



Was wir tun

1. Handlungsbedarf

Wir produzieren Tonnen an Plastikmüll im Jahr, genauer gesagt produziert jeder Deutsche rund 220 Kilo Verpackungsmüll im Jahr. Insgesamt also mehr als 18 Millionen Tonnen. Ab 2019 ist ein europaweites Verpackungsgesetz in Kraft getreten, welches sich der Problematik des Plastikmülls annimmt, dies kann jedoch nur als müder Anfang gewertet werden. Viel mehr muss darum gehen sich als Verbraucher seines eigenen Beitrages zur Verunreinigung der Meere und der Landschaft bewusst zu werden. Den meisten Menschen unbewusst gelangt Mikroplastik durch Kosmetika, Kleidung und Autos in die Umwelt. Dies zu verhindern bedingt ein Umdenken im eigenen Konsumverhalten.

Die sichtbare Verunreinigung durch das Wegwerfen von Verpackungsmüll ist letztlich nur die Spitze des Eisberges, verdeutlicht und veranschaulicht jedoch das Kernproblem. Die eigene Auseinandersetzung mit seinem Konsum und den Folgen für die Umwelt. Daher sehen wir den Handlungsbedarf darin, durch öffentlichkeitswirksamen Müllsammelaktionen auf die tiefgehenden Probleme der Müllverschmutzung aufmerksam zu machen.

2. Müllsammelaktionen

Bei den Müllsammelaktionen kommen Menschen zusammen, um gemeinsam Müll aus der Umwelt zu entfernen und diesen gerecht zu entsorgen. Dabei soll eine Gemeinschaft geschaffen werden, die sich selbstverständlich und relativ autonom organisieren kann. Ziel ist es im Sommer 2019 regelmäßig Müll im Schlossgarten und im Innenstadtbereich Osnabrücks zu sammeln und durch diese Präsenz in das kollektive Bewusstsein zu gelangen. Die Hauptzielgruppe sind junge Studierende, die sich der Sache verbunden fühlen. Die Gruppe ist für alle offen und jede/r ist darin herzlich Willkommen. Ziel der Müllsammelaktionen soll es sein, gerade bei jungen Menschen ein Bewusstsein dafür zu wecken, den eigenen Müll nicht mehr in der Umgebung zu verteilen, sondern diesen gezielt zu entsorgen.

3. Bildungsarbeit

Durch gezielte Bildungsarbeit an Schulen und anderen Bildungseinrichtungen soll das Thema weiter vorangetragen werden. Dazu soll eine pädagogische Leitung im Verein integriert werden, welche sich gezielt dem Thema widmet und dieses auf verschiedene Altersstufen gezielt entwickelt. Wir wollen dann direkt auf Schulen zugehen und dort Bildungseinheiten durchführen. Dies sorgt zum einen dafür, dass Schüler*innen sich dem Thema allgemein nähern und zum anderen den Verein kennenlernen. Denkbar an dieser Stelle wäre auch Sponsoring-Aktionen an Schulen. So könnten Schüler eigene Kampagnen entwickeln, um Spenden zu sammeln, oder auch Müllsammelaktionen durchführen und sich dabei von Bekannten und Verwandten sponsorn lassen. Das Fundraising in Schulen steht jedoch zunächst definitiv im Hintergrund. Wichtiger ist und die pädagogisch wertvolle Bildungsarbeit.

4. Öffentlichkeitsarbeit

Ein wesentlicher Punkt unserer Arbeit findet sich im Marketing wider. Es soll versucht werden lokale und überregionale Medienanstalten auf unser Treiben aufmerksam zu machen. Die Einrichtung der sozialen Medien Kanäle ist der erste Schritt, im Nachgang soll eine Website entstehen, die vor Allem auf Information und Partizipation abzielt. Ebenfalls sollen Werbevideos professionell entstehen, die bei jungen Menschen den Partizipationswunsch wecken sollen.

5. Lobbyarbeit

Neben der inhaltlichen Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit soll auch gezielte Lobbyarbeit zum Tragen kommen. Petitionen sollen ausgearbeitet werden und Expertise in die politischen Entscheidungsträger getragen werden. Auf kommunaler Ebene soll sich beispielsweise für mehr Mülleimer und intelligente Entsorgungssysteme eingesetzt werden. Auf Landes- und Bundesebene soll langfristig die Reputation des Vereines genutzt werden, um Entscheidungen hinsichtlich gesetzlich verordneter Müllvermeidungsgesetze voranzutreiben.

6. Festival/Veranstaltungsteilhabe

Auf Festivals soll gezielt auf die Problematik der Umweltverschmutzung hingewiesen werden. Je nach Möglichkeit werden wir verschiedene Konzept verfolgen um auf das Thema Müll aufmerksam zu machen. Ob einen eigenen Stand, Müllsammelaktionen oder anderen Engagements, man wird von Festival zu Festival Erfahrungen sammeln und schauen, wie wir unser Thema am besten transportieren können. Für jedes Festival wird ein eigenes Konzept geschrieben und auf die jeweilige Klientel angepasst.