
6.17. Müll in Nord- und Ostsee

→ Erstellung eines Flyers über die Verschmutzung in Nord- und Ostsee

Das Kieler Bootshafensommerfest sollte Schauplatz einer Informationsaktion über die alarmierende Verschmutzung der Nord- und Ostsee durch Plastikmüll werden. Eine grandiose Idee von Kira, auch wenn es letztendlich die Fußgängerzone in Kiel wurde, in der sie ihre selbst gestalteten Flyer unter die Leute gebracht hat. Eines hat sie gelernt: Große Themen erfordern große Anziehungsobjekte, um die Menschen aus ihrem Alltagsgeschehen zu reißen. Shoppen oder tägliche Besorgungen stehen einem wichtigen Umweltthema im Weg, das weit draußen auf dem Meer stattfindet und scheinbar nichts damit zu tun hat.

Motivation und Ziele

Kira möchte die Bewohner*innen Kiels darauf aufmerksam machen, dass viele der großen und weithin bekannten Umweltprobleme auch bei uns zu Hause entstehen und zu bekämpfen sind. Die Verschmutzung der Meere und Ozeane durch Plastikmüll ist eine weltweite Problematik, jedoch auch in der Nord- und Ostsee alarmierend. Jedes Jahr gelangen schätzungsweise 20.000 Tonnen Müll in die Nord- und Ostsee und 11 Kilogramm Plastik liegen auf jedem einzelnen Quadratmeter Meeresboden.

→ Wer sollte erreicht werden?
Bewohner*innen der Stadt Kiel

Was ist konkret passiert?

Zunächst recherchierte Kira Fakten über die Belastung der Ost- und Nordsee durch Plastikmüll und erstellte einen bebilderten Informationsflyer. Sie wollte ihre Flyer auf dem von 60.000 Menschen besuchten Stadtfest „Kieler Bootshafensommer“ verteilen und mit Menschen ins Gespräch kommen. Durchgeführt wurde das Projekt dann in Kiels Fußgängerzone.

Kira stellte fest, dass es nicht leicht fiel, Passant*innen anzusprechen. Viele fühlten sich bedrängt und durch die unvermittelte Ansprache aus ihrem Alltagsrhythmus gerissen. Es fehlte z.B. ein ansprechendes oder auffälliges themenbezogenes Objekt für die Aktion, welches die Menschen schon beim Herankommen auf die Aktion aufmerksam machen könnte.

Einige Menschen ließen sich auf ein Gespräch mit Kira über die Belastung der Meere vor der eigenen Haustüre ein und wurden anschließend kurz zu ihrem Eindruck von der Aktion befragt.

Erfahrungen

→ Besonderheiten: „Ich fand es schön, interessierte Menschen auf ein hiesiges Problem aufmerksam zu machen, das oftmals nicht wahrgenommen wird. Am besten hat mir aber an meinem Projekt tatsächlich die Erkenntnis gefallen, dass eine gute Recherche im Vorfeld und eine gut durchdachte Planung (z.B. bei Wahl des Mediums für die Kommunikation oder die Darstellung des Problems) notwendig sind, um das gesetzte Ziel auch erreichen zu können.“

**„Es gelangen jedes Jahr
schätzungsweise 20.000 Tonnen
Müll in die Nord- und Ostsee.“**

**„Durch meine Erfahrungen als
Freiwillige in Nicaragua
merkte ich, dass man viel bewirken
kann mit kleineren Aktionen,
die wirklich Bezug zu den
Menschen haben, wenn man sie
dort abholt, wo sie sind.“**

→ Do No Harm Check: ● Einige Passant*innen zeigten Ablehnung, weil sie nicht spontan von fremden Menschen angesprochen werden wollten. Eine bessere Sichtbarkeit der Aktion durch ein Objekt, das Neugierde aus der Ferne weckt, wäre hilfreich gewesen. Auf dem ehemals geplanten Aktionsfeld des Sommerfestes besteht die Gefahr, dass Menschen kommen, um sich zu amüsieren und nicht mit Umweltproblematiken konfrontiert werden wollen. Dadurch könnten sie eine ablehnende Haltung der Aktion gegenüber und ggf. auch dem Bereich Umweltaktivismus einnehmen ● Der Flyer sensibilisiert Menschen zur Plastik-Problematik, jedoch ohne Lösungsmöglichkeiten zu bieten. Dadurch kann Frust und Hilflosigkeit entstehen. Deswegen ist es wichtig, mit Menschen ins Gespräch zu kommen ● Generell bleibt ein Problem für kleinere informelle Aktionen im öffentlichen Raum, dass sie nicht zuzuordnen sind und somit die Wirksamkeit der Aktion sehr begrenzt bleibt. Bei Aktionen durch größere Netzwerke oder Organisationen wie in diesem Falle BUND, NABU, Greenpeace, WWF oder auch weniger bekannte Organisationen wie One Earth One Ocean ist dies anders ● Mitunter werden solche Aktionen gar lächelnd als naiv und somit unprofessionell wahrgenommen und daher nicht ernst genommen. Dies kann Vorurteile gegenüber den Idealisten stärken, die wie viele große Bewegungen zunächst einmal klein angefangen haben, die richtigen und wichtigen Dinge zu tun, auch wenn sie nicht gerade sexy, hip oder rentabel sind

→ Probleme und ihre Überwindung: „Bei Vorbereitung des Projekts ist mir aufgefallen, dass die Informationen, die ich über die Verschmutzung der Nord- und Ostsee recherchieren konnte, sehr überschaubar scheinen. Das Medium Flyer war nicht geeignet, um dieses Thema greifbar zu machen, weil die Aktion für die Zielgruppe im Vorfeld nicht sichtbar war. Dies hat die Kontaktaufnahme zur Zielgruppe erschwert, sodass es mich zusehends mehr Überwindung gekostet hat, Passant*innen anzusprechen.“

→ Impulse für das nächste Mal: ● Mehr über das Projekt-Thema recherchieren bevor ich einen Projektplan erstelle ● Audio-visuelles Material im Rahmen der Möglichkeiten verwenden ● Ein plastisches Objekt ins Zentrum der Aktion stellen ● Durch sicht- und hörbare Präsenz die Zielgruppe anziehen, weniger durch direkte Ansprache

Eckdaten

→ Datum und Ort: August 2017, Kiel, Innenstadt
→ Projektkoordinatorin: Kira von Hofe (Jugend im Ausland ASB LV S-H e.V., Nicaragua)

Wusstest du, dass...

...11 kg Müll pro qm² auf dem Meeresboden der südlichen Nordsee liegen?

...jedes Jahr ca. 20.000 Tonnen Müll in der Nord- und Ostsee landen?

...94% der Eisstücke
Kunststoff in ihnen?

...69% von ca. 4
in Nord- und Ostsee
halten?

*Umweltbundesamt (Stand: 02.0



