

WI-MI: Aufgeschlossene Köpfe werden ökologische virtuelle STEAM-Lösungen für den Klimawandel finden.

2022-1-R001-KA220-SCH-000084942



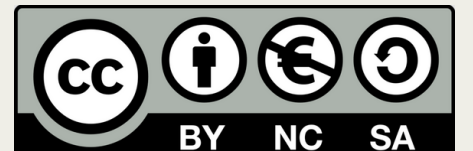
Webinar Präsentationen



EURASIA INSTITUTE



Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.





Strategien zur Sensibilisierung junger Menschen für den Klimawandel in einer digitalisierten Gesellschaft

WEBINAR

- NUTZUNG VON SOCIAL-MEDIA-KAMPAGNEN, UM DAS BEWUSSTSEIN DER STUDENTEN FÜR DEN KLIMAWANDEL ZU SCHÄRFEN.
- NUTZUNG VON ONLINE-PLATTFORMEN ZUR EINBINDUNG DER GEMEINSCHAFT UND TEILNAHME AN MASSNAHMEN FÜR EINE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG.



OPEN: WIDE MINDS WILL FIND ECO VIRTUAL STEAM SOLUTIONS TOWARDS CLIMATE CHANGE!
NR.2022-1-RO01-KA220-SCH-000084942



Es vergeht kein Tag, an dem Sie nicht Ihre Umwelt prägen. Und Ihr Handeln macht einen Unterschied. Deshalb müssen Sie eine Entscheidung treffen: Welchen Unterschied macht Ihr Handeln?

Jane Goodall

GEZIELTE FÄHIGKEITEN:

- Erstellen und Popularisieren von Kampagnen in sozialen Medien, um das Bewusstsein junger Menschen für den Klimawandel zu schärfen.
- Verbesserung des Zugangs zu Online-Plattformen für die Einbindung der Gemeinschaft und die Teilnahme an Maßnahmen für eine nachhaltige Entwicklung.
- Sensibilisierung junger Menschen (10–14 Jahre) für den Klimawandel und Motivation zu nachhaltigem Verhalten.



NUTZUNG VON SOCIAL-MEDIA-KAMPAGNEN, UM DAS BEWUSSTSEIN JUNGER MENSCHEN FÜR DEN KLIMAWANDEL ZU SCHÄRFEN



Social-Media-Kampagnen sind ein äußerst wertvolles Instrument, um das Bewusstsein für den Klimawandel zu schärfen, insbesondere bei jungen Menschen, die diese Plattformen häufig nutzen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Die Wahl der richtigen Plattform



Instagram und TikTok

Diese Plattformen sind bei jungen Leuten beliebt und ermöglichen die Erstellung visueller und ansprechender Inhalte wie kurzer Videos, Geschichten oder interaktiver Posts.

YouTube

Es kann für Lehrvideos, kurze Dokumentationen und langfristige Kampagnen verwendet werden.

Twitter

Ideal für die Übermittlung prägnanter Nachrichten, Neuigkeiten und schneller Updates zum Klimawandel.

Facebook

Obwohl sie von jungen Menschen weniger genutzt werden, können sie dazu verwendet werden, größere Gemeinschaften und Organisationen einzubeziehen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union

