehlt sich die Lektüre folgender Literatur:

- Umweltbundesamt, Geschichtliche Eckdaten der Erforschung des Treibhauseffekts, <https://www.umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/klimawandel/klima-treibhauseffekt>, 15.09.2016
- Umweltbundesamt, Und sie erwärmt sich doch, https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/und_sie_erwaermt_sich_doch_131201.pdf, 15.09.2016
- BMU, Klimaschutz und Klimapolitik, http://www.umwelt-im-unterricht.de/uiufiles/dateien/klima_de_schuelerhefte.pdf, 15.09.2016
- Skeptical Science, Wissenschaftlicher Leitfaden zur Klimaskepsis, http://www.skepticalscience.com/docs/Guide_Skepticism_German.pdf, 14.09.2016
- IPCC, Klimaänderung 2007, <http://www.ipcc.ch/pdf/reports-nonUN-translations/deutch/IPCC2007-WG1.pdf>, 14.09.2016
- IPCC, Klimaänderung 2013, <https://www.ipcc.ch/pdf/reports-nonUN-translations/deutch/ar5-wg1-spm.pdf>, 15.09.2016
- Germanwatch, Auswirkungen des Klimawandels auf Deutschland, <http://germanwatch.org/klima/klideu07.pdf>, 15.09.2016

QUELLEN

- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB). <http://www.bmub.bund.de/> , 19.05.2016
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) (2015): Nationale Klimaschutz Initiative. <https://www.klimaschutz.de/>, 19.05.2016
- CO2online (2016): Klima sucht Schutz. <http://www.klima-sucht-schutz.de/service/haben-sie-fragen/>, 19.05.2016
- Carrotmob (2013). <http://www.carrotmob.org>, 19.05.2016
- Vimeo (2016): How organized consumer purchasing can change business. <https://vimeo.com/2913530>, 19.05.2016
- Sachverständigenbüro Wulfes (Dipl.-Ing. (FH) Architekt Wulfes, W.). <http://www.sv-wulfes.de/>, 19.05.2016
- Openpr (2016). <http://www.openpr.de/>, 19.05.2016
- Pressemeldung. <http://pressemeldung.org/>, 19.05.2016
- Citrix Podio. <https://podio.com/>, 19.05.2016
- Doodle (2016). <http://doodle.com/de/>, 19.05.2016
- Prof. Dr. Herbst, D.: Das professionelle 1 x 1: Public Relations: Konzeption und Organisation - Instrumente - Kommunikation mit wichtigen Bezugsgruppen, 3. Auflage, 2007, Cornelsen Verlag Scriptor
- Youtube (2010). https://www.youtube.com/watch?v=rfCkpmD_E_M&list=UUQDk-lj0hvWhBv9rydtOJIqQ&index=41, 19.05.2016
- Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung München (ISB). <https://www.isb.bayern.de/>, 19.05.2016
- Youtube (2010). Xtra3: Klimawandel mal positiv. <https://www.youtube.com/watch?v=s3ZeWb2dJqo>, 19.05.2016
- Umweltbundesamt (UBA). <https://www.umweltbundesamt.de/> , 19.05.2016
- Skeptical Science (2016). <http://www.skepticalscience.com/>, 19.05.2016
- Intergovernmental Panel On Climate Change (IPCC) (2016). <http://www.ipcc.ch/>
- Germanwatch. <http://germanwatch.org/de/startseite>, 19.05.2016
- Klimawandel und globale Erwärmung-Der Treibhauseffekt. Deutschland, Australien, 2008, RBV-Medien
- Umweltbundesamt: Der CO2-Rechner. http://uba.klimaktiv-co2-rechner.de/de_DE/popup/ , 19.05.2016
- Klimawandel-Und was wir tun können. 2008, Focus-Multimedia
- Erneuerbare Energien-Gemeinsam Unschlagbar. 2007, fechnerMedia
- Youtube (2010): 2.Carrotmob in Hamburg am 21-10-2010 EDEKA Osterstraße. <https://www.youtube.com/watch?v=WBksC3VjpSg>, 19.05.2016
- Youtube (2011): Münchens erste Carrotmob-Party. https://www.youtube.com/watch?v=WsP2D_EfH2I , 19.05.2016

CARROTMOB-FOTOS

Alle Fotos von Schulprojekten und Carrotmobs sind im Rahmen von Carrotmob-Projekten von Green City e.V. entstanden, die Bildrechte liegen bei Green City e.V.

