



Campagne Anti-Mégot

- 8. Juli 2025 -

Weltweit werden täglich mehrere Millionen Zigarettenstummel achtlos auf den Boden geworfen! Viele Menschen sind sich der verheerenden Folgen dieser unüberlegten Handlung für die Natur nicht bewusst.

Die Auswirkungen auf die Umwelt sind verheerend!

- Die Stummel gelangen über Regenwasser, Gullis und eine unachtsame Entsorgung in Gewässer und Böden.
- Sie vergiften das Wasser, hemmen das Pflanzenwachstum und gefährden die Tierwelt.
- Ein einziger Zigarettenstummel kann bis zu 1.000 Liter Wasser vergiften!
- Die Zigarettenfilter bestehen aus nicht biologisch abbaubarem Kunststoff, welcher als winzige Mikroplastikteilchen in der Umwelt verbleibt.

Mit einer neuen Kampagne will die Stadt Dödelingen Raucher*innen auf die Folgen ihres unverantwortlichen Verhaltens aufmerksam machen. Die Gemeinde hat bereits in der Vergangenheit Initiativen ergriffen, um ihre Einwohner*innen für das Problem des Litterings zu sensibilisieren. Dieses Mal wollte die Stadt jedoch einen Schritt weiter gehen und hat die Student*innen der BTS-Digital-Content-Klasse des LNB mit ins Boot genommen.

Die Stadt Dödelingen und das Lycée Nic-Biever haben in den vergangenen Jahren bereits bei zahlreichen Projekten zusammengearbeitet. Schnell wurde klar, dass auch dieses Projekt mit Student*innen des LNB umgesetzt werden würde.

Pünktlich zum Schulanfang 2024 begannen die Studierenden des ersten BTS-Jahrgangs, die Kampagne im Detail