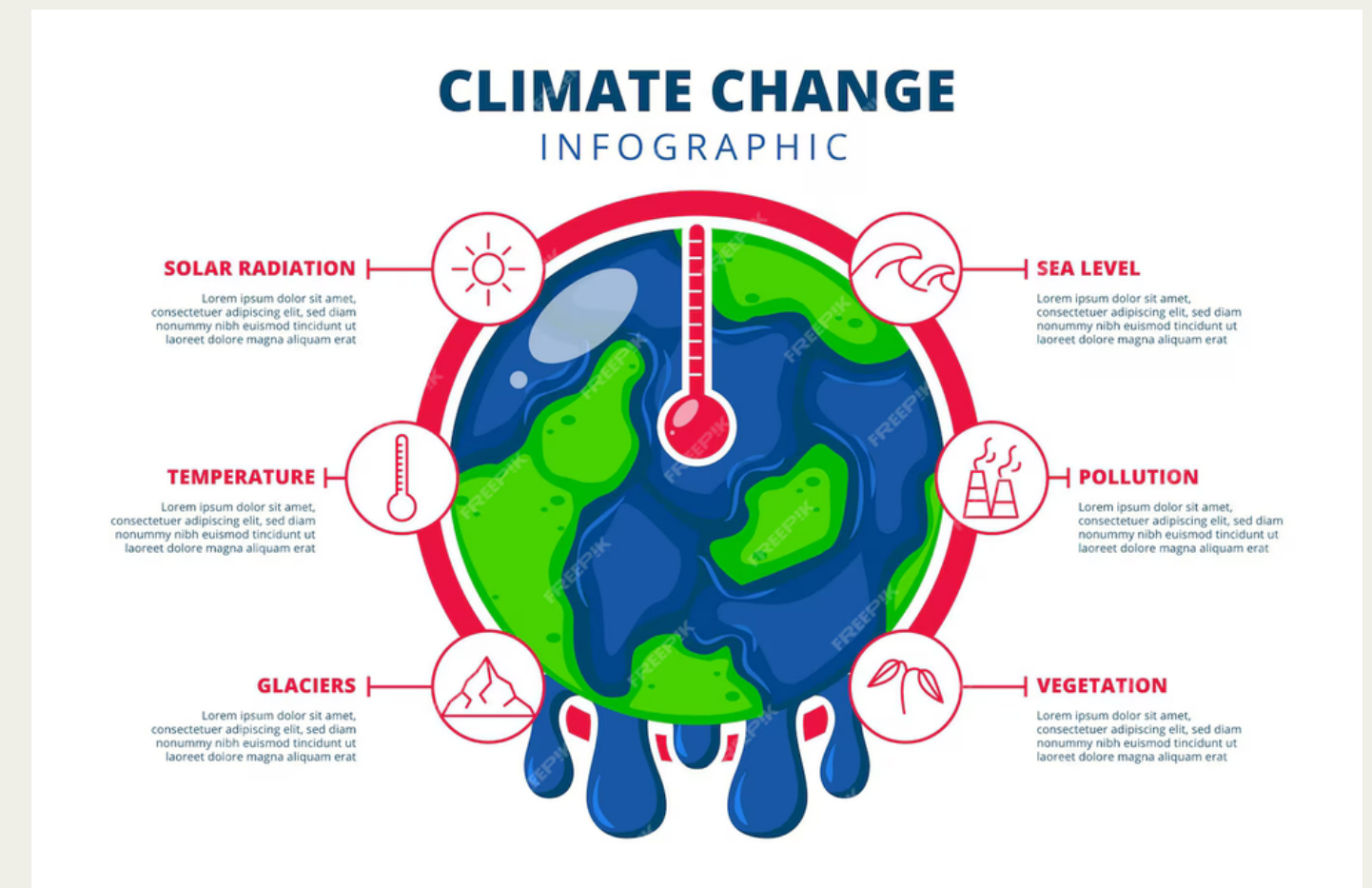
ERSTELLEN ANSPRECHENDER INHALTE



Infografiken und Animationen: Vereinfachen Sie komplexe Informationen zum Klimawandel, sodass sie leicht verständlich und teilbar sind.

Geschichtenerzählen: Persönliche Geschichten junger Menschen, die vom Klimawandel betroffen sind oder zu Lösungen beitragen, können das Publikum inspirieren.

Herausforderungen und Trends: Starten Sie Herausforderungen (z. B. #EcoChallenge), die zu Aktionen wie Recycling oder der Reduzierung des Plastikverbrauchs ermutigen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union

ZUSAMMENARBEIT MIT INFLUENCERN UND CONTENT-ERSTELLERN



Durch die Einbindung von Influencern bei einem jungen Publikum kann die Botschaft der Kampagne verstärkt werden.

Um die Glaubwürdigkeit zu wahren, ist die Auswahl authentischer Influencer, die sich für Umweltprobleme interessieren, von entscheidender Bedeutung.



Kofinanziert von der Europäischen Union

VERWENDUNG VON HASHTAGS UND VIRALEN KAMPAGNEN



Attraktive und relevante Hashtags wie [#ActForClimate](#), [#ClimateHeroes](#) oder [#GenerationGreen](#) können dabei helfen, eine Online-Community aufzubauen und die Wirkung der Kampagne zu verfolgen.

Inhalte, die Benutzer zum Mitmachen, Kommentieren oder Teilen anregen, können viral gehen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Veröffentlichung von „Tipps und Tricks“ dazu, wie junge Menschen zur Reduzierung ihres CO2-Fußabdrucks beitragen können. Posten Sie wichtige Statistiken und Informationen in einem ansprechenden visuellen Format, beispielsweise Karussells auf Instagram.



CARBON FOOTPRINT PLEDGE

I pledge to reduce my carbon footprint by:



