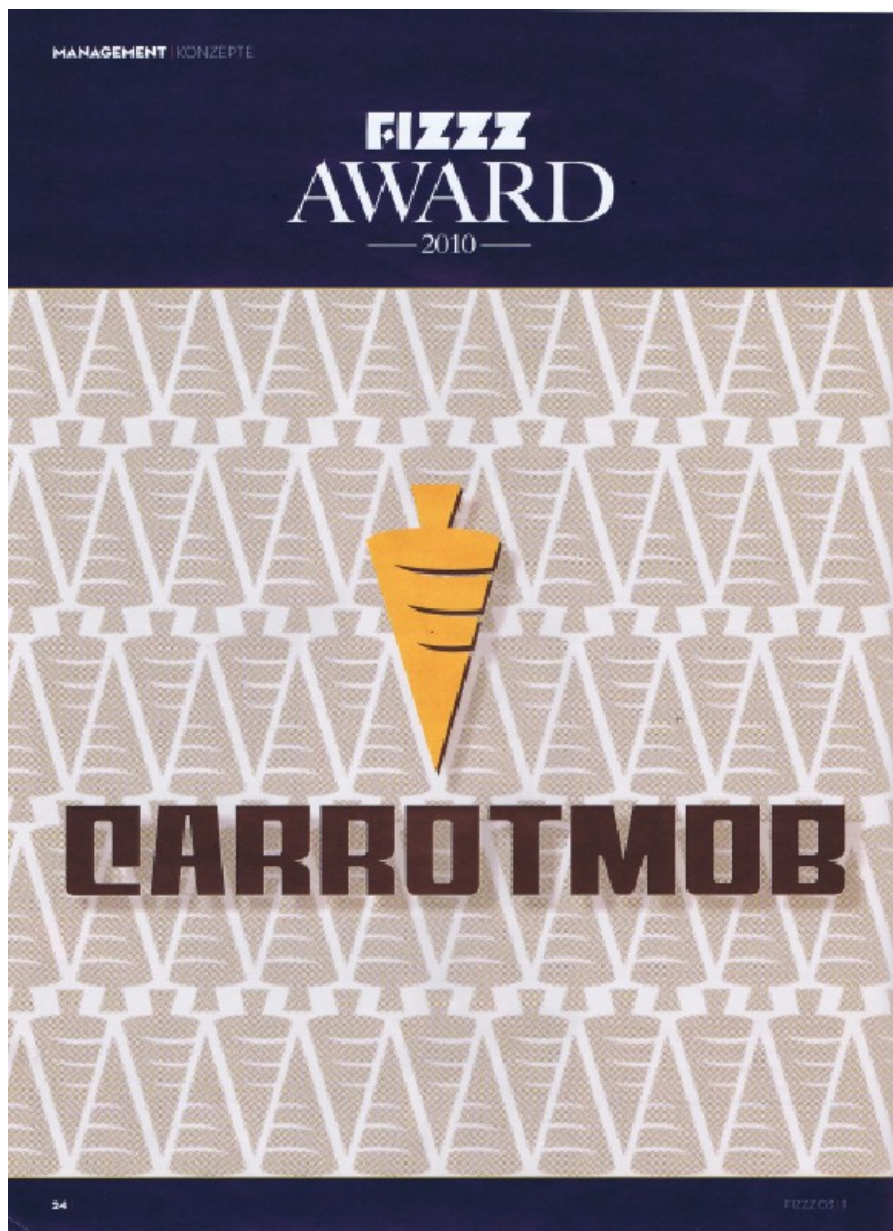


Pressemitteilung

München, den 15. Juli 2010

Svenja von Gierke
089 / 890 668-32

Svenja.vonGierke@greencity.de



Folgen Sie uns auf:



Business Idee des Jahres

„HALLO, DIE LETZTE ZEIT SCHON MAL BEI CARROTMOB MÜNCHEN NACHGESCHAUT? AM SAMSTAG STARTET WIEDER EINER IM WESTEND, PARADISO, WESTENDSTRASSE 140. BITTE KOMMEN UND WEITERGEBEN. GRUSS ANDI!“ DIE NACHRICHT WURDE VIA FACEBOOK GEPOSTET UND IST DER AUFRUF ZU EINEM NEUEN CARROTMOB. EINE EINFACHE, EFFIZIENTE UND GENIALE IDEE, DIE UMSATZSTEIGERUNG UND NACHHALTIGES INVESTMENT VERBINDET. UNSERE BUSINESS IDEE DES JAHRES 2010.

