

## Schrill, bunt und laut: an den 17 Zielen kommt niemand vorbei

*Samera Zagala*

Ob Bierdeckel, Poetry Slams, grüner Roter Teppich oder ein buntes Mobil, das durch ganz Deutschland reist – die Ansätze des Projekts #17Ziele zur Bekanntmachung der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung sind vielfältig und kreativ. Denn es gilt: Alle Menschen sollen von den 17 Zielen erfahren und sich der Zusammenhänge der damit verbundenen Themen wie Klimaschutz, fairer Handel, Gesundheit, Bildung und Frieden bewusstwerden. Bestenfalls ändern sie ihr Verhalten und begeistern auch ihre Familie und Freunde für die nachhaltigen Entwicklungsziele. Hierbei macht jeder noch so kleine Schritt den Unterschied. Ganz im Sinne: Tu Du's für dich und die Welt!

Das Projekt #17Ziele von Engagement Global verbindet die Themen der Agenda 2030 mit der Alltagswelt der Menschen – sei es auf der Arbeit oder in ihrer Freizeit, online oder offline. Durch Kooperationen mit Vereinen, Hochschulen, Unternehmen und anderen gesellschaftlichen Gruppen werden Menschen erreicht, die bislang wenige Berührungspunkte mit den 17 Zielen und ihren Themen hatten. Im Folgenden werden die verschiedenen Formate vorgestellt, mit denen das Projektteam die Themen der nachhaltigen Entwicklungsziele in die Öffentlichkeit trägt und dadurch bekannter macht.

### Festival der Taten – junge Menschen sind gefragt

Beim Festival der Taten werden gezielt Menschen zwischen 16 und 35 Jahren angesprochen. Das Besondere an diesem Veranstaltungsformat: Es geht direkt ins Tun. Unter Anleitung von professionellen Design Thinking-Trainerinnen und -Trainern erarbeiten sie kreative und nachhaltige Ideen für Projekte und Aktionen zu den verschiedenen Themen der 17 Ziele. Die Lösungsansätze reichen von einer No-Poverty-Messe (Ziel 1 *Keine Armut*) über ein neues Schulfach Zukunft (Ziel 4 *Hochwertige Bildung*) bis zu einem kooperativen Bestellsystem im Unverpackt-Laden in der Mehrwegbox (Ziel 12 *Nachhaltiger Konsum und Produktion*). Das Projekt Gender Bread Women zu Ziel 5 *Geschlechtergleichheit* setzt sich dafür ein, dass Erzieherinnen und Erzieher über Geschlechter-Klischees aufgeklärt werden.

Direkte Rückmeldung gibt es über ein Online-Programm per Smartphone aus dem Plenum und über ausgewählte Mentorinnen und Mentoren. Letztere geben Anregungen, vernetzen und betreuen im besten Fall eine Idee bei der weiteren Entwicklung und Umsetzung. Gleichgesinnte vor Ort zu vernetzen und mit möglichen Partnerinnen von Organisationen, Unternehmen und der Stadt zusammenzubringen, ist ein wirkungsvoller Hebel und zugleich Motivation für die jungen Menschen, etwas in ihrer Stadt zu bewegen und zu verändern.

Und die Teilnehmenden sind begeistert. Ebru vom Johanna-Geissmar-Gymnasium in Mannheim betont: »Ich finde das Festival der Taten echt toll. Besonders gefällt mir, dass ich mich hier mit Menschen unterschiedlichen Alters und aus verschiedenen Lebenssituationen austauschen kann.« Arani Ganeshalingam von der Hochschule Osnabrück ist ganz

sicher: »Wir haben in kurzer Zeit viel geschafft und dieser Input ist sehr wertvoll für mich«, sagt sie und hat vor, die Ideen in die Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit an ihrer Hochschule zu tragen und dort weiterzuentwickeln.

### Berlinale – der grüne Rote Teppich

Um auch Filmschaffende und -interessierte für die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung zu sensibilisieren und Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit zu schaffen, entwickelte das Projekt #17Ziele folgende Idee: Warum nicht den Roten Teppich, über den die Stars laufen, aus recycelten Materialien herstellen? Aufwendig wird das Garn aus Meeressmüll wie alten Fischernetzen hergestellt. Der erste grüne Rote Teppich auf der Berlinale wurde medienwirksam in Szene gesetzt: Schauspieler Alexander Scheer ließ sich mit einer Elektro-Kehrmaschine über den Teppich fahren, Schauspielerin Meret Becker trug zur Filmpremiere ein Kleid aus recycelten Milchtüten. Das Medienecho war beeindruckend: Der #17Ziele wurde 640.000 Mal verwendet und auf Instagram 100.000 verlinkt; in 40 Online-Blogs, 75 Zeitungen, 21 TV- und 54 Radio-Beiträgen, wurde über den grünen Roten Teppich berichtet.

