

CHECKLISTE CLEAN-UP-DAY

Die Grundidee des nationalen Clean-Up-Day ist, zusammen die Schweiz aufzuräumen und damit ein starkes und nachhaltiges Zeichen gegen Littering und für eine saubere Umwelt zu setzen. Damit an Ihrem Aktionstag alles klappt und es zu keinen Pannen kommt, gibt es im Voraus viel zu bedenken. Diese Checkliste soll Ihnen helfen, einen erfolgreichen Clean-Up-Day und allfällige Begleitaktionen zu organisieren.



TEIL 1: KONZEPT	2
TEIL 2: UMSETZUNG	3
1. Gründung eines Organisationskomitees	3
1.1. Wer macht was?	3
1.2. Mögliche Partner	3
2. Ortswahl und Sicherheit	4
2.1. Ortswahl	4
2.2. Sicherheit	4–6
TEIL 3: MATERIAL FÜR AKTIONEN	7
TEIL 4: WERBUNG UND MEDIEN	8
1. Vorbereitung – Machen Sie Ihren Aktionstag bekannt!	8
1.1. Werbung	8
1.2. Medien-Kooperationen / Kosten	8
1.3. Medienbeobachtung	8
2. Am Aktionstag selbst	9
3. Nach dem Aktionstag	9
TEIL 5: FINANZEN	10
1. Kosten	10
2. Finanzierung	10
TEIL 6: EVALUATION	11
1. Vorbereitung	11
2. Erhebung am Aktionstag	11
3. Auswertung nach dem Aktionstag	11–12

TEIL 1: KONZEPT

Stellen Sie ein Konzept für Ihren Anti-Littering-Aktionstag auf, bevor Sie mit der konkreten Planung beginnen. Überlegen Sie sich beispielsweise, wen Sie mit den Aktionen ansprechen und welche Ziele Sie erreichen wollen. Um die Attraktivität Ihres Aufräumtags noch zu steigern, empfiehlt es sich zudem, Begleitaktionen, wie z.B. einen Abfallparcours, einen Wettbewerb oder ein abfallarmes Fest zu organisieren (Ideen finden Sie auf unserer Webseite www.clean-up-day.ch). Ein Konzept hilft Ihnen dabei, das Ziel nicht aus den Augen zu verlieren und Umwege zu vermeiden.

- **Welche Ziele sollen erreicht werden?**
- **Welche Botschaften sollen der Bevölkerung vermittelt werden?**
- **Welche Zielgruppe(n) will man erreichen?**
- **Mit welchen Massnahmen/Aktionen werden die Botschaften erfolgreich vermittelt?** (Eine Auswahl an Ideen finden Sie auf unserer Webseite www.clean-up-day.ch)
- **Gibt es Partner (Schulen, Unternehmen, Organisationen...), die sich einbinden lassen?**
- **Welche Kommunikationskanäle und -mittel werden genutzt?**
- **Gibt es bewährtes Material, das übernommen werden kann?**

TEIL 2: UMSETZUNG

1. Gründung eines Organisationskomitees

Tipp: Beginnen Sie die Planung frühzeitig und gehen Sie aktiv auf mögliche Partner zu.

1.1. Wer macht was?

	Name	Tel.-Nr.	E-Mail
Leitung			
Werbung/Medien			
Infrastruktur			
Finanzen/Sponsoren			
Koordination beteiligte Gruppen			
Koordination Aktionen			
Sicherheit			
Administration (Bewilligungen/Versicherungen/etc.)			
Evaluation			

1.2 Mögliche Partner

Partner aus der Abfallwirtschaft	Name	Tel.-Nr.	E-Mail
Kehrichtverbrennung			
Abwasserreinigung			
Recyclingwerk			
Deponie			
...			
...			
Vereine			
Pfadi, Cevi, Jungschar			
Quartiervereine			
Sportvereine			
Musikvereine			
Natur- und Umweltvereine			
Tourismusvereine, Verkehrs- und Verschönerungsvereine			
...			
...			
Weitere			
Schulen			
Kindergärten			
Parteien			
Bekannte Persönlichkeiten			
Firmen, Restaurants			
Take-Away-Anbieter, Detailhändler			
...			

2. Ortswahl und Sicherheit

Tipp: Suchen Sie die Standorte für Aktionen gezielt aus. Achten Sie darauf, dass die Orte nicht zu weit voneinander entfernt liegen und dass sie sicher sind (Verkehr, steile Hänge). Die Standorte können auf einer Karte eingezeichnet und mit einem Flyer, einem Veranstaltungsprogramm oder einer Einladung verteilt werden.

2.1. Ortswahl

Koordination	Name:	Tel.-Nr.:	E-Mail:
Aktionstitel			
Dauer der Aktion	von:	bis:	
Erwartete Besucherzahl			
Ort			
Erreichbarkeit prüfen	<input type="checkbox"/> ÖV	<input type="checkbox"/> zu Fuss	<input type="checkbox"/> Fahrrad <input type="checkbox"/> Auto
Schlechtwetter-Variante	Kontaktperson:		
Reservation Lokal/Zelt	Kontaktperson:		

Infrastruktur prüfen	Bemerkungen:	Kosten:
<input type="checkbox"/> Wasser		
<input type="checkbox"/> Strom		
<input type="checkbox"/> Toiletten		
<input type="checkbox"/> Parkplatz		
<input type="checkbox"/> Telefon		
<input type="checkbox"/> Festbänke		
<input type="checkbox"/> Zwischenverpflegung		
<input type="checkbox"/> ...		