Walking and cycling more

☐

Sharing and reusing things

☐

Choosing plant alternatives to meat sometimes

☐

Buying local products when I can

☐

Using both sides of paper

☐

Calculating my own carbon footprint

☐

Not wasting food

☐

Tell family and friends how they can help

☐



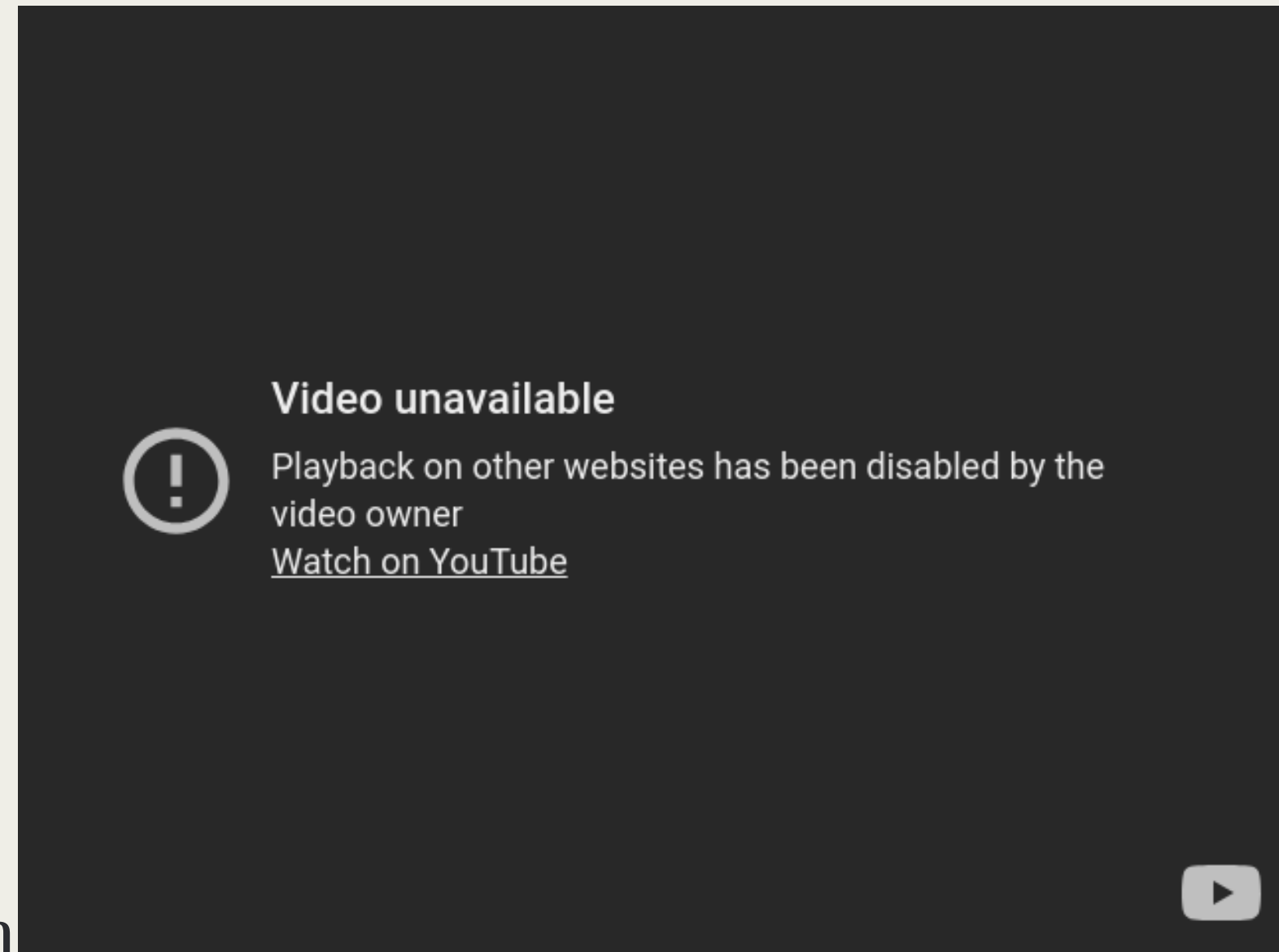

- Verwenden Sie Analysetools (z. B. Instagram Insights, Google Analytics), um Engagement, Shares und Publikumswachstum zu messen.
- Schnelle Antworten und aktives Engagement in der Community durch Kommentare und Nachrichten.



Partnerschaften mit NGOs und lokalen Organisationen



- Partnerschaften mit Organisationen, die den Klimawandel bekämpfen, können dazu beitragen, die Glaubwürdigkeit zu erhöhen und qualitativ hochwertige Bildungsinhalte bereitzustellen.
- Durch die Einbeziehung lokaler Initiativen können Botschaften für junge Menschen in einer bestimmten Region relevanter werden.



BEISPIELE FÜR ERFOLGREICHE KAMPAGNEN



Freitags für die Zukunft

Die von Greta Thunberg initiierte Bewegung nutzte soziale Medien, um Millionen junger Menschen zu weltweiten Protesten zu mobilisieren.



Stunde der Erde

Mit einem einfachen Aufruf, das Licht auszuschalten, gelang es ihm, weltweite Wirkung zu erzielen.



#TrashTagChallenge

Es motivierte junge Menschen, mit Müll übersäte Gebiete aufzuräumen und die Ergebnisse online zu veröffentlichen.



Kofinanziert von der Europäischen Union

NUTZUNG VON ONLINE-PLATTFORMEN ZUR EINBINDUNG DER GEMEINSCHAFT UND TEILNAHME AN MASSNAHMEN FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



Die Nutzung von Online-Plattformen zur Einbindung der Gemeinschaft und zur Teilnahme an Maßnahmen für eine nachhaltige Entwicklung stellt eine moderne und wirksame Lösung zur Mobilisierung menschlicher Ressourcen und zur Erzielung einer signifikanten Wirkung dar. Diese Plattformen bieten einen digitalen Raum, in dem Menschen zusammenarbeiten, diskutieren und innovative Lösungen für ökologische, soziale und wirtschaftliche Probleme umsetzen können.



