

Evaluation Tübingen-pelzfrei!-Kampagne 2024/25

- ☐ Was hat uns gestört? Optimierung überlegen
- ☐ Was hat uns gefallen? festhalten
- ☐ Bei allem im Blick behalten: **Was wollen wir mit unserer Arbeit erreichen?**

1. Kampagnenbeginn

1.1 Rückblick: Wann haben wir in den letzten Jahren begonnen und wie lange dauerte die Kampagne im Schnitt?

- 2024: 31.10.24 erste Mails versandt, 5.3.25 letzte Mails
- 2023: 13.12.23, 17.2.24
- 2022: 30.12.22, 18.2.23
- 2021: 14.11.21, 26.2.22

1.2 Wann wollen wir die Kampagne in Zukunft beendet haben?

- Mahnwache spätestens im Januar

1.3 Wann wollen wir die Kampagne dieses Jahr beginnen? (Das Datum wird auch in der To-Do-Liste bzw. in einem Kalender festgehalten.)

- Anfang Oktober

1.4 Zeitliche Planung einzelner Kampagnenschritte: Wann sollte Schritt Nr. XY begonnen werden / beendet sein? Die tatsächlichen Daten der einzelnen Schritte werden in der kommenden Saison festgehalten.

	geplanter Beginn	tatsächlicher Beginn	geplantes Ende	tatsächliches Ende
a. Stadt anschreiben, nach neuen Geschäften Ausschau halten	1.9.		30.9.	
b. Anschreiben an einzelne Läden per Mail senden	1.10.		7.10.	
c. Erinnerungsmail(s) versenden	10.10.		17.10.	
d. Undercover-Recherche	18.10.		30.11.	

e. Offene Recherche	1.12.		31.12.	
f. Aufkleber und Urkunden ausstellen	18.10.		30.11. (sonst erst in nächster Saison)	

2. E-Mail-Verkehr

2.1 Bis zu welchem Datum sollen Läden spätestens noch angeschrieben werden, falls bspw. neue Läden innerhalb der Saison entdeckt werden (*absoluter Cut-Off-Point*)? (vgl. Punkt 1.4 c)

- Ende November, dann aber keine Undercover-Recherche, sondern direkt Offene

2.2 Sind Erinnerungsmails nötig? Wenn ja, wie viele?

- ja, eine

2.3 Was tun wir, wenn wir von einer Großkette keine Antwort erhalten?

- Internetrecherche nach offiziellen Statement
- sonst Undercover-Recherche alle 5 Jahre; aber jährlicher E-Mail Kontakt
- keine Offene Recherche, falls kein Pelz gefunden wurde
- Offene Recherche und ggf. Mahnwache, falls Pelz vorhanden

2.4 Was tun wir, wenn wir von individuellen Läden keine Antwort erhalten?

- Undercover- und offene Recherche

3. Undercover-Recherche

3.1 Vorgehen bei Großketten:

- Recherche erst nach Ablauf der Email-Rückmeldefrist auf die Mails
- kein Pelz → keine Mahnwache; Pelz → Offene Recherche, ggfs Mahnwache

3.2 Vorgehen, wenn sich bis Datum XY niemand für eine Recherche meldet:

- Letzte Ermahnung zum 30.11.
- Datum (*Cut-Off-Point*) festlegen (vgl. Punkt 1.4 d): 15.12.

4. Offene Recherche

4.1 Gibt es Punkte vergangener Saisons, bei denen Optimierungsbedarf besteht?

- Inhaber werden nicht angetroffen; Abhilfe durch Anrufe (für zweiten Versuch)

4.2 (Wie) Können andere Mitglieder Julia und Flo unterstützen?

- Läden für offene Recherche raussuchen
- Information aus Dokumenten ziehen (sowie Öffnungszeiten recherchieren) und für offene Recherche aufbereiten
- Andere Personen können bei Recherche mitgehen (bedarf Einarbeit, aber kann generell wertvoll sein)

5. Sonderfälle

5.1 Umgang mit Läden, die bekannterweise Second-Hand-Pelz führen

- Offene Recherche, aber keine Mahnwache

5.2 Problematische Einzelläden

- Läden mit Pelz: keine Mahnwache wenn angenommen werden kann, dass kein Pelz nachgekauft wird und Ausstiegsabsicht erklärt wurde
- bei Läden die keinen Pelz haben, aber früher hatten und keine Absichtserklärung getätigt haben, jährliche Kontrolle (E-Mail, Undercover), 2-jährlich offene Recherche

6. Sichtbarkeit der Kampagne

6.1 Wie können wir die Kampagne noch sichtbarer machen – Vorschläge:

- Tabelle auf Website führen (Läden + Ampelfarbe)
- ggfs. Newsletter (Updates zum aktuellen Stand)
- ggfs. Presseberichte
- Social Media Posts (den vorhergegangenen Inhalten)

6.2 Welche Idee(n) wollen wir für die kommende Kampagne in Angriff nehmen?

- Tabelle auf Website + Social Media Posts dazu

7. Alternative Ideen

7.1 Wie können wir die Verbraucher*innen abgesehen von Mahnwachen in die Thematik *Echt-Pelz* miteinbeziehen?

- Fernseher-Aktion, Aufsteller & Flyern (Fokus: Pelz ist noch/wieder ein Thema, um Aktualität zu betonen)
- Idee: Praktischer Kurs zur Unterscheidung von Kunst- und Echtpelz (als Teil eines Infostands) "Falle Echtpelz"
- Aktionen mit Pressearbeit begleiten

7.2 Sonstige Ideen

- Menschen die Echtpelz tragen ansprechen (für Videoclips)
- (Prominente) Negativbeispiele aufzeigen

8. Allgemeine Kampagnenregeln

- Schriftlich als pelzfreie erklärte Läden werden alle 5 Jahre erneut kontaktiert