



#makeglaciersgreatagain

#makeglaciersgreatagain

greatagain

#makeglaciersgr

gain

#makeglaciersgreatagain

glaciersgreat

#makeglaciersgreatagain

#makeglaciersgreatag

#makeglaciersgreatagain

#makeglac

glaciersgreatagai

#m

#makeglaciers

#makeglaciersgreatag

#

glaciersgreatagain

glaciersgreatagain

gain

glaciersgreatagain

again



1948 Trift Glacier, Gadmental, Berner, Oberland, Switzerland

2002

2006

Mission Impossible: Gletscherschmelze

Projekt-Team: *Andrin Brumann & Basil Dick*

Beruf: Konstrukteur EFZ & Polymechaniker EFZ

Lehrjahr: 3

Name der Schule oder des Betriebs: Bildungszentrum Limmattal

Name der Lehrperson oder der Berufsbildnerin/des Berufsbildners: M. Kindt

Zusammenfassung:

Mit unserem Projekt versuchen wir die Bevölkerung auf die akute Gletscherschmelze aufmerksam zu machen, da viele über deren Existenz Bescheid wissen, aber nicht über das Ausmass. Dazu verwenden wir Sticker, Flyer und Social Media.

Anzahl erreichter Personen: mindestens 117 (Tendenziell höher), ca. 950 Impressionen pro Woche

Wettbewerbs-Kategorie: Sensibilisierungsprojekt

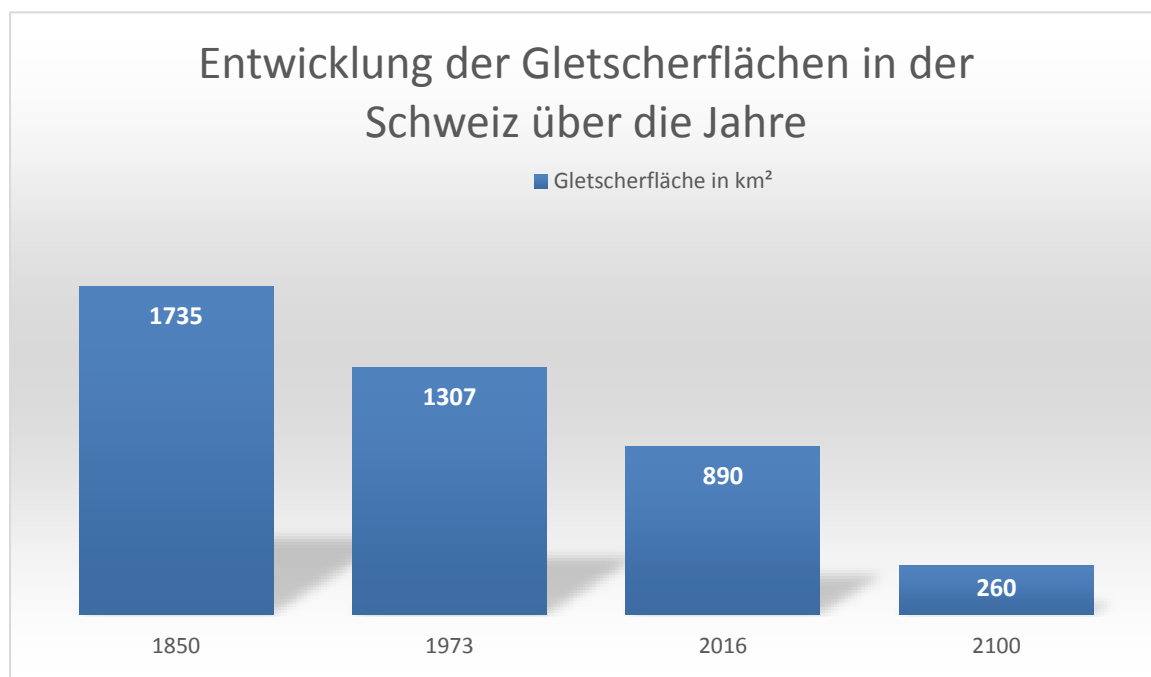
Inhalt

1.	Einleitung.....	2
1.1.	Ausgangslage.....	2
1.2.	Motivation.....	3
2.	Ideensuche / Projektdefinition	4
2.1.	Projektdefinition und -Zielsetzung:	5
2.2.	Umsetzbarkeit.....	5
3.	Projektplanung.....	5
3.1.	Die wichtigsten Meilensteine	5
3.2.	Detaillierter Aufgabenplan	5
4.	Auswertung der Projektarbeit.....	6
4.1.	Rückblick	6
4.2.	Erkenntnisse	6
4.3.	Perspektiven	6
5.	Literatur.....	7
	Anhang	8

