




Carrotmob

Carrotmob-Akademie für Klimaschützer

 Verbraucher | [Information](#) [Qualifikation](#) [Beteiligung](#)
[Kampagne](#)



i

Projektinformationen

 [Förderprogramm](#)

Innovative Klimaschutzprojekte

 [Projektlaufzeit](#)

1. Februar 2012 bis 31. Januar 2015

 [Projektnehmer](#)

Green City e.V.

[Förderkennzeichen](#)

03KSF013

[Fördersumme](#)

177.107 Euro

[Kontakt](#)

info@greencity.de

www.klimaschutz.de/projekt/carrotmob-akademie-fur-klimaschuetzer

Konsumieren für den Klimaschutz

Kaufen, Klima schützen, Spaß haben – von San Francisco aus erreicht die Idee des Carrotmobs den deutschen Handel – und die Carrotmob Akademie zeigt, wie es geht.

Auf einen Blick

Konsum und Klimaschutz kommen zusammen, wenn engagierte Menschen einen Carrotmob veranstalten. Der Carrotmob ist eine Variante des Flashmobs: Eine möglichst große Gruppe von Personen verabredet sich an einem bestimmten Tag zum strategischen Einkauf in einem Ladengeschäft. Im Gegenzug verpflichtet sich das Unternehmen, mit einem Teil des erzielten Zusatzgewinns Klimaschutzmaßnahmen in den eigenen Räumen durchzuführen, wie etwa die Anschaffung effizienterer Kühlgeräte. Begleitet wird die Aktion durch Pressearbeit und ein buntes Rahmenprogramm mit Informationen und Musik, um möglichst viele Interessierte sowie Kundinnen und Kunden anzulocken. Wer einen Carrotmob organisieren und in die Tat umzusetzen will, muss allerdings ein Händchen für geschickte Öffentlichkeitsarbeit und Grundkenntnisse im Projekt- und Eventmanagement mitbringen. An diesem Punkt setzte die Carrotmob Akademie an. Sie bot eine ausführliche Webseite und Workshops an, die Interessierte darin qualifizieren sollten, einen Carrotmob erfolgreich durchzuführen. Die ausgebildeten Aktivistinnen und Aktivisten sollten dann mindestens 30 Carrotmobs initiieren und ein Netzwerk engagierter Klimaschützerinnen und Klimaschützer bilden.



Ein Carrotmob in einer Bar.



Die Akademie und ihre Partnerinnen und Partner: So macht man es richtig

Bei einem Carrotmob treffen sich viele Menschen in einem Ladengeschäft und feiern ein buntes Fest für den Klimaschutz. Die Idee dazu entstand 2008 in San Francisco. Schon ein Jahr später brachte der Verein Green City das Kampagnenformat nach Deutschland und begleitete bis zum Jahr 2012 in München neun Aktionen. Auf Grundlage dieser Erfahrungen entwickelte Green City einen Plan für die bundesweite Beratungsplattform Carrotmob Akademie.

Von Anfang an sollte der Charakter einer Ausbildungseinrichtung im Vordergrund stehen. Tipps und Tricks für die Anwerbung kleiner und mittelständischer Unternehmen für eine Teilnahme an Carrotmobs sollten ebenso Teil des Angebots sein, wie die korrekte Ablauforganisation oder die Wahl des passenden Zeitpunkts für Werbemaßnahmen. Gleichzeitig holte sich Green City auch professionelle Unterstützung von mehreren Partnerinnen und Partnern.

Was sollte das Projekt erreichen?

- Durchführung von insgesamt fünf Workshops zum Thema „Wie mache ich einen Carrotmob?“;
- Erstellung des Workshopkonzeptes, einer Webseite, regelmäßiger Newsletter, (Handbuch);
- Aufbau sozialer Netzwerke;
- Initiierung von mindestens 30 Carrotmobs;
- langfristige CO₂-Reduktion von circa 500 Tonnen pro Jahr;
- einmalige Durchführung des Formats „Carrotmob macht Schule“.