Kosten Ortswahl

2.2. Sicherheit

Informieren Sie vor dem Anlass-Start alle Teilnehmenden über die Sicherheitsbestimmungen. Stellen Sie sicher, dass alle Teilnehmenden die Sicherheitshinweise verstanden haben und sich entsprechend verhalten werden.

Koordination	Name:	Tel.-Nr.:	E-Mail:
Notfall-Telefonnummern	Feuerwehr:	Polizei:	Arzt:
Sanitätsposten	Ort:	Material/Infrastruktur:	
	Kontaktperson:		Tel.-Nr.:

Kosten Sanitätsposten

Absperrungen/Verkehrslenkung

Orte:

Material/Infrastruktur:

Kontaktperson:

Tel.-Nr.:

Kosten Absperrungen/Verkehrslenkung**Information der Teilnehmenden über Sicherheitsbestimmungen** (z.B. Elterninformation bei Aktionen mit Kindern)**Informationsstand** (verlorene Kinder, Ausrüstung holen und zurückbringen)

Ort:

Material/Infrastruktur:

Kontaktperson:

Tel.-Nr.:

Kosten Informationsstand**Ausrüstung für Teilnehmende**

Kosten:

- Kleidung
- Warnweste (Bestellung auf www.clean-up-day.ch)
- Handschuhe (Bestellung auf www.clean-up-day.ch)
- Greifzangen
- Schuhwerk
- Helm
- Schutzbrille
- Gehörschutz
- Informationsmaterial
- Give-Aways
- ...
- ...

Versicherung der Teilnehmenden gegen Unfälle**Kosten Ausrüstung und Versicherung****TOTAL Kosten Umsetzung (Teil 2)**

Tipp: Sicherheit am Clean-Up-Day

- **Informieren Sie die Teilnehmer vorgängig über geeignete Kleidung und Schuhwerk (bequeme Kleidung, lange Hosen, geschlossene Schuhe, wind- und wetterfeste Ausrüstung).**
- **Wählen Sie keine offensichtlich gefährlichen Orte aus.**
- **Meiden Sie gefährliche Strassen und steile Hänge.**
- **Beachten Sie Naturgefahren.**
- **Nehmen Sie Rücksicht auf Sperr- und Schutzgebiete sowie Schonzeiten.**
- **Lassen Sie Risikomaterial (Spritzen, Gifte, Tierkadaver etc.) nur durch Profis einsammeln.**
- **Jede Clean-Up-Gruppe kennt die Notfallnummern und hat ein Handy bei sich.**
- **Stellen Sie angemessene Ausrüstung (Handschuhe, Greifzange, Kübel, Säcke etc.) und Container bereit.**
- **Sorgen Sie für die fachgerechte Entsorgung des Sammelgutes (Recycling, Kehrichtverbrennung, Sondermüll).**
- **Vergessen Sie nicht, bei minderjährigen Teilnehmenden das Einverständnis der Eltern einzuholen.**

TEIL 3: MATERIAL FÜR AKTIONEN

Tipp: Stellen Sie für jede Aktion eine detaillierte Materialliste zusammen (ein Blatt pro Aktion z.B. Aufräum-Aktion, Recyclingparcours, Abfallpyramide). Ideen für Aktionen finden Sie auf unserer Webseite: www.clean-up-day.ch

Aktionstitel

Koordination

Name:

Tel.-Nr.:

E-Mail:

Kosten:

Material

Lieferant

Liefertermin

Lieferort

Entsorgung/Rücklieferung/Reinigung

Termin

Versicherung

Ja

Nein

Bewilligung

Ja

Nein

TOTAL Kosten Material (Teil 3):

TEIL 4: WERBUNG UND MEDIEN

IGSU und Pusch informieren die Medien auf nationaler Ebene im Vorfeld des Clean-Up-Days und danach. Informieren Sie uns deshalb frühzeitig über geplante Aktionen (Anmeldeformular auf www.clean-up-day.ch). Bei der lokalen Medienarbeit unterstützen wir Sie mit Hilfsmitteln (z.B. Vorlage für lokale Medienmitteilung, Inserate-Vorlage) und stehen Ihnen beratend zur Seite.

Tipp: Gehen Sie aktiv auf lokale Medien zu und bilden Sie Partnerschaften – dies kann sich auch finanziell lohnen.

Koordination

Name:

Tel.-Nr.:

E-Mail:

1. Vorbereitung – Machen Sie Ihren Aktionstag bekannt!

1.1. Werbung

Nutzen Sie das offizielle Informationsmaterial

(Bestellung und Download auf www.clean-up-day.ch)

Kosten:

Plakate (Stellwände frühzeitig organisieren/reservieren)

Inserate (s. Vorlage)

gratis

Inserate-Schaltungen in lokalen Medien

Mitteilung an lokale Medien (s. Vorlage Medienmitteilung)

...