1. Einleitung

1.1. Ausgangslage

Die heutige Ausgangslage sieht, trotz der zunehmend wachsenden Aufmerksamkeit der Bevölkerung gegenüber Themen wie dem Klimawandel, ziemlich düster aus. Wir in der Schweiz bilden dabei keine Ausnahme. Bei uns sind sich jedoch viele Menschen dem Ausmass der Veränderung nicht bewusst. Wir haben keine grossflächigen Waldbrände wie in Kalifornien oder riesige, plötzlich abbrechende Eismassen wie in der Antarktis. Allerdings häufen sich auch solche Ereignisse in jüngster Vergangenheit mit dem Erdbeben im Kanton Graubünden als letztes, grobes Ereignis. Die Veränderungen in unserem Land bewegen sich nach unseren Massstäben schleichend voran, was sie nur gefährlicher macht. In der Schweizer Bevölkerung wissen wahrscheinlich alle, dass unsere Gletscher schmelzen. Aber wie viele wissen, dass wir bereits 49 % verloren haben? In der kleinen Eiszeit im Jahr 1850 erreichten die Schweizer Eismassen mit 1735 km² ihren Gipfel, dies entsprach etwa der Fläche des Kantons Zürich. Heute sind es nur noch 890 km². Voraussichtlich werden wir sogar 80 – 90 % der Eismassen verlieren bis im Jahr 2100. Dieser enorme Rückgang der Gletscher hat Auswirkungen auf den Tourismus, die Wasserkraft, Naturgefahren und noch vieles mehr.