Kofinanziert von der
Europäischen Union

1. Zugänglichkeit und globale Konnektivität

Online-Plattformen ermöglichen es Menschen aus aller Welt, sich ortsunabhängig zu vernetzen. Auf diese Weise können unterschiedliche Gemeinschaften Ideen, bewährte Verfahren und Ressourcen austauschen, um gemeinsame Ziele zu erreichen.

2. Bewusstseinsbildung und Aufklärung

Diese Plattformen können Bildungsressourcen wie Webinare, Leitfäden, Fallstudien oder Informationskampagnen hosten, um Benutzer über Themen der nachhaltigen Entwicklung (z. B. Klimawandel, Recycling, Erhaltung der biologischen Vielfalt) zu informieren.

DIE VORTEILE VON ONLINE-PLATTFORMEN BEI DER FÖRDERUNG NACHHALTIGER ENTWICKLUNG



3. Schnelle Mobilisierung zum Handeln

Über Online-Plattformen können Aktionen wie die Reinigung verschmutzter Gebiete, Baumpflanzungen oder Spendensammlungen schnell und effizient organisiert werden. Ein Beispiel wäre die Nutzung sozialer Netzwerke zur Förderung lokaler oder globaler Aktionen.

4 Tools für Zusammenarbeit und Teilnahme Kollaborationsplattformen wie Slack, Trello oder Google Workspace erleichtern die Planung und Überwachung des Fortschritts nachhaltiger Entwicklungsprojekte. Diskussionsforen und interaktive Anwendungen fördern zudem die aktive Beteiligung der Nutzer.

5. Transparenz und Rechenschaftspflicht Online-Plattformen ermöglichen die Überwachung des Projektfortschritts und die Berichterstattung über die Ergebnisse und geben den Gemeinden so die Chance, die tatsächliche Wirkung ihrer Bemühungen zu sehen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union

BEISPIELE FÜR ONLINE-PLATTFORMEN, DIE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG GENUTZT WERDEN



Change.org

Es ermöglicht die Erstellung von Online-Petitionen, um die Unterstützung der Gemeinschaft für verschiedene ökologische, soziale oder politische Anliegen zu mobilisieren.

<https://www.change.org/>

EcoChallenge.org

Es bietet eine Plattform, auf der Benutzer an Nachhaltigkeitsherausforderungen teilnehmen können, beispielsweise zur Abfallreduzierung, zum Wassersparen oder zur Änderung von Essgewohnheiten.

<https://about.ecochallenge.org/>

iNaturalist

Eine Plattform, auf der Benutzer zur Kartierung der Artenvielfalt beitragen können, indem sie Bilder und Informationen zu Arten in ihrer Umgebung hochladen.

<https://www.inaturalist.org/>

GoodUp

Vernetzt Unternehmen, NGOs und Freiwillige zur Zusammenarbeit an nachhaltigen Projekten.

<https://www.instagram.com/gooduphq/>



Kofinanziert von der Europäischen Union



HIER SIND EINIGE BEISPIELE FÜR INHALTE FÜR IHRE KAMPAGNE, ANGEPASST AN VERSCHIEDENE PLATTFORMEN:

Inhalt für TikTok-Video 1: „Wussten Sie das?“

Beschreibung: Ein „Wussten Sie schon?“ Typ Video, mit Textüberlagerung:

„Ein ausgewachsener Baum absorbiert genug CO₂, um 2,6 Millionen Autoschritte pro Jahr auszugleichen. 🌳 Was tun Sie für den Planeten?“

Ende: „Nehmen Sie unsere Herausforderung an und pflanzen Sie einen Baum!“

#EcoSchoolChallenge“

Audio: Trendiger Sound (z. B. ein beliebter Remix).



Video 2: Interaktive Herausforderung

Inhalt:

Schüler präsentieren, was sie für die Umwelt tun (z. B. Müll von der Schule abholen, Wasser sparen).

Overlay-Text: „Was können Sie für den Planeten tun? Posten Sie Ihr Video mit #EcoChallenge!“

Aufruf zum Handeln: „Seien Sie Teil der Veränderung. Unsere Generation rettet den Planeten!“



Kofinanziert von der Europäischen Union

Inhalte für Instagram

Karussell-Beitrag: „5 einfache Dinge für den Planeten“

- Bild 1: Großer Titel: „5 einfache Dinge, die Sie tun können, um den Planeten zu retten 🌍“
- Bild 2: „1. Verzichten Sie auf Plastik – nutzen Sie eine Mehrwegflasche.“
- Bild 3: „2. Zu Fuß oder mit dem Rad – CO₂ sparen!“
- Bild 4: „3. Drehen Sie beim Zähneputzen das Wasser ab – Sie sparen 8 Liter/Minute.“
- Bild 5: „4. Papier, Plastik und Glas recyceln.“
- Bild 6: „5. Teile diese Nachricht mit deinen Freunden! #GreenGeneration“

Instagram Story: Interaktives Quiz

- Frage 1: „Wie viel CO₂ stößt ein Auto im Jahr aus?“
A. 500 kg
B. 4 Ton
C. 10 Ton
(richtig: B – 4 Tonnen)
 - Frage 2: „Wie lange dauert es, bis sich Plastik zersetzt?“
A. 10 Jahre
B. 50 Jahre
C. 500 Jahre
(richtig: C – 500 Jahre)
 - Abschlussgeschichte: „Haben Sie richtig geantwortet? Beginnen Sie noch heute mit der Veränderung! 🌱“
- Kurze Rolle:
- Szenario:
 - Die Kamera zeigt eine auf den Boden geworfene Plastikflasche. Eine Hand hebt es auf und wirft es in die Recyclingtonne.