Die gemeinnützige Beratungsgesellschaft co2online GmbH stellte den Aktivistinnen und Aktivisten bei Bedarf Energieberaterinnen und Energieberater zur Verfügung. Sie berieten die Betriebe, die einen

Carrotmob veranstalten wollten, über unentdeckte Stromfresser und Energiesparpotenziale.

Zusätzlich dazu betrieben die Green City Energy AG und die Naturstrom AG bei Workshops und zu den Flashmobs Carrotmob-Infostände und stellten Geldmittel zur Verfügung. Der Oekom Verlag stiftete Exemplare seines Klimaschutzbuchs zum Verkauf bei den Aktionen. Mit dem Erlös konnten Teile der Kosten, die bei der Organisation des Carrotmobs anfielen, abgedeckt werden.



Die Carrotmob Akademie wurde im Mai 2013 auf der PEAK Konferenz des Mittelstandsverbundes vorgestellt.

Workshops ...

Herzstück des Projektes waren die Workshops. Erfahrene Carrotmoberrinnen und Carrotmobber brachten Neulingen das nötige praktische Wissen zur Veranstaltung einer Aktion bei. Insgesamt fanden sieben Workshops statt. Green City hatte ein 70 Seiten starkes Handbuch erarbeitet, in dem alle Schritte für die Planung und Umsetzung eines Carrotmobs detailliert und praktisch beschrieben wurden. Das Wichtigste wurde bei den Workshops im Detail diskutiert. Ein Startpaket enthielt Zeitpläne, Checklisten, Vorlagen für Pressemitteilungen, Tipps für die Akquise von kooperierenden Geschäften und vieles mehr.



Was hat das Projekt erreicht?

- Durchführung von sieben Workshops;
- Fertigstellung der Webseite, der Newsletter und des Workshopkonzeptes (Handbuch);
- Aufbau sozialer Netzwerke;
- Durchführung von zwölf Carrotmobs;
- Reduzierung von 21 Tonnen CO₂ pro Jahr;
- Durchführung eines „Carrotmob macht Schule“ von 20 Schülerinnen und Schülern.

Das Kurs-Angebot der Carrotmob Akademie wurde online ausführlich beworben und lockte ein breites Spektrum an Teilnehmenden an. Darunter waren Privatpersonen, Schülerinnen und Schüler, Lehrende, Nichtregierungsorganisationen sowie Interessierte aus kleinen und mittelständischen Unternehmen.

... und Webseite

Ein zweiter Schwerpunkt der Carrotmob Akademie war ihre Internetpräsenz. Dort konnten ein detaillierter Carrotmob-Plan mit fünf Schritten sowie Arbeitsvorlagen heruntergeladen werden. Videoanleitungen und ein Carrotmob Marktplatz ergänzten das Online-Angebot.

Welche Ausstrahlung hatte das Projekt?

- Nach Projektende wurde die Carrotmob Akademie nicht mehr weitergeführt. Die Webpräsenz inklusive der Online-Handbücher und Online-Hilfen steht nicht mehr öffentlich zur Verfügung.
- Da sich „Carrotmob macht Schule“ als erfolgreiches Format erwies, wird dieses Folgeprojekt von 2016 bis 2018 im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative gefördert. Informationen sind unter www.carrotmob-macht-schule.de erhältlich.

Über die Plattform konnten Carrotmobberinnen und Carrotmobber aus dem gesamten deutschsprachigen

Raum Kontakt halten, sich gegenseitig beraten, informieren und unterstützen. Ermöglicht wurde dies auch durch eine umfassende Kontaktdatenbank.