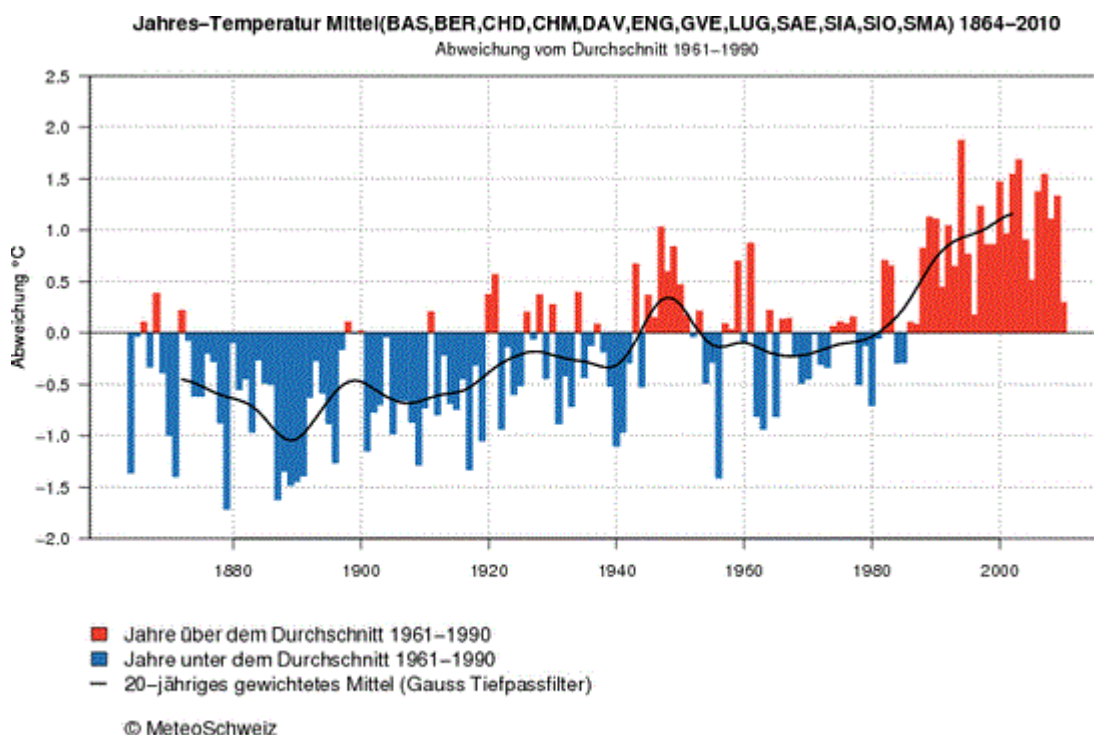


Doch es wird besser, schliesslich machen wir immer mehr für den Klimaschutz. Stimmt das? Nein leider nicht. Obwohl immer mehr Menschen versuchen auf das Klima zu achten wird 2017 vermutlich ein Rekordjahr für die Gletscherschmelze werden. Alleine im vergangenen Jahr bürsteten unsere Gletscher etwa 900 Milliarden Liter Wasser ein und rund 1 km³ Eisvolumen. Diese Zahl entspricht dem Volumen von 4386 Prime Townen.

„Auch wenn der Mensch schon morgen keine Treibhausgase mehr produzieren würde, die meisten Gletscher sind verloren.“

- Schreibt der Tagesanzeiger

Wir in der Schweiz sind mit unserem täglichen Energieverbrauch dabei genauso für den Klimawandel verantwortlich wie jeder andere auch. Denn obwohl wir nicht zu den Hauptsündern unseres Planeten gehören, können auch wir noch vieles besser machen. Die Schweizer Treibhausgas-Emission besteht hauptsächlich aus 4 Faktoren: dem Verkehr, Gebäuden, der Industrie und anderen Quellen wie beispielsweise der Landwirtschaft. Auf diese Ursprünge können wir alle in unserem privaten Alltag Einfluss nehmen. Sei es nun mit grösseren Eingriffen wie dem kompletten Verzicht auf Fleisch oder Auto. Oder mit kleinen Veränderungen wie dem Senken der häuslichen Heiztemperatur zum Beispiel. Denn bereits 1 Grad Celsius kann einen extremen Unterschied machen. Weitere Möglichkeiten sind das Kleider waschen bei nur 60 Grad Celsius, bei dieser Temperatur werden bereits die meisten Flecken gesäubert. Zudem kann man beim Einkauf auf Bio-Label achten und nur saisonal und regional einkaufen. Wir finden jedoch am wichtigsten ist es darüber mit seinen Mitmenschen zu reden und sich über das Thema zu informieren um den allgemeinen Wissensstand der Bevölkerung zum Thema Klimawandel zu heben.



GlimAnaTool homogval.evot / 20.01.2011, 13:55

1.2. Motivation

Unsere Motivation für das Projekt ist das wir beide die aktuellen Weltgeschehnisse mit Sorge betrachten und wenn möglich etwas verändern wollen. Und da bekanntlich Veränderung nur mit der Masse entstehen kann, versuchen wir mit unserem Projekt so viele Menschen wie möglich zu erreichen umso die Bevölkerung auf die Wichtigkeit der Thematik aufmerksam zu machen. Eventuell können wir den Einen oder Anderen zum Nachdenken bringen, was in unseren Augen bereits viel wert ist.

2. Ideensuche / Projektdefinition

Zu Beginn der Ideensuche wussten wir nicht in welche Richtung unsere Arbeit gehen sollte, deshalb liessen wir unsere Gedanken schweifen und überlegten uns zu jeder Idee kurz was wir machen könnten.

- Food Waste

Bei dieser Idee überlegten wir uns aufzuzeigen wie viele Treibhausgase in der Landwirtschaft produziert werden und welche Auswirkungen die Überproduktion als Folge des globalen Food Wastes hat.

- Ökologisches Fahren

Dabei hätten wir den effektiven Nutzen ökologischen Fahrens aufgezeigt und dieses mit den Versprechungen und Erwartungen der Bevölkerung verglichen.

- CO₂ neutrale Kleidung

Wir wären Massenmarktkleidung (z.B. H&M) auf den Grund gegangen und hätten ihre Produkte mit solchen von CO₂ neutralen Marken verglichen.

- Ferien CO₂ – Bilanz

Dabei wären wir den Vergleich zwischen verschiedenen Reisemöglichkeiten und Destinationen angegangen.

- Vergleich vegetarische und fleischhaltige Menus

Im Rahmen dieses Projektes hätten wir bei 2 nährstoffhaltig gleichwertigen Menüs veranschaulicht wie viele Treibhausgase man durch den Konsum von Fleisch verursacht.

Schlussendlich sind wir auf das Problem der Gletscherschmelze und deren Wichtigkeit aufmerksam geworden und fokussierten uns anschliessend mehr auf dieses Thema.

