UNSERE ZIELE: MISSION ERFÜLLT!

INITIATIVEN & SPONSOREN

Wir konnte die Teilnehmer:innen erfolgreich zu vielen verschiedenen **Initiativen** (Viva con Agua, Foodsharing, Respekt! Initiative, u.a.) und Sponsoren lenken.Dort haben sie von deren Arbeit erfahren, sich mit den Botschaften auseinander gesetzt und **Becher und Lebensmittel gespendet**. Dabei hat uns auch das Feature "Sofortgewinne" geholfen, das einen zusätzlichen Anreiz schafft.



STATISTIK

gelöst.

MÜLL SAMMELN

223 aktive Teams mit im Schnitt 6,4 Teammitgliedern bedeuten, dass **1.427 Personen** - oder knapp 10% der Camper:innen - an der Hunt teilgenommen und

sich mit den Inhalten beschäftigt haben. **5.906 gelöste Aufgaben** zeugen von dem großen Engagement vieler Teams. Im Durchschnitt wurden 26 Aufgaben (34%)

Etwa **500 abgegebene Müllsäcke**, zahlreiche Laola Wellen für das Müllkommando, hunderte ploggende Camper:innen und jede Menge Spaß dabei: Unsere Aufgaben zur Müllvermeidung, **Sensibilisierung und Aufklärung** haben voll ins Schwarze getroffen!



•••••

NACHHALTIGE IDEEN

Wir haben die Schwarmintelligenz angezapft & zahlreiche Vorschläge gesammelt, wie das OF aus Sicht der Besucher:innen nachhaltiger werden kann. Außerdem haben wir in einer Umfrage viel über die Meinungen & Gewohnheiten der Teams gelernt.



FESTIVAL SCAVENGER





NACHHALTIGKEIT

Wir konnten nicht bloß einen konkreten Beitrag zur Müllvermeidung leisten. Die Aufgaben haben informiert und gebildet, Probleme & deren Lösungen aufgezeigt und die Teams sensibilisiert. Wir konnten Besucher:innen animieren, bei ihren nächsten Festival-Besuchen mehr auf den eigenen Fußabdruck zu achten. Wenn man sich Lob & Feedback der Teilnehmer:innen anschaut, kann man sagen:

Mission erfült!



Die Aufgaben sollten sensibilisieren & positives Verhalten hervorrufen. Dies ist uns mehr als gelungen. Zahlreiche Teams haben sich bei den Sanis bedankt oder Eschweger:innen eine Freude gemacht. Außerdem mussten die Teams mit anderen Besucher:innen in Kontakt treten, was zu vielen netten Begegnungen & neuen Freundschaften geführt hat





GEMEINSAME AUFGABEN/ERLEBNISWERT

Die Aufgaben haben dem Festival einen weiteren **Erlebniswert** hinzugefügt. Gemeinsame Aufgaben & Aktionen, Kontakte zu anderen Teams, Sofortgewinne & die Jagd nach Punkten haben den Teilnehmer:innen eine neue Sicht auf das Festival geboten. Statt rumzusitzen und sich zu betrinken konnten die Teams aktiv werden, sich kreativ austoben, Feedback geben und etwas (neues!) erleben



ERINNERUNGEN

Ein wiederkehrender Punkt im Feedback der Teams war: "Vielen Dank für die tollen Erinnerungen (in Form von Fotos/Videos), die ohne die Hunt nicht entstanden wären."
An die Konzerte erinnern sich die meisten Besucher:innen ja sowieso. Wir konnten nun dazu beitragen, dass auch die Zeit auf dem Campingplatz unvergesslich wurde.