Beitrag zum Klimaschutz

Geplant war, dass ausgehend von der Akademie während des Förderzeitraums dreißig Carrotmobs initiiert und veranstaltet werden sollten. Im Gegenzug sollten die beteiligten Geschäfte aus den so erzielten zusätzlichen Einnahmen Klimaschutzmaßnahmen finanzieren. Dadurch wären bis zu 500 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart worden. Tatsächlich fanden zwölf Carrotmobs statt, die in Kombination mit den durchgeführten Energieeffizienzmaßnahmen in den Betrieben eine langfristige Reduktion von 21 Tonnen Kohlendioxid ergeben.

Tipps und Tricks für interessierte Institutionen

Innovative Projekte wie der Carrotmob bieten die Chance zu lernen, wie neue Wege tatsächlich gangbar werden. Und selbst wenn sich das Konzept nicht ganz erwartungsgemäß entwickelte, stellt es genau deswegen eine wichtige Erkenntnisquelle dar.

Begeisterung allein reicht nicht

Wer die Workshops erlebte, war davon begeistert. Allerdings resultierte daraus nicht die geplante Anzahl von dreißig Carrotmobs. Zum einen hatten sich einige Teilnehmerinnen und Teilnehmer angemeldet, die gemeinsam nur eine Aktion durchführen wollten. Ihnen war nicht klar, dass von allen Kursteilnehmenden die Veranstaltung je eines eigenen Carrotmobs erwartet worden wäre. Man sollte also in Zukunft davon ausgehen, dass solche Schulungen gern auch von ganzen Gruppen wahrgenommen werden. Zum anderen sahen sich die motivierten Einzelpersonen in der Umsetzungspraxis mit zahlreichen Hürden konfrontiert.



Gerade die Aushandlung der Konditionen für den Tag des Carrotmobs mit den Geschäftsleuten gelang nicht immer optimal. Hier reichte eine Betreuung durch die Carrotmob-Akademie per Telefon oder E-Mail nicht aus. Die tatkräftige Unterstützung erfahrener Carrotmobberinnen oder Carrotmobber vor Ort wäre nötig gewesen.

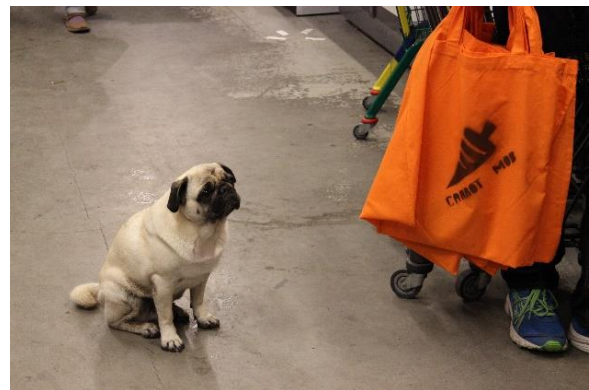
Checkliste der Erfolgsfaktoren

- Auch Gruppen zu Schulungen zulassen – es sollte jedoch geklärt werden, ob diese je einen oder mehrere Carrotmobs durchführen sollen;
- Erfahrener Carrotmobberinnen und Carrotmobber einbinden – ihre Unterstützung vor Ort erhöht die Chance auf erfolgreiche Aktionen;
- Intensive Beratung und Diskussion mit möglichen Geschäftspartnerinnen und -partnern führen, um Bedingungen zu vereinbaren;
- Beteiligte Personengruppen direkt ansprechen, zum Beispiel durch Vorträge;
- Aufwendige Webpräsenzen vermeiden und anstatt dessen kostengünstigere, bestehende Funktionen etablierter Online-Angebote, inklusive sozialer Medien nutzen.

Beteiligte Geschäfte genau unter die Lupe nehmen

Einige Geschäftsleute, bei denen die Carrotmobs stattfanden, hielten sich im Nachhinein nicht an die mündliche Zusage, mit dem erzielten Zusatzgewinn tatsächlich in ihren Räumlichkeiten Klimaschutzmaßnahmen durchzuführen. Als Gründe gaben sie Zeitmangel an. Es erschien ihnen nur schwer möglich, die notwendigen baulichen Energieeffizienzmaßnahmen neben dem alltäglichen Betrieb in Angriff zu nehmen.