Zusätzliches Informationsmaterial

Text

Gestaltung

Druck

Zusätzliche Werbemassnahmen

Facebook/Social Media

...

Kosten Werbung

1.2. Medien-Kooperationen

Kosten:

Gemeindeblatt

Vereinsblätter

lokale Zeitungen

Lokalradio

Lokalfernsehen

Internet (Homepage der Gemeinde)

1.3. Medienbeobachtung

Verantwortliche Person

Name:

Tel.-Nr.:

E-Mail:

Kosten Medien

2. Am Aktionstag selbst

Tipp: Laden Sie die Medienschaffenden ein. Stellen Sie gute Fotos und Motive für die Bildpresse zur Verfügung. Vermitteln Sie Interviews mit Teilnehmenden und Verantwortlichen. Organisieren Sie einen Rundgang mit der Presse von Aktion zu Aktion.

Medienkonferenz

Kosten:

Medienkonferenz am Aktionstag abhalten

Rundgang mit Medienschaffenden von Aktion zu Aktion

Interviews mit Organisatoren und Teilnehmenden vermitteln

Ort:

Zeit:

Kontaktperson:

Tel.-Nr.:

Kosten Medienkonferenz

3. Nach dem Aktionstag

Kommunizieren Sie Ihren Erfolg

im Gemeindeblatt

auf der Homepage der Gemeinde

in lokalen Zeitungen

im Lokalradio

im Lokalfernsehen

...

...

Senden Sie einen kurzen Bericht und gute Fotos Ihrer Aktionen an die IGSU und Pusch

(Teilnehmerzahl, gesammelte Abfallmenge, Highlights, Reaktionen): clean-up-day@igsu.ch

Auswertung der Medienpräsenz

Dank an die Beteiligten und Sponsoren in Form eines Berichts oder via Medien

(Gemeindeblatt, Homepage, Lokalzeitung)

Kosten Berichterstattung

TOTAL Kosten Werbung und Medien (Teil 4):

TEIL 5: FINANZEN

Tipp: Behalten Sie die Kosten zu jedem Zeitpunkt im Auge, um böse Überraschungen zu vermeiden.

1. Kosten

Kosten:

TOTAL Kosten Umsetzung (Teil 2):

TOTAL Kosten Material (Teil 3):

TOTAL Kosten Werbung und Medien (Teil 4):

Administration

 Versand

 Koordinationssitzungshonorare

 übrige Honorare

Transporte

Bewilligungen

Versicherungen

TOTAL Kosten Clean-Up-Day

2. Finanzierung

	Geldbetrag CHF	Naturalien/Leistung	Verwendungszweck
Stadt/Gemeinde			
Firmen/Gewerbe			
Vereine/Schulen			
Privatpersonen			
Andere			

TEIL 6: EVALUATION

Tipp: Die Evaluation beginnt bereits während der Durchführung mittels Kamera, Fotoapparat, Umfrage, Wettbewerbsauswertung oder Statistiken. Senden Sie ihre Auswertungen auch an die IGSU und Pusch: clean-up-day@igsu.ch

1. Vorbereitung

Vorbereitung Fragebogen

Vorbereitung Wettbewerb

2. Erhebung am Aktionstag

	Verantwortliche Personen	Tel.-Nr.
Fotos		
Befragungen		
Durchführung Wettbewerb		

3. Auswertung nach dem Aktionstag

Anzahl Teilnehmende am Aktionstag:

Anzahl Wettbewerbsteilnehmende:

Wie wurden die Teilnehmenden auf den Aktionstag aufmerksam? (in %)

Plakate

Medien

Schule

Nachbarn und Freunde

...

Eindrücke der BesucherInnen (Was war positiv? Was war negativ?)

Eindrücke der Verantwortlichen (Was war positiv? Was war negativ?)

Highlights:

Pannen:

Lessons Learned:

FAZIT:

Welche Botschaften kamen bei den TeilnehmernInnen an
(Evaluation z.B. durch richtig beantwortete Wettbewerbsfragen, Umfrage):

FAZIT:

Wie wurde der Aktionstag in den Medien dargestellt:

Anzahl Beiträge:

Presse:

Radio:

Fernsehen:

Anzahl anwesende Medienleute an Medienkonferenz, Rundgang etc.:

FAZIT:

Führen Sie im nächsten Jahr wieder einen Anti-Littering-Aktionstag durch?

Ja

Nein

Falls Ja:

Führen Sie Ihren Aktionstag im nächsten Jahr wieder im Rahmen des Nationalen Clean-Up-Days von IGSU und Pusch durch?

Falls Nein:

Wieso nicht?

Mögliche Themen/Aktionen für den nächsten Aktionstag:

Evaluation an alle Beteiligten weiterleiten

Verantwortliche der einzelnen Aktionen

Sponsoren

IGSU und Pusch (clean-up-day@igsu.ch)

...

...