- ➔ S. 34: Fotograf: Andreas Schebesta
- ➔ S. 40, 72: Fotograf: Christopf Brüning
- ➔ S. 68: Fotograf: Franziska Hasse

► WER STECKT HINTER CARROTMOB MACHT SCHULE?

CARROTMOB MACHT SCHULE WIRD VOM BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ, BAU UND REAKTORSICHERHEIT IM RAHMEN DER NATIONALEN KLIMASCHUTZINITIATIVE GEFÖRDERT.

Green City e.V. gründete sich 1990 als gemeinnütziger Verein und ist heute eine der größten Umweltschutzorganisationen Münchens. Der Verein setzt sich auf lokaler Ebene für den Klimaschutz mittels nachhaltiger Mobilität, Stadtgestaltung, Energieeinsparung und Umweltbildung für alle Altersgruppen ein. In enger, freundschaftlicher Zusammenarbeit stellt Green City jährlich ca. 160 Veranstaltungen auf die Beine, die thematisch am Puls der Zeit und nah am Menschen sind und macht München so zukunftsfähig.

Die vielseitigen Methoden wie Aktionstage, Podiumsdiskussionen oder Umweltbildungsprojekte fördern bürgerschaftliches Engagement, Bewusstseinsbildung sowie gesellschaftlichen Diskurs. Ziel der Aktivitäten ist die Verbesserung der Lebensqualität sowie die Entwicklung und Durchführung von Partizipationsprojekten für eine post-fossile Lebens- und Stadtgesellschaft. Das Umweltbildungsteam von Green City e.V. führt bereits seit 2005 Bildungsprojekte im Bereich Klimaschutz durch und verfügt über zahlreiche gute Kontakte im Bildungsbereich.

Mit *Carrotmob macht Schule* wollen wir die innovative, partizipative und kreative Klimaschutzaktion Carrotmob in der deutschen Bildungslandschaft bekannt machen und Pädagoginnen und Pädagogen ermuntern selbst mit ihren Schülern aktiv zu werden..

Wir sind für die Konzeption und Durchführung der Fortbildungen sowie für das inhaltliche und pädagogische Konzept verantwortlich. Gerne geben wir auch Tipps aus unserer praktischen Erfahrung in der Organisation und Durchführung von Carrotmobs weiter.

Green City
Mehr Umweltschutz.

BildungsCent e.V. mit Sitz in Berlin arbeitet seit 2003 im gesamten Bundesgebiet mit mehr als 4.500 Schulen und Bildungseinrichtungen zusammen. Zweck des gemeinnützigen Vereins ist die Förderung einer nachhaltigen Lehr- und Lernkultur. Alle Programme verfolgen das Ziel, die Schule als einen Lebensraum zu entwickeln, in dem die Schüler ihre Potenziale entfalten und an der Gestaltung des Schullebens aktiv teilhaben. Wir arbeiten prozessorientiert und legen großen Wert darauf, dass die Angebote schulindividuell umgesetzt werden können.

Mit zukunftsweisenden Impulsen und Programmen begleiten wir Schulen und Bildungseinrichtungen bei der Gestaltung von Entwicklungsprozessen und der Einbindung wichtiger gesellschaftspolitischer Themen in den Schulalltag. Wir setzen verschiedene Programme zu den Themen Klimaschutz und Klimawandel, Partizipation und Engagement, Schulleitungshandeln und Leadership um.

Mit *Carrotmob macht Schule* geben wir einen Impuls, der handlungsorientiertes Lernen im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung unterstützt und Schüler dazu motiviert, mit einer sichtbaren Aktion für den Klimaschutz aktiv zu werden.

Wir koordinieren die Fortbildungen und sind für die Begleitung der Teilnehmenden im Programmverlauf zuständig.

BildungsCent e.V.

WWW.CARROTMOB-MACHT-SCHULE.DE

CARROTMOB MACHT SCHULE WIRD GEMEINSAM VON GREEN CITY E.V. UND BILDUNGSCENT E.V. UMGESETZT

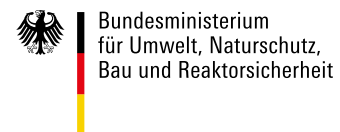


BildungsCent e.V.

Unterstützt von:



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Green City e.V.
Lindwurmstr. 88
80337 München
Tel. (089) 890 668 - 329
Fax (089) 890 668 - 66
andreas.obermeier@greencity.de

BildungsCent e.V.
Oranienstraße 183
10999 Berlin
Tel. (030) 610 81 44 - 96
Fax (030) 610 81 44 - 50
carrotmob@bildungscent.de

WWW.CARROTMOB-MACHT-SCHULE.DE