Daraus folgt, dass auf die Verbindlichkeit der Vorabvereinbarungen besonderes Augenmerk gelegt werden muss. Da es nicht immer sinnvoll erscheint, einen Carrotmob mit einem rechtskräftigen Vertrag zu untermauern, wird ein anderer Weg empfohlen. Intensivere Beratung und Diskussion mit den möglichen Geschäftspartnerinnen und -partnern scheint die beste Option.



Ein Carrotmob ist ein buntes Ereignis.

Direkte Ansprache der zu beteiligenden Personengruppen

Das Werben für das Format Carrotmob allein online rief weniger Resonanz hervor als geplant. Stattdessen erwies sich ein Vortrag bei der Jahreshauptversammlung des Mittelstandsverbundes als unerwartet erfolgreich. Eine Reihe von Teilnehmenden dieser Veranstaltung war von der Aktionsform so angetan, dass für sie ein eigener Workshop entwickelt wurde. Daraus leitet Green City die Empfehlung ab, bei der Öffentlichkeitsarbeit künftig deutlich stärker auf eine gezielte direkte Ansprache von Interessierten und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu setzen.



Webpräsenz schlank halten

Die Programmierung ausgeklügelter Funktionen einer Internetplattform kann schnell ziemlich teuer werden. So gab es auf der Webseite der Carrotmob Akademie beispielsweise eine aufwendige Datenbank sowie die Möglichkeit, Unterstützungsgesuche für die Organisation einer Aktion einzustellen. Gerade wenn nicht mit Sicherheit gesagt werden kann, wie groß das Interesse der Nutzerinnen und Nutzer an solchen Diensten sein wird, sollte stärker auf bestehende Funktionen etablierter Online-Angebote, inklusive etablierter sozialer Medien wie Facebook zurückgegriffen werden. Diese können für die Dateneingabe niedrigschwelliger und nutzerfreundlicher sein.

Carrotmob macht Schule

Als erfolgreicher Weg, das Format Carrotmob weiter zu verbreiten, erwies sich ein Teilprojekt der Carrotmob Akademie: Carrotmob macht Schule. Schülerinnen und Schüler einer Oberstufe nahmen an einem einjährigen Pflichtseminar teil, das mit der Durchführung eines Carrotmobs abschloss und benotet wurde.

Klimaschutz braucht Initiative

Die Nationale Klimaschutzinitiative (NKI) des Bundesumweltministeriums unterstützt seit 2008 zahlreiche Projekte, die einen Beitrag zur Senkung der Treibhausgasemissionen leisten. Die Förderung erstreckt sich von der Entwicklung langfristiger Strategien bis hin zu konkreten Hilfestellungen und investiven Maßnahmen. Die guten Ideen aus den Projekten tragen dazu bei, den Klimaschutz vor Ort zu verankern. Hiervon profitieren Verbraucherinnen und Verbraucher, Kommunen, Unternehmen und Bildungseinrichtungen.

Impressum

Herausgeber: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) Referat Öffentlichkeitsarbeit · 11055 Berlin · service@bmub.bund.de · www.bmub.bund.de

Redaktion: BMUB, Referat KI I 2 · Arepo Consult · Dezember 2017

Bildnachweise und Lizenzen: Bild (Logo): © Green City e.V./Ansichtssache; Bild (Bar): © Green City e.V./Andreas Schebesta; Bild (Präsentation) © Green City e.V./Daniel Reitmeier; Bild (Hund) © Green City e.V./Mira Amtmann

Quellen: Die Zusammenfassung basiert auf dem Abschlussbericht des Projektes sowie auf weiteren Veröffentlichungen in Fachmedien.