- Gletscherrückgang-Modell

Wir überlegten uns mit LEDs den Rückgang der Schweizer Gletscher über die Jahre zu veranschaulichen. Nach weiteren Überlegungen entschieden wir uns dagegen da wir beide nicht über das nötige Knowhow verfügen, noch waren wir bereit so viel Zeit und Geld wie es benötigt hätte zu investieren.

- Film: Gletscherrückgang

Leider entschieden wir uns gegen diese Idee da uns die Zeit fehlten selbst Aufnahmen von Gletschern zu machen und weil wir beide kein Schnittprogramm oder ähnliches besitzen.

- Sticker und Flyer Aktion zum Gletscherrückgang

Schlussendlich entschieden wir uns für diese Idee, da wir entschieden haben, dass sie von zeitlichen und geldlichen Gesichtspunkten betrachtet die Beste ist. Dabei ist es unser Ziel die Bevölkerung, beziehungsweise die Menschen in unserem Umfeld, im Thema Gletscherschmelze zu sensibilisieren. Dabei greifen wir auf Flyer, Sticker und Social Media zurück.

2.1. Projektdefinition und -Zielsetzung:

Bei unserem Projekt handelt es sich um ein Sensibilisierungsprojekt bei dem wir mit Hilfe von verschiedenen Mitteln auf die akute Bedrohung unserer Gletscher aufmerksam machen. Leider ist es dabei schwer festzustellen wie viele Menschen wir erreicht haben da wir uns ausschliesslich im öffentlichen Raum und in der schnelllebigen Internetlandschaft bewegen.

2.2. Umsetzbarkeit

Wir denken, dass unser Projekt sehr gut umsetzbar ist. Allerdings braucht vor allem unsere Seite auf der Social Media Plattform Instagram relativ viel Zeit und Pflege damit wir etwas erreichen können. Grössere Probleme denken wir könnten vor allem bei Designentscheidungen von Flyern, Stickern, etc. auftreten, weil wir beide nicht allzu viel Ahnung davon haben. Ein weiteres gröberes Problem könnten die Bildbearbeitung und Finanzierung darstellen.

3. Projektplanung

Das Ziel unseres Projektes ist über die verschiedenen Medien unserer Wahl so viele Menschen wie möglich zu erreichen. Zur Umsetzung stehen uns dabei 7 Wochen an 4 Lektion pro Woche zur Verfügung. Alles Weitere müssen wir zuhause bearbeiten. Bei anfälligen Fragen können wir das wir jederzeit auf unseren Klassen Lehrer Herrn Kindt, auf Herrn Leemann oder bei Fragen bezüglich Photoshop auf unseren Klassenkameraden David Jost zukommen können. Die relativ geringen Kosten für Flyer, Sticker, etc. übernehmen wir selbst, da uns das Projekt mittlerweile durchaus am Herzen liegt.

3.1. Die wichtigsten Meilensteine

Was	Termin
Projektbeginn: „ MI: Gletscherschmelze“	14.11.2017
Defintion des Logos	21.11.2017
Erster Social Media Post	28.11.2017
Abgabe Projektdokumentation	19.12.2017

3.2. Detaillierter Aufgabenplan

Was	Arbeitsaufwand	Wer
Erstellung Dokumentation	6h	Basil Dick
Erstellung PowerPoint Präsentation	0.5h	Andrin Brumann
Ausarbeitung Designs	2.5h	Andrin Brumann
Unterhalt Social Media	3h	Andrin Brumann
Besprechung allgemeiner Entscheidungen	3h	Basil Dick, Andrin Brumann

4. Auswertung der Projektarbeit

4.1. Rückblick

Nach unserer Meinung haben wir unser Ziel erreicht, da wir doch ein paar Leute erreichen konnten. Alleine auf Instagram konnten wir mit unseren Bemühungen 117 Abonnenten anhäufen und über Mundpropaganda dürften wir nochmals ein Paar mehr erreicht haben.

Wir sind grundsätzlich sehr zufrieden mit unserem Projekt, auch wenn es zu ein paar Komplikationen kam. Zum Beispiel dauerte die Herstellung der Sticker länger als gedacht, weshalb wir ein Bisschen knapp dran waren. Zudem hatten wir wie im Vorfeld schon vermutet einige Probleme mit dem Programm Photoshop. Dabei konnten wir uns aber zum Glück auf unseren Klassenkollegen verlassen. Unser grösstes Problem war jedoch der Verlust meines (Basil Dick) Computers auf dem ich jegliche Daten gespeichert hatte, weshalb ich die Dokumentation noch einmal schreiben durfte.