### Aktion Spiegel Online – kreative Überschriften über der Überschrift

Eine weitere Aktion des Projektteams war es, live zu den Überschriften der Spiegel Online-Artikel passende Zeilen im Werbebanner-Feld darüber zu texten. Vier Tage lang saßen das #17Ziele-Team, ein Grafiker, drei Texterinnen und Texter zusammen und warteten gespannt, welcher Artikel als nächstes online geschaltet wurde. Unter Zeitdruck wurde getextet, gestaltet und das Werbebanner live online geschaltet. Von Brexit, Terroranschlag, Windenergie bis hin zu Parteien-Themen war alles dabei. Und zu jeder Überschrift galt es passende Textzeilen zu formulieren, die sich auf die 17 Ziele bezogen – mal ernst, mal witzig, provokativ, mitfühlend und frech. Die Banner-Überschrift »Vorwürfe machen ist amateurhaft. Profis überzeugen durch gute Taten.« zur Artikel-Überschrift »Schröder wirft Nahles »Amateurfehler« vor« schaffte es sogar als Screenshot auf Twitter: Der Kommentar »Die beste Überschrift in der Kausa Schröder, ist die Überschrift über der Kausa Schröder« bekam 1.500 Likes. Insgesamt erhöhte sich der Zugriff durch diese Aktion auf die Internetseite 17Ziele.de von durchschnittlich 3.900 Mal in einem Monat auf rund 17.000 Zugriffe innerhalb von vier Tagen und auf Spiegel Online wurden 14,8 Millionen Impressionen erreicht.

### 17 Ziele-Mobil – spielerisch und alltagsnah

Es gilt die Menschen dort abzuholen, wo sie sind. Deshalb wurde ein Schäferwagen umgebaut und mit den 17 Zielen bedruckt. Er ist auf Musikfestivals, Messen oder Veranstaltungen unterwegs. Wo immer das farbenfrohe 17 Ziele-Mobil auftaucht: Es ist ein Hingucker und weckt Neugier. Ob beim Halldern Pop, Lollapalooza oder Melt-Festival: Die Menschen schauen vorbei, kommen ins Gespräch, probieren einfach mal aus, mit einem Fahrrad zur



© Engagement Global

Energiegewinnung ihr Handy aufzuladen oder stapeln riesige Jenga-Würfel im 17 Ziele-Look – auch, um zu erkennen, wie die einzelnen Ziele zueinanderstehen. Immer wieder beeindruckt sind Jung und Alt vom 3-D-Erlebnis der virtuellen Brillen, mit denen sie sich inmitten eines Flüchtlingscamps in Jordanien befinden.

Im Gespräch erlebt das Projektteam oft, dass sich gerade junge Menschen intensiv mit Nachhaltigkeitsthemen beschäftigen. Konsum, Mobilität und Umweltschutz stehen dabei im Fokus. Das gilt es mit den 17 Zielen zu verknüpfen und gleichzeitig aufzuzeigen, was die jungen Menschen direkt in ihrem Umfeld wie Schule, Freunde, Familien, Verein oder Stadt tun können. Dazu eignen sich einfache und praktische Tipps für nachhaltigen Konsum, wie zum Beispiel Strom sparen, weniger Wasser verbrauchen, keine Lebensmittel verschwenden. So kann es gelingen, die Menschen zu motivieren und zu ermutigen, sich aktiv für die 17 Ziele in ihrem Alltag einzusetzen.

### 17 Ziele-Filmclips – von jungen Menschen für junge Menschen

Ein weiterer Ansatz des Projektteams ist es, Hochschulen für Film und Design einzubinden. Denn wer könnte die Themen der 17 Ziele jungen Menschen besser vermitteln als die jungen Menschen selbst. Hierbei beschäftigen sich Studierende mit den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung und entwickeln Ideen für Filmclips und andere kreative Formate. »Die Auseinandersetzung mit den 17 Zielen hat mich motiviert, selbst aktiv zu werden.« So sieht es Simon Baumann, einer der Regisseure des Spots »Schwarzes Loch«. Ihn hat die kreative Herangehensweise inspiriert. Sein Film über die Grenzen des Konsums wurde auf den Internationalen Wirtschaftsfilmtagen 2018 mit dem Prix Victoria in Gold ausgezeichnet und ist unter den Gewinnern der Cannes Corporate Media & TV Awards 2018. Baumann und seine Mitstudierenden der Hochschule für Fernsehen und Film München und der Filmhochschulen Macromedia Köln und München haben im Rahmen einer Projektarbeit mehrere Filmclips zu den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung produziert.