Die Macht der Verbraucher wird Realität: Gäste belohnen Gastronomen durch geballten Konsum für nachhaltige, umweltschonende Investitionen. Die Idee lebt von einem engagierten Netzwerk, das die Carrotmob-Aktivist*innen aufbauen und koordinieren. Die Community wird über Facebook und Twitter aufgerufen, zu einer bestimmten Zeit an einen bestimmten Ort zu kommen, den Umsatz des Betreibers zu erhöhen und ihm so bei der Finanzierung von nachhaltigen Investitionen zu helfen.

„Wir halten der Wirtschaft die Karotte hin“, erklären die Initiatoren die Wirkungsweise und Namensgebung Carrotmob („Karottenmeute“). Die umgekehrte Variante des Boykotts, eine Idee, die im März 2008 in San Francisco/USA von Brent Schulkin ins Leben gerufen wurde und eine weltweite Bewegung ausgelöst hat, funktioniert: Die Verdopplung von Gästezahl und Umsatz ist bei den Aktionen von Carrotmob in der Gastronomie die Regel. Zudem profitiert der Gastronom durch die medienwirksamen Aktionen von seinem steigenden Bekanntheitsgrad, kann neue Zielgruppen erschließen und reduziert nach getätigter Investition auch noch seine Energiekosten.

Einzig Voraussetzung: Er muss bereit sein, einen möglichst großen Anteil seines Tagesumsatzes in nachhaltige Technik oder ein vergleichbares Projekt zu investieren, denn in den Genuss der gesteuerten Konsumoffensive kommt nur der Betrieb, der - ähnlich einer Auktion - den höchsten Umsatzanteil als Investitionssumme anbietet.

„WIR HALTEN DER WIRTSCHAFT DIE KAROTTE HIN“

Der Erfolg von Carrotmob stützt sich auf das Engagement von unzähligen unabhängigen



Preisträger Martin Glöckner von Green City München (rechts) nimmt den FIZZ Award 2010 stellvertretend für Carrotmob Deutschland von Vorjahressieger Thomas Aurich (adgusts) entgegen.

NACHHALTIGES INVESTMENT - JETZT BEWERBEN!

Im Juni wird der Gründer Brent Schulkin erstmals Deutschland besuchen und zusammen mit Green City in München einen Carrotmob in einer Bar organisieren. Der genaue Termin wird noch bekanntgegeben (mehr Infos unter www.greencity.de oder www.facebook.com/carrotmobmuenchen und <http://twitter.com/carrotmobmu>)

Kontakt:

www.carrotmob.de
Carrotmob München:
GreenCity e.V., Goethestraße 34,
80334 München, Tel.: 089 89066832,
info@greencity.de

Einzelpersonen, die projektabhängig zusammenfinden und sich nach Beendigung der Aktion wieder trennen. Nun wird der Aufbau einer Datenbank vorangetrieben, aus dem interessierte Veranstalter Kontakte ziehen können. International werden die verschiedenen Blogs zu einer zentralen Plattform zusammen geführt. Umwelterorientierte Privatpersonen oder Organisationen übernehmen die Koordination vor Ort und treiben die Idee voran. Wie das Team von Green City aus München, die nicht nur Carrotmobs durchführen, sondern ihr Wissen auch weitergeben und als Multiplikator der Idee fungieren.

Green City brachte 2009 den ersten Carrotmob nach Süddeutschland. Seitdem wurden zahlreiche dieser Aktionen von der Umweltschutzorganisation initiiert, unter anderem das Umweltbildungsprojekt „Carrotmob macht Schule“. Seit Sommer letzten Jahres berät die Organisation andere Carrotmob-Organisationen, z.B. das Studentennetzwerk Sneep, die Klimainitiative München oder die Umweltsation Augsburg. Diesen Know-how-Transfer möchte Green City gemeinsam mit der Stiftung Bürgermut aus Berlin ausbauen.

Momentan wird ein Aktionskoffer erarbeitet, der sowohl eine Anleitung zur Organisation eines Carrotmobs enthält, als auch Instrumente wie ein Logo, Standard-Pressemitteilungen, eine Flyer-Vorlage oder gemeinsame Social-Media-Kanäle. Zudem erstellt die Umweltorganisation eine Datenbank mit Unternehmern, die Interesse an der Organisation eines Carrotmobs haben, um so die Suche nach geeigneten Läden, Restaurants oder Bars zu erleichtern. Martin Glöckner von Green City München hat den FIZZ Award für die beste Business Idee 2010 stellvertretend für die Carrotmob-Community entgegen genommen.

Herzlichen Glückwunsch!