Schlussendlich sind wir beide zufrieden mit dem Projekt, da wir nicht erwartet hätten, dass wir so viele Menschen erreichen würden. Denn entgegen dem allgemeinen Glauben ist es heute durchaus anspruchsvoll in so kurzer Zeit eine gewisse Grösse im Social Media Bereich zu erlangen.

4.2. Erkenntnisse

Ich denke die wichtigsten Erkenntnisse die wir gewonnen haben sind das man sich nicht zu viel vornehmen sollte. Denn vorerst wollten wir zudem eine Facebook-Seite betreiben, wofür uns einfach die Zeit fehlte. Ausserdem das wir nicht erwarten können, dass Photoshop ein einfach zu bedienendes Programm sei. Ich (Basil Dick) persönlich habe vor allem gelernt, dass man seine Daten nicht nur auf einem Träger speichern sollte. Es geht schneller als man denkt und alles ist weg. Dies sind alles Dinge die wir so auch in unsere nächsten Projekte einfliessen lassen können.

4.3. Perspektiven

Wie es mit unserem Projekt genau weiter geht wissen wir noch nicht genau. Jedoch haben wir häufiger mit dem Gedanken gespielt es weiter zu führen, da es uns durchaus Spass macht. Wir werden auf jeden Fall die restlichen Sticker, etc. verteilen.

5. Literatur

Mathias Lutz und Marc Brupbacher, 2017, So schmolzen die Schweizer Gletscher in 160 Jahren weg
Verfügbar unter: <https://interaktiv.tagesanzeiger.ch/2017/gletscherschwund/?openincontroller>

Ohne Jahrgang, Klimaschutz: 12 Tipps gegen den Klimawandel, die jeder kann
Verfügbar unter: <https://utopia.de/galerien/klimaschutz-tipps/#1>

Roland Gramling, 2012, WWF-Studie: Weniger Fleisch ist mehr Klimaschutz
Verfügbar unter: <http://www.wwf.de/?id=8793>

