



**Die neue  
Anti-Müll-Kampagne  
für Varel.**

DAS PROBLEM

**MÜLL VERDRECKT VARELS UMGEBUNG.**



Famila

Rosen-Apotheke

McDonalds



DIE LÖSUNG

**GAMIFICATION!**



#varelbleibtsauber

## Wir werten bestehende Mülleimer auf.

Die Aufkleber animieren Varels Bürger und Touristen, öffentliche Mülleimer besser zu nutzen. Somit wird vermieden, dass Müll in die Natur oder Nordsee gelangt.

# IM NÄCHSTEN LEBEN WERDE ICH EIN BRIEFKASTEN

NACHHALTIGKEITSTIPP #41: NUTZE EINE GROSSE  
MAKKARONI-NUDEL ALS STROHHALM-ERSATZ.  
KLINGT KOMISCH? PROBIER ES SELBST IM  
SONNENDECK DANGAST AUS.



## Erfolgsrezept:

### Humorvoller Spruch

- An Umgebung/Zielgruppe angepasst
- Funktioniert als Eye-Catcher
- Fördert eine positive Assoziation zur Abfallentsorgung

### Nachhaltigkeitstipp

- Zur langfristigen Vermeidung von Abfall
- Verweis auf lokale Produkte oder Unternehmen (z. B. Dangaster Wattseite)

### Verweise

- Stadt Varel als Initiator
- "Yes, your can!" als Kampagnen-Signet

STANDORTE

HIER IST DIE KAMPAGNE ZUHAUSE.



## Stadt & umzu

- Innenstadt
- Parkplätze
- Fahrrad- und Schulwege
- Dangast Strände und Ortschaft
- Vareler Hafen
- Vareler Wald
- Bahnhof, Bushaltestellen, Raststätten, Autobahnabfahrten



## Einrichtungen

- Grund- und Oberschulen
- Weberei und JuZe Obenstrohe
- Sportplätze
- Freibad am Bäker und Hallenbad
- Krankenhaus



Insgesamt können

**50-80 Müllimer**

beklebt werden.

# Begleitende Maßnahmen



## Social Media

- Die Sprüche werden nach und nach in den "Yes, your can!"-Kanälen veröffentlicht.
- Zusätzlich gibt es eine Serie mit einfachen Tipps, wie man (Plastik-)Müll vermeiden kann.
- Unter dem Hashtag [#varelbleibtsauber](#) können die Bürger selbst aktiv werden, Mülleimer-Aufkleber teilen und einen medialen Beitrag leisten.



## Webseite

- Die Webseite erklärt die Kampagne, verweist auf die Instagram- und Facebook-Kanäle und regt zum mitmachen an



## Presse

- Durch die Stadt Varel werden Presseartikel in den regionalen Zeitungen veröffentlicht. Diese begleiten die Initiative Nachhaltigkeit im Allgemeinen und die Umsetzung der Kampagne.



## Infomaterial

- Weil ein Blick auf den Mülleimer und ein Bild auf Instagram vergänglich sind, gibt es auch etwas zum Mitnehmen.
- Infomaterial und optional Give-Aways (wie Taschenaschenbecher) werden kostenlos an verschiedenen Auslageorten bereitgestellt.

UMSETZUNG

**JETZT ABER BUTTER BEI DIE FISCHE.**

# Kosten

## Aufkleber

Material: 15 € / St.  
+ Montage: 35 € / St.

**= 50 € / Aufkleber**

Texter (1 Tag): 600 €

80 Aufkleber x 50 € = 4.000 €

4.000 + 600 € = **4.600 €**

## Infomaterial

Folder DIN A6, 1.000 St.: 300 €  
+ Flyer DIN A6, 2.000 St.: 300 €  
+ Taschenaschenbecher, 500 St.:  
500 €

Flyer & Folder = **1.100 €**

## Demontage

(nach Kampagnen-Ende)

Kann vom Stadtbetrieb  
übernommen werden.

**= 5.700 €**

# Bezahlung

Alle Kosten werden von der Projektgruppe "Yes, your can!" beglichen. Zur Verfügung stehen:

**4.500 €**

**LEADER Südliches Friesland**

Verfügbare EU-Fördergelder,

Unterstützt durch Annika Bauer

**6.800 €**

**Frieslands Helden der Heimat**

Gewinnelder aus dem Wettbewerb,

Verwaltet von der Agenda 21

# Das Team



**Moritz Roth**

Medientechnologe

**Marie-Charlott Proll**

Künstlerin

**Luca Schwärmer**

Mediengestalter

**+ Netzwerk:**

DeichFreunde e.V.

LIONS Club Varel

GrünCool  
Wilhelmshaven

... und Friends :-)

# Lass' uns das Spiel beginnen.

yesyourcan.de  
hallo@yesyourcan.de

Marie Charlott Proll, Luca Schwärmer,  
Moritz Roth