### 17 Ziele-Bierdeckel – Ein Kölsch auf die 17 Ziele



© Engagement Global

Dass viel Kreatives entsteht, wenn man junge Menschen einbezieht, beweisen auch die Studierenden der Rheinischen Fachhochschule Köln. Wie lassen sich die Ziele zum Stadtgespräch machen? Ihre Antwort: Indem wir sie auf Bierdeckel drucken. Eingekölscht natürlich, schließlich sind Kölner echte Lokalpatrioten. »Jede Jeck is anders« (Jeder Mensch ist anders) heißt es zum Beispiel bei Ziel 5 zur Geschlechtergleichheit, oder »Denn he hält m'r zosamme, eja, wat och passeet« (»Denn hier hält man zusammen, egal was auch passiert«) zum Ziel 17 Partnerschaften zur Erreichung der Ziele.

Diese Idee macht Schule – mittlerweile gibt es die 17 Ziele-Bierdeckel in 10 Dialekten, vom Berliner bis hin zum Allgäuer Dialekt.

### 17 Ziele Poetry Slam – Was reimt sich auf Nachhaltigkeit?

Poetry Slam bewegt – gerade junge, politisch-kulturell Interessierte fühlen sich von den witzigen, nachdenklichen oder provokativen Texten angesprochen. Beim 17 Ziele Poetry Slam traten in den Vorentscheiden in Halle, Nürnberg, Koblenz, Celle und beim großen Finale in Berlin Slammerinnen und Slammer aus ganz Deutschland gegeneinander an. Rund 1.200 Gäste besuchten die #17Ziele Poetry Slams. Rita Apels »Kindergedicht vom Mikroplastik« war einer der Höhepunkte der Veranstaltungsreihe, ihr Abschlussreim hallte lange nach »... weil Plastik unkaputtbar ist, die Erde aber nicht.« Das Video zu ihrem Slam-Text ging per Whatsapp viral und hat heute mehr als 900.000 Aufrufe auf YouTube. Der Text hierzu wird von Lehrkräften im Deutschunterricht eingesetzt.

### Fazit

Die vielfältigen Ideen kommen an: Filmclips schaffen es in die Kinos und gewinnen gar Preise, Bierdeckel werden der Aufmacher der Zeitung und ein Poetry Slam-Text wird zum Hit. Unser Fazit: Kreative Formate und Methoden sind gefragt, um möglichst viele Menschen für die 17 Ziele zu gewinnen und zum Mitmachen zu bewegen. Zum Ziel führen auch unkonventionelle Kooperationen und Aktionen wie beispielsweise mit der Berlinale, um Filminteressierte für die 17 Ziele zu interessieren; Filmhochschulen, um Videoclips von jungen Menschen für junge Menschen zu erstellen und mit einem umgebauten 17 Ziele-Anhänger auf Musikfestivals zu gehen.

### Linkhinweise

---

*Linkliste zu den genannten Beispielen:*

Berlinale grüner Roter Teppich: <https://www.youtube.com/watch?v=EqmPvVPupl4>

FdT Mannheim: [https://www.youtube.com/watch?v=DW\\_0s\\_6bHFc&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=DW_0s_6bHFc&feature=emb_logo)

17 Ziele Poetry-Slam: [https://www.youtube.com/watch?v=q\\_4YIFwQxfw](https://www.youtube.com/watch?v=q_4YIFwQxfw)

17 Ziele Erklär-Film: [https://www.youtube.com/watch?v=VP41Guc7\\_s4](https://www.youtube.com/watch?v=VP41Guc7_s4)

Schwarzes Loch: <https://www.youtube.com/watch?v=rPx-a1ZEfKA>

Pfand: [https://www.youtube.com/watch?v=Cra1\\_E9avAY](https://www.youtube.com/watch?v=Cra1_E9avAY)

Guten Appetit: <https://www.youtube.com/watch?v=X0gwpMSZzE4>

---

## Autorin

---

**Samera Zagala** arbeitet bei Engagement Global als Projektleiterin im Projekt #17Ziele.

### Kontakt:

ENGAGEMENT GLOBAL gGmbH

Samera Zagala

Tulpenfeld 7

53113 Bonn

[info@17Ziele.de](mailto:info@17Ziele.de)

[www.17Ziele.de](http://www.17Ziele.de)

[www.engagement-global.de](http://www.engagement-global.de)

---

## Redaktion

---

Stiftung Mitarbeit

Redaktion eNewsletter Wegweiser Bürgergesellschaft

Eva-Maria Antz, Ulrich Rüttgers

Ellerstr. 67

53119 Bonn

E-Mail: [newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de](mailto:newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de)