Inhalte für YouTube

Kurzfassung 1: „Wie der Klimawandel Ihre Stadt beeinflusst“

- Inhalt:

„Wenn die globale Temperatur um 2 °C steigt, könnten x % der Städte in Rumänien vom Wasserstand betroffen sein.“

„Möchten Sie helfen? Reduzieren Sie den Energieverbrauch, recyceln Sie und pflanzen Sie Bäume!“

Kurz 2: Kurzanleitung: „Umweltfreundlich in der Schule“

- Schritt 1: Bringen Sie Ihr Mittagessen in wiederverwendbaren Boxen mit.
- Schritt 2: Klassenraumabfälle recyceln.
- Schritt 3: Schlagen Sie Ihren Kollegen ein Reinigungsprojekt vor.
- Fazit: „Veränderung beginnt bei dir! ❤️“

Inhalte für Facebook

- Post mit emotionaler Botschaft:
- Bild: Ein beeindruckendes Foto von schmelzenden Gletschern.
- Text:
- „Jede Minute verlieren wir ein Stück unserer Zukunft. 🤖“
- Seien Sie Teil der Lösung: Recyceln Sie, sparen Sie Energie und engagieren Sie sich. #GrüneGeneration“
- CTA: „Teilen Sie diese Nachricht, um das Bewusstsein für den Klimawandel zu schärfen.“

Soziale Medien
informieren nicht nur,
sondern motivieren und
vereinen junge Menschen,
um Teil der Lösung zu
werden.



Snapchat/Instagram-Filter:

Erstellen Sie einen Filter, der
Blätter oder einen Slogan wie
„Helden des Planeten 🌍“ über
Selfies legt.

Motivierende Hashtags:

#PlastikfreilmUnterricht
#ÖkoRevolution
#StudentenRettenDenPlaneten

ERSTELLEN VON BILDUNGSGEHALTEN FÜR DEN DIGITALEN KONSUM



Die Erstellung digitaler Bildungsinhalte für junge Menschen zum Thema globale Erwärmung kann eine sehr wirksame Möglichkeit sein, das Bewusstsein zu schärfen und die nächsten Generationen über die großen Umweltprobleme aufzuklären, mit denen unser Planet konfrontiert ist. Junge Menschen sind stärker mit Technologie verbunden als je zuvor und die Verwendung digitaler Inhaltsformate – wie Videos, Blogs und Webinare – kann dazu beitragen, eine Kultur der Umweltverantwortung zu schaffen.



Kofinanziert von der Europäischen Union

Videos AUSBILDUNG



Videos sind eine der beliebtesten Formen digitaler Inhalte und können schnell die Aufmerksamkeit junger Menschen fesseln.

Hier sind einige Ideen für Videos, die zum Thema globale Erwärmung erstellt werden können:

A. Kurze Serie von Erklärvideos

- Vorgeschlagener Titel: „Was ist die globale Erwärmung und warum ist sie wichtig?“
- Inhalt: Erklären Sie in einfachen Worten die Konzepte der globalen Erwärmung, des Klimawandels, der CO₂-Emissionen, des Treibhauseffekts usw. Videos können animiert werden, um die Informationen verständlicher und attraktiver zu gestalten.

Dauer: 3-5 Minuten.

B. Herausforderungen und Lösungen

- Titelvorschlag: „Wie kann unsere Generation den Klimawandel stoppen?“
- Inhalt: Jedes Video kann eine konkrete Lösung zur Bekämpfung der globalen Erwärmung untersuchen: Nutzung erneuerbarer Energien, Abfallreduzierung, verantwortungsvoller Konsum usw. Es können Beispiele aus dem wirklichen Leben oder inspirierende Geschichten von jungen Menschen präsentiert werden, die etwas bewegen.

Dauer: 5-7 Minuten.



C. Interviews mit Experten und Aktivisten

- Titelvorschlag: „Wie beeinflusst der Klimawandel unsere Zukunft? – Interview mit einem Experten“
- Inhalt: Diese Videos können Interviews mit Klimaforschern, Umweltaktivisten und jungen Menschen enthalten, die für Veränderungen kämpfen.
- Dauer: 7-10 Minuten.