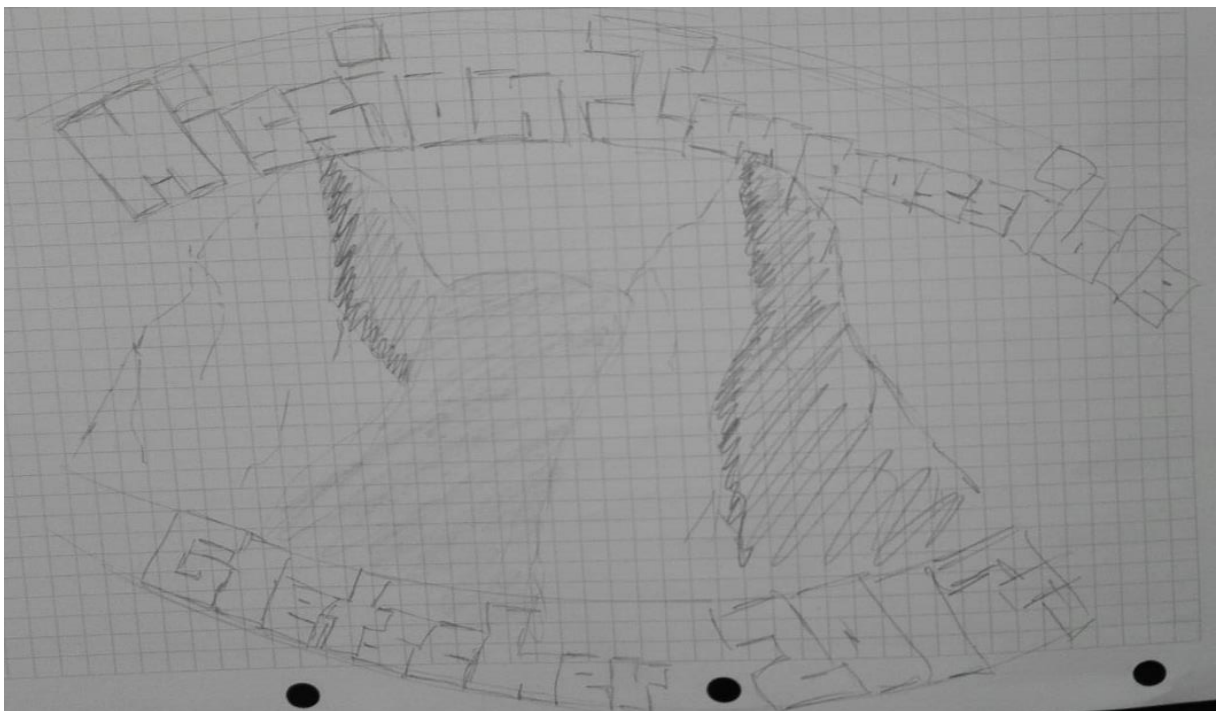
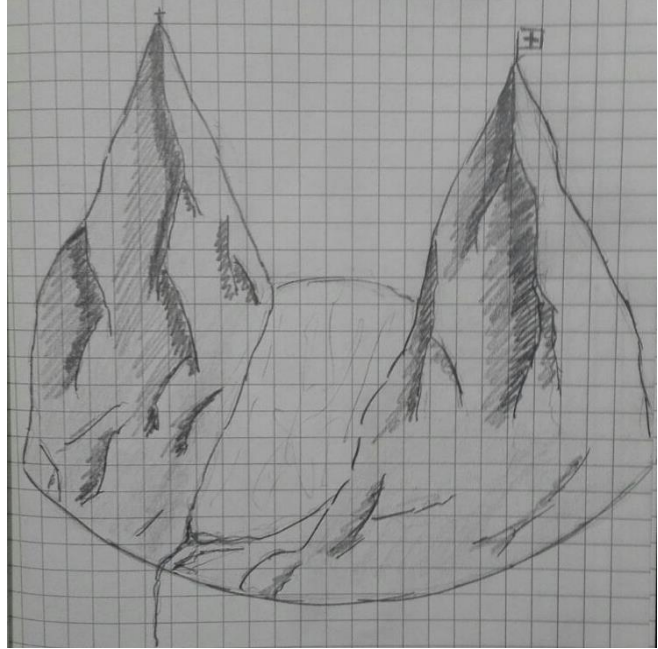
Ohne Jahrgang, Klimawandel: Wie der Mensch die Erde verändert
Verfügbar unter: <https://www.geo.de/geolino/natur-und-umwelt/2875-rtkl-globale-erwaermung-klimawandel-wie-der-mensch-die-erde-veraendert>

2016, Klima: Das wichtigste in Kürze
Verfügbar unter: <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/klima/inkuerze.html>

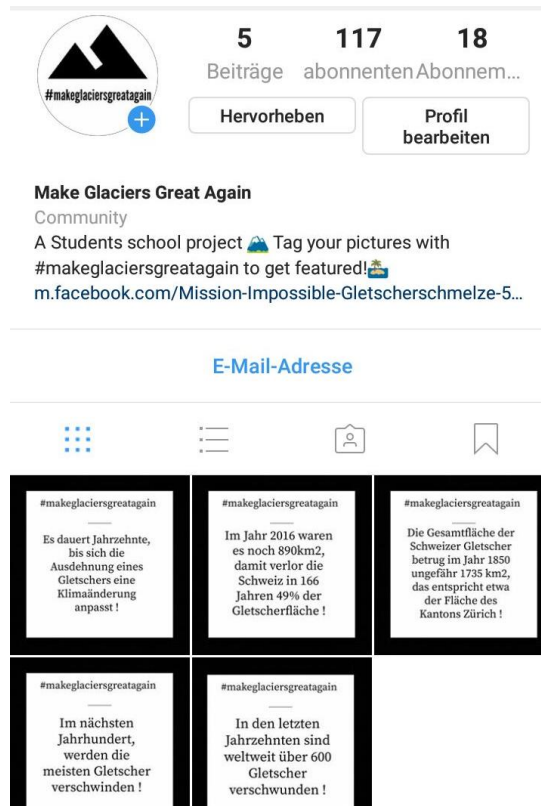
2017, Weltweiter Temperaturanstieg: 2016 knackt alle Hitzerekorde
Verfügbar unter: <https://www.n-tv.de/wissen/2016-knackt-alle-Hitzerekorde-article19585377.html>

Anhang

Erste Designideen:



Screenshot Instagram-Page:



Endgültiges Logodesign:



Endgültiges Flyerdesign:

