

# Jahresbericht 2025 - Klimapaten e.V.

## 1. Einleitung

Das Jahr 2025 war für unseren jungen Verein ein Jahr des Übergangs, der Konsolidierung und besonders der professionellen Weiterentwicklung. Trotz anfänglich ernüchternder Kooperationen gelang es uns, unser Kernziel, die Entwicklung einer wirkungsvollen, humorvollen und international verständlichen Klimaschutzkampagne, entscheidend voranzubringen.

## 2. Rückblick auf Kooperationen und externe Partner

### 2.1 Anläufe mit Werbeagenturen - enttäuschende Ergebnisse

Zu Jahresbeginn nahmen wir erneut Gespräche mit zwei Werbefirmen auf:

- Capacity
- steinrücke+ich

#### Fazit:

Trotz hoher Anfangshoffnungen führten beide Kontakte nicht zu umsetzbaren Ergebnissen. Nach den Kontakten zu Werbefirmen 2024 und nun erneut 2025 entschied sich der Verein daher bewusst gegen eine Zusammenarbeit und suchte kreative Alternativen.

## 3. Strategische Neuausrichtung: Der Weg zur Filmhochschule

### 3.1 Die zündende Idee

Die Zusammenarbeit mit den Agenturen führte nicht zu den gewünschten Ergebnissen und so entschieden wir uns für einen unkonventionellen Ansatz: Wir kontaktierten Filmhochschulen - mit dem Ziel, kreative, motivierte Teams zu finden, die sich mit Leidenschaft in ein gesellschaftlich relevantes Projekt einbringen.

### 3.2 Kooperation mit der Filmakademie Baden-Württemberg (Ludwigsburg)

Die Filmakademie eröffnete uns die Möglichkeit, einen **Konzeptwettbewerb** innerhalb der Hochschule auszuschreiben.

**Drei ausgewählte Teams präsentierten ihre Ideen** - alle drei auf hohem Niveau und mit beeindruckender Professionalität.

### 3.3 Gewinnerteam: Josia Brezing & Julius Wieler

Das Konzept des Teams um **Josia Brezing** und **Julius Wieler** überzeugte durch:

- eine klare, humorvolle und internationale Erzählweise
- filmische Qualität (Brezing ist mehrfach ausgezeichnet, u.a. mit Werbefilmen zum Klimaschutz)

- strategisch stimmiges Storytelling

Die Präsentationen und Mappe können eingesehen werden unter:

<https://josabrezing.my.canva.site/doyourjob>

## 4. Finanzen und Ressourcen 2025

### 4.1 Spendeneinnahmen

Im Laufe des Jahres konnten etwa **40.000 Euro** gesammelt werden (genauer Kassenbericht mit Kassenprüfung erfolgt mit dem Jahresabschluss).

Diese Mittel wurden zu etwa 95% eingesetzt für:

- Filmproduktion
- Postproduktion
- Website-Entwicklung
- internationale Übersetzungen
- Aufbau der digitalen Reichweite
- organisatorische Infrastruktur (Hosting, Tools, rechtliche Anforderungen)
- externe Rechtsberatung wegen Satzung, Markenschutz, Filmvertrag

### 4.2 Suche nach einem OP-Raum / Drehort

Das Filmkonzept erforderte einen **OP-ähnlichen Raum** in oder bei Ludwigsburg oder Berlin. Gefunden wurde ein weniger geeigneter in Ludwigsburg und ein idealer in Berlin.

## 5. Produktion des Werbefilms

### 5.1 Vorbereitung

Der Film verlangt aufwendige Sets, professionelle Maske, Requisiten, medizinisches Equipment und eine OP-Atmosphäre. Drehplanung: KW 42 (Oktober) konnte eingehalten werden.

### 5.2 Veröffentlichung vor Weihnachten

Trotz des engen Zeitplanes war das Team hochmotiviert, den Film **noch vor Weihnachten 2025** breitflächig in die sozialen Medien zu bringen und - wenn möglich - in ausgewählten Kinos zu platzieren. Der Film geht schon erfolgreich „viral“.

### 5.3 Internationale Reichweite

Der Film wird samt Erklärungstext in **rund zehn Sprachen** veröffentlicht, u. a.:

- Englisch
- Französisch

- Japanisch
- Spanisch
- Arabisch
- ...

=> sehr großer potenzieller Sprachraum in denen der Film funktionieren könnte.

## 6. Internationalisierung & digitale Infrastruktur

### 6.1 Website & technische Umsetzung

- Website neu entwickelt und auf **WordPress** übertragen
- Inhaltliche Vereinfachung (Website-Fokus auf Vermittlung des gemeinnützigen Filmprojekts und Möglichkeit zur Unterstützung.)
- Mehrsprachige Planung
- Integration als Spendenplattform über **Betterplace** (wichtig für Reichweite und Spendenbescheinigungen)

### 6.2 Spendenportale & Kontaktaufbau

Wir möchten international Menschen erreichen, die Klimaschutzkommunikation in ihren Regionen weitertragen, insbesondere auch internationale Spendenplattformen, um die Klimaschutzkommunikation global zugänglich zu machen.

## 7. Organisatorisches & Personal

### 7.1 Hohe Arbeitsbelastung

Der Einsatz im Jahr 2025 war enorm - insbesondere durch:

- Projektmanagement
- Filmkoordination
- Übersetzungen
- Website-Arbeiten
- rechtliche Anpassungen ((z. B. zum Schutz des Vereinsnamens im Rahmen der Gemeinnützigkeit)).
- Betreuung externer Dienstleister
- Kampagnendesign & Spendenlogistik

## **7.2 Geplante Unterstützung 2026**

Aufgrund der Arbeitsmenge ist geplant, im kommenden Jahr eine **geringfügige Kraft (520-Euro-Job) aus privaten Mitteln einzusetzen**, um:

- Website-Pflege
- Social-Media-Management
- Kommunikation
- Spendenkoordination

zu unterstützen.

## **8. Ausblick 2026**

**Unsere Ziele für das kommende Jahr:**

1. **Weitere Veröffentlichung des Films** in allen geplanten Sprachräumen
2. **Aufbau eines internationalen Netzwerkes**
3. **Stärkung der Plattform Klimaschutz-Forum e.V.** mit klarer Identität
4. **Start einer zweiten Filmkampagne** (abhängig von Spenden)
5. **Rechtssichere Etablierung des neuen Vereinsnamens und Logos**
6. **Professionalisierung durch eine Hilfskraft**
7. **Erweiterung der digitalen Reichweite**
8. **Aufbau weiterer Kooperationen mit Film- und Kunsthochschulen**