D. Interaktive Herausforderungen

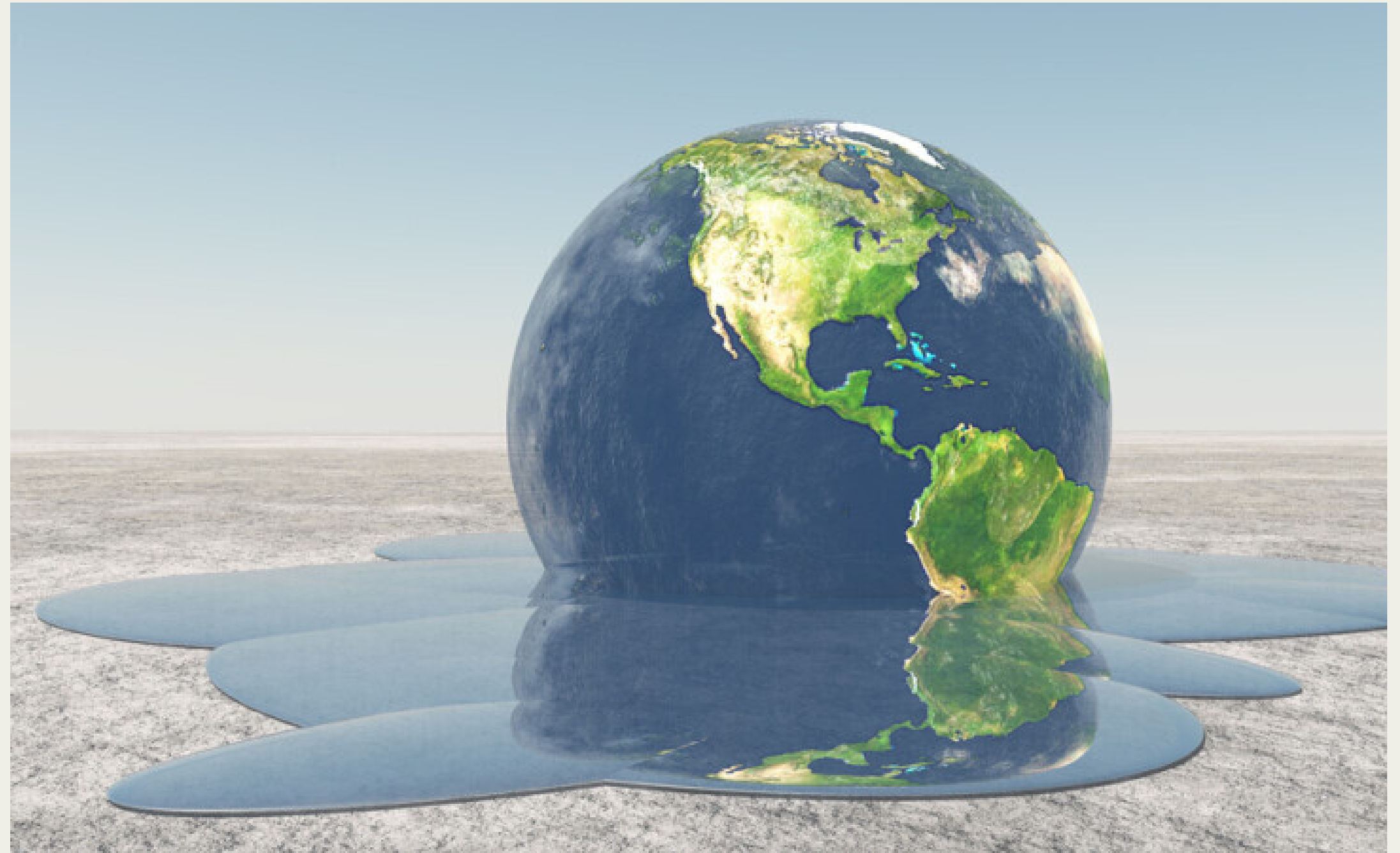
- Titelvorschlag: „Veränderung beginnt bei Ihnen – Wie können Sie dazu beitragen?“
- Inhalt: Challenges, bei denen junge Menschen dazu eingeladen werden, sich an einfachen Aktionen zu beteiligen, wie etwa den Plastikverbrauch zu reduzieren, einen Baum zu pflanzen, Energie zu sparen oder Nachhaltigkeit an ihren Schulen zu fördern.
- Dauer: 1-2 Minuten für jede Herausforderung, es kann jedoch eine fortlaufende Videoserie geben.

Blogs AUSBILDUNG



Blogs sind eine großartige Möglichkeit, sich eingehend mit dem Thema Klimawandel auseinanderzusetzen und strukturierte Informationen zu bestimmten Themen bereitzustellen.

<https://ecoteca.ro/incalzirea-globala-e-de-vina.html>



Kofinanziert von der
Europäischen Union

A. Informative Artikel

- **Beispielüberschrift:** „Was passiert mit unserem Planeten, wenn wir jetzt nicht handeln?“
- **Inhalt:** Artikel, die die Auswirkungen des Klimawandels (schmelzende Gletscher, extreme Wetterereignisse, Verlust der Artenvielfalt) erklären und warum es wichtig ist, dass sich junge Menschen für den Umweltschutz engagieren. Dazu können auch aktuelle Statistiken und relevante Fallstudien gehören.

