

AUFSTRICHZIRKEL

ENTSTEHUNG DER IDEE

Mit einem Aufstrichzirkel schaffst Du eine günstige Alternative zu den meist teuren Brotaufstrichen im Supermarkt. Gleichzeitig kannst Du Lebensmittelverschwendung entgegen wirken und im Alltag kulturellen und sozialen Austausch fördern. Teilnehmende eines Aufstrichzirkels werden für nachhaltiges Handeln im Alltag sensibilisiert.



SO FUNKTIONIERT'S

In einem Zirkel machen etwa vier bis fünf Teams mit. Ein Team kann eine Einzelperson, eine Wohngemeinschaft oder eine Familie sein. Dabei ist jede Woche ein anderes Team dran, Aufstriche für alle anderen Teams im Zirkel zu machen. Zusammen mit Deinen Mitziirklern könnt ihr einen Stichtag in der Woche festlegen, an dem die Aufstriche verteilt werden. Das Verteilen kann über Abholorte oder Lieferkurier oder auch bei Treffen stattfinden wenn Ihr auch den sozialen Austausch fördern wollt.

DAS BRINGT'S

Vegetarische oder vegane Brotaufstriche sind oft sehr teuer. Zudem kann man in Aufstrichen auch super Gemüsereste verwerten und noch was hochwertiges aus ihnen herstellen. Durch vegetarische oder vegane Ernährung kannst Du den CO2 Abdruck Deiner Ernährung um bis zu 47% senken!

DIREKT LOSLEGEN

Auf der Seite www.aufstrichzirkel.org findest Du alle wichtigen Informationen rund um einen Aufstrichzirkel. Nimm direkt Kontakt auf mit den Initiator*innen vom Aufstrichzirkel!

HINTERGRUND

DIE LASSMAMACHEN-CHALLENGE

Wir haben Aktionen gesucht, die wirkungsvoll zum Erreichen der Klimaziele beitragen und ihr habt kreative Challenges gestartet.

Jugendliche zeigen Interesse an Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen, doch die Umsetzung im Alltag findet nur bedingt statt. Laut der 2020 vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit und Umweltbundesamt herausgegebenen Studie "Zukunft? Jugend fragen!" empfinden 78 Prozent der Jugendlichen den Umwelt- und Klimaschutz als wichtiges oder sehr wichtiges Problem. Zudem zeigt die rege Teilnahme von Jugendlichen an z.B. Fridays for Future Aktionen, dass die Jugendlichen sich auch dafür einsetzen wollen: 23% Jugendlichen geben an, bei Fridays for Future mitzumachen. Und fast die Hälfte von den bisher nicht Aktiven kann sich das zukünftig vorstellen.

Im Projekt „Jugend und Konsum“ des Umweltbundesamtes widmen wir uns der Frage, wie Jugendliche für nachhaltiges Handeln begeistert werden können. Dabei wollen wir möglichst nah an bestehenden Interessen und Alltagsaktivitäten von Jugendlichen ansetzen.

2019 wurde ein Wettbewerb veranstaltet, die LassMaMachen-Challenge, bei der es nicht nur darum ging, gute Ideen zu nachhaltigem Handeln einzureichen. Die Ideengeber*innen wurden aufgefordert, auch gleich einen Plan zu entwickeln, wie möglichst viele andere Jugendliche durch die eigene Idee zum nachhaltigen Handeln motiviert werden können. Wir sind nämlich davon überzeugt, dass es schon ganz viele gute Ideen da draußen gibt! Wir müssen es nur schaffen, diese zu verbreiten und andere motivieren die Ideen auch umzusetzen! Wir haben eine Auswahl an eingereichten Ideen zusammengestellt. Hoffentlich können wir so zur Verbreitung der Idee, zur Motivation zum nachhaltigen Handeln oder sogar zum Umsetzen der Idee durch weitere Jugendliche beitragen!

Ihr wollt eine der Ideen umsetzen und braucht noch Tipps für den Einstieg? Dann nehmt gerne persönlichen Kontakt mit den Ideengeber*innen auf. Oft ist es ja am besten von anderen zu hören, was bei ihrer Ideenumsetzung gut geklappt hat und was herausfordernd war.

Lasst ma machen!

Inhaltliche Verantwortung

Die vorliegende Projektideenbeschreibung ist entstanden im Rahmen des Vorhabens 3717 16 309 0 AZ: 39 140 / 71: Jugend und Konsum: Entwicklung von Aktivierungsstrategien für nachhaltigen Konsum mit Hilfe des Design Thinking Ansatzes.

Das Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt liegt bei e-fect dialog evaluation consulting eG und Kommunikationsbüro Ulmer GmbH



Infos unter:
www.lassmamachen.de
#lassmamachen

Kontakt:
Jana Werg, e-fect: werg@e-fect.de
Manuel Hilscher, Kommunikationsbüro Ulmer:
hilscher@kommunikationsbuero.com