

Veganer Bazar

Ein öffentlicher veganer Brunch in Mainz

Verzichten Sie noch oder genießen Sie schon? Christian unterstützte die BUNDJugend dabei, Menschen zur freien Verköstigung veganer Speisen einzuladen. Sein erklärtes Ziel: Anderen die vegane Lebensweise näherbringen und zur kritischen Auseinandersetzung mit konsumbezogenen Gewohnheiten anregen.



Was war die Motivation zur Verwirklichung dieses Projektes?

„Als Freiwilliger habe ich gelernt, Essen zu schätzen und mir über den eigenen Horizont hinaus Gedanken zum eigenen Verhalten zu machen. Ich bin selber vom vegetarischen Lebensstil überzeugt und sehe auch Veganismus als beste Lebenseinstellung an. In meinem Umfeld machen sich die wenigsten Gedanken um ihr Konsumverhalten und die damit verbundenen langfristigen globalen Folgen. Deshalb wollte ich in dieser Richtung aktiv werden.“

Was sollte erreicht werden?

- ✓ Menschen sollten für den veganen Lebensstil begeistert werden. Konsumkritisches Verhalten sollte angeregt werden.
- ✓ Den Teilnehmenden sollte der vegane Lebensstil erläutert werden. Mit der Öffentlichkeitsarbeit sollte ein breites Publikum erreicht werden. Anschließend sollte die Veranstaltung mit Hilfe von kurzen Interviews bzw. eines Fragebogens evaluiert werden.

Wer sollte erreicht werden?

- ✓ Direkte Zielgruppe: Die Öffentlichkeit in Mainz und Umgebung; etwa 300 Personen; sowohl Veganer*innen, als auch Vegetarier*innen und Menschen, die sich bislang wenig Gedanken über ihre Ernährungsgewohnheiten gemacht hatten
- ✓ Indirekte Zielgruppe: Freund*innen von Besucher*innen der Veranstaltung, Institutionen, Hersteller veganer Lebensmittel

Was ist konkret passiert? Was wurde erreicht?

„Die Unterstützung des veganen Bazars ergab sich recht spontan. Die Anfragen bei Zeitungen im Mainzer Raum waren leider erfolglos, da diese zu kurzfristig waren. Somit beschränkte ich mich auf Soziale Netzwerke, über welche ich die Veranstaltung mit einem visuell ansprechenden Flyer ankündigte. Dies geschah in mehreren Facebook-Gruppen, welche im Mainzer Raum, aber auch in ganz Rheinland-Pfalz (RLP) aktiv sind und somit regional (Veranstaltungen in Mainz, Vegane Gruppe in Mainz) und inhaltlich (FreiwilligenNetzwerke, Netzwerk zur vegetarischen Ernährung) relevante Zielgruppen ansprechen.

Auf dem veganen Bazar selbst habe ich mit meiner Spiegelreflexkamera gute Fotos geschossen von den ausgestellten Produkten (als Rückmeldung an die Hersteller, welche diese Produkte sponserten, und als zusätzliche Werbemaßnahme). Diese Fotos wurden auch für die Nachbereitung und Dokumentation genutzt.

Über einen Fragebogen, welcher auf dem veganen Bazar ausgelegt wurde, konnte ich wertvolle Informationen zusammentragen. Für diesen hatte ich Fragen entworfen, welche die Öffentlichkeitsarbeit, den Ernährungsstil der Befragten und allgemeine Verbesserungsvorschläge betrafen. Die Auswertung von

35 ausgefüllten Fragebögen zeigte, dass einige Teilnehmer*innen über Facebook auf die Veranstaltung aufmerksam geworden waren. Außerdem ernährte sich ein Großteil der Teilnehmer*innen bereits vegetarisch. Die Verbesserungsvorschläge wurden an den BUND Mainz weitergeleitet zur zukünftigen Verwendung. An einer auf dem Fragebogen vorgestellten Tombola konnte durch Angabe der eigenen E-Mail Adresse teilgenommen werden. Mit diesen E-Mail Adressen wird über den BUND-Newsletter weitere Öffentlichkeitsarbeit geleistet.“

Auszug aus der Auswertung der Fragebögen:

Mir gefällt besonders am Veganen Bazar:
Bibliothek mit Büchern über Veganismus
Büchertisch
Das vielfältige Büffet
Klein, familiär
Leckeres Essen, nette Leute
Literatur, Atmosphäre
Produktproben, Essen, Kochbücher
Neues ausprobieren
Verkostung und Tester
Super Information und Essen
Essen, Stimmung, nette Gastgeber
Werbemittel
Dass sich was bewegt!
Die Aufklärung
Musik, Atmosphäre, Produktgeschenke: vegane Zahnpasta
Offener Umgang, interessierte Menschen, sehr viele vegane Produkte
Leckeres Essen und interessante Infos zu veganen Produkten und das Testen der Produkte.



Bemerkungen zur Umsetzung

Besonderheiten: An dem Projekt hat mir am besten gefallen, Öffentlichkeitsarbeit für einen guten Zweck leisten zu können, sowie der Austausch mit den Teilnehmer*innen auf der Veranstaltung.

Probleme & ihre Überwindung: Die Kurzfristigkeit machte das Ausweichen auf alternative Kanäle der Öffentlichkeitsarbeit nötig.

Verbesserungsvorschläge: Wenn möglich, sollte mit der Vorbereitung früher begonnen werden.

Eckdaten

Projektorganisator: Christian Frank war mit EIRENE in Costa Rica.

Projektdatum/-ort: 17. Mai 2014 / Mainz

Stichworte: Lebensmittel, Veganismus, Ernährung, Pflanzen