B. Schritt-für-Schritt-Anleitungen für junge Menschen

- **Beispieltitel:** „So werden Sie Umweltaktivist: Erste Schritte zur Veränderung“
- **Inhalt:** Leitfäden, die jungen Menschen erklären, wie sie nachhaltiges Verhalten annehmen können, z. B. durch Reduzierung des Energieverbrauchs, Recycling, Kauf umweltfreundlicher Produkte usw. Diese Leitfäden können auch Vorschläge für Online- oder Community-Aktivismus enthalten.

C. Interviews mit Experten und Aktivisten

- **Beispieltitel:** „Interview mit einem jungen Aktivisten: Wie kann man Veränderungen herbeiführen?“
- **Inhalt:** Blogs mit Interviews, die eine persönliche Perspektive auf aktivistische Aktivitäten und Mentalitätsänderungen des jungen Publikums bieten. Dazu können Ratschläge und Inspirationen von jungen Menschen gehören, die einen bedeutenden Einfluss gehabt haben.

D. Ökologische Herausforderungen für Leser

Beispielüberschrift: „30-Tage-Plastikfrei-Challenge: Schaffen Sie das?“
Inhalt: Herausforderungen für die Leser, die ihnen ermöglichen, durch Handeln zu lernen. Beispielsweise eine Challenge, auf Plastikprodukte zu verzichten oder den Wasserverbrauch zu reduzieren. In den Artikeln können Tipps gegeben werden, wie sich diese Herausforderungen leichter bewältigen lassen.

<https://mediusectorul1.ro/noutati/iulie-fara-plastic-accepti-provocarea-alatura-te-milioanelor-de-oameni-care-reduc-deseurile-din-plastic/>

Webinare AUSBILDUNG

Webinare sind eine großartige Möglichkeit, junge Menschen in einem interaktiven und lehrreichen Umfeld zu erreichen. Sie können Möglichkeiten zum direkten Lernen und zum Ideenaustausch bieten.





Schulungen und Weiterbildungen

- Titel: „Klimawandel und unsere Zukunft: Wie wir Teil der Lösung sein können“
- Inhalt: Ein Webinar mit Fachleuten und Aktivisten auf diesem Gebiet, die darüber diskutieren, wie sich der Klimawandel auf junge Menschen auswirkt und welche Maßnahmen sie ergreifen können, um zur Reduzierung der Emissionen und zum Schutz des Planeten beizutragen. Es können interaktive Sitzungen organisiert werden, mit Fragen und Antworten

Panels mit jungen Aktivisten

- Titel: „Jugend im Kampf gegen die globale Erwärmung: Was können wir heute tun?“
- Inhalt: Junge Umweltaktivisten werden dazu eingeladen, darüber zu diskutieren, wie sie zu Umweltbewegungen beigetragen haben, und Ideen auszutauschen, wie andere junge Menschen dasselbe tun können. Die Teilnehmer können den Aktivisten auch direkt Fragen stellen.

Interaktive Workshops

- Titel: „Wie man ein ökologisches Projekt in unserer Gemeinde aufbaut“
- Inhalt: Praktische Webinare, in denen junge Menschen lernen, wie sie eigene grüne Projekte oder Umweltinitiativen ins Leben rufen können (Beispiel: Organisation einer Baumpflanzaktion, Aufklärungskampagnen zum Thema Recycling usw.). Diese Sitzungen können auch Hilfestellungen für den Beginn konkreter Maßnahmen beinhalten.

Soziale Netzwerke & Online-Interaktion

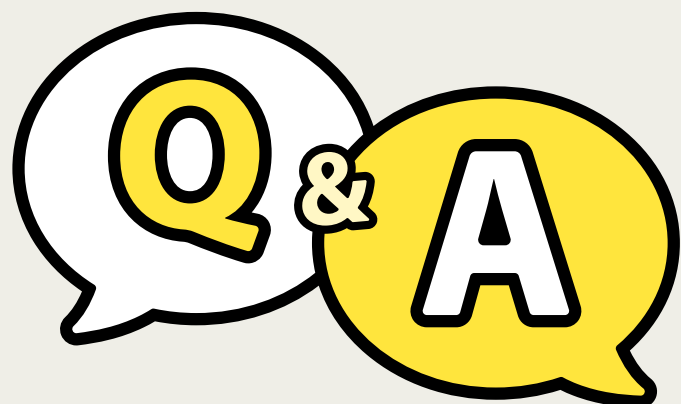


Die Einbeziehung sozialer Medien in einen Bildungsplan ist unerlässlich, da junge Menschen auf Plattformen wie Instagram, TikTok oder YouTube äußerst aktiv sind. Auf diesen Plattformen können Nachrichten schnell und effizient kommuniziert werden durch:



Lehrreiche Beiträge: Infografiken, Statistiken und inspirierende Zitate.

Virale Challenges: Zum Beispiel eine #30DaysForEarth, bei der junge Menschen zu umweltfreundlichem Verhalten ermutigt werden.



Geschichten und Livestreams: Frage-und-Antwort-Sitzungen mit Umweltexperten, Aktivisten und Influencern.



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Wirkung messen



Quantitative Indikatoren:

Anzahl der Aufrufe und Shares der Kampagne.

Anzahl der Teilnehmer an online beworbenen Veranstaltungen.

Konversionsrate: Wie viele derjenigen, die mit der Kampagne interagieren, führen konkrete Maßnahmen aus.

Qualitative Indikatoren:

Stimmungsanalyse (positive vs. negative Kommentare).

Erfolgsgeschichten (Erfahrungsberichte von Teilnehmern).

Beispiele für Bewertungsinstrumente:

Google Analytics: Messung von Datenverkehr und Conversions.

Hootsuite: Analyse des Engagements in sozialen Medien.

SurveyMonkey: Erstellen von Feedback-Umfragen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union

1. Fragen zum öffentlichen Bewusstsein und Verständnis

- Inwieweit sind Sie mit unserer Kampagne zum Klimawandel in Berührung gekommen?
- Wie gut verstehen Sie Ihrer Meinung nach die Probleme des Klimawandels heute im Vergleich zu vor dem Wahlkampf?
- Welcher Aspekt des Klimawandels war für Sie in unseren Materialien am wichtigsten?



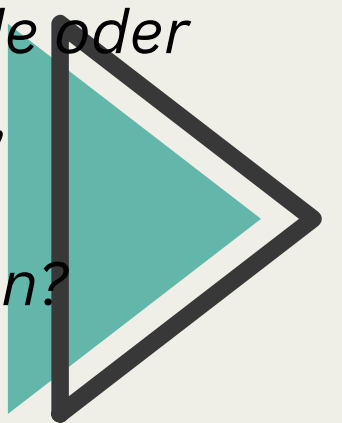
2. Fragen zum Engagement und zur Partizipation

- Haben Sie mit den Kampagnenmaterialien interagiert (z. B. haben Sie die Beiträge geteilt, kommentiert oder mit „Gefällt mir“ markiert)?
- Was hat Sie dazu motiviert, sich aktiv an dieser Kampagne zu beteiligen?
- Haben Sie an von der Kampagne vorgeschlagenen Offline-Aktivitäten teilgenommen (z. B. Bäume pflanzen, Veranstaltungen besuchen)?



3. Fragen zur Verhaltensänderung

- Haben Sie nach dem Ansehen der Kampagne konkrete Schritte unternommen, um Ihren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren? Wenn ja, welche sind das?
- Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Maßnahmen auch langfristig anwenden werden?
- Haben Sie Ihre Freunde oder Familie dazu ermutigt, umweltfreundliches Verhalten anzunehmen?

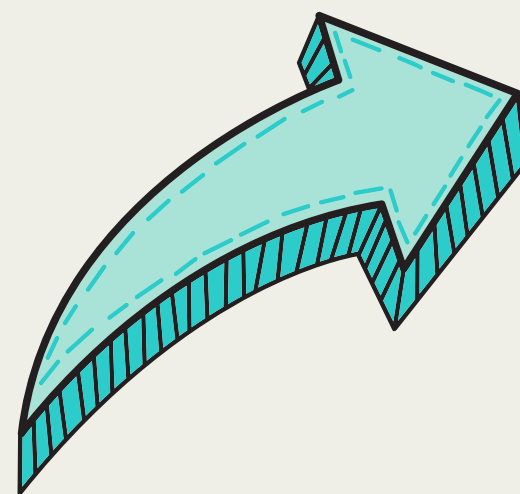


4. Fragen zur Wahrnehmung der Kampagne

- Was halten Sie von den durch die Kampagne vermittelten Botschaften (klar, überzeugend, relevant)?
- Wie beurteilen Sie die Qualität der bereitgestellten Bildmaterialien und Informationen?
- Welche weiteren Themen oder Formate würden Sie sich für zukünftige Kampagnen wünschen?

6. Fragen zu digitalen Anzeigen

- Haben Sie über soziale Medien, eine Website oder andere Kanäle von der Kampagne erfahren?
- Welchen Beitrag/welches Kommunikationsmittel fanden Sie am effektivsten?
- Wie viel Zeit haben Sie mit der Auseinandersetzung mit den Kampagnenmaterialien verbracht?



5. Fragen zur emotionalen Wirkung

- Haben Sie sich durch die Kampagne in Bezug auf den Klimawandel stärker beunruhigt oder waren Sie motivierter?
- Empfanden Sie die Botschaften der Kampagne als ermutigend oder eher alarmierend?

7. Demografische und kontextbezogene Fragen

- Wie alt sind Sie und welchen Bildungsstand haben Sie?
- Haben Sie bereits an anderen, ähnlichen Umweltkampagnen teilgenommen?
- Welche Faktoren haben Ihre Aufmerksamkeit auf diese Kampagne gelenkt?



Danke Schön!

Im Rahmen des Erasmus+ Wi-Mi-Projekts erstelltes Material

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.



**Kofinanziert von der
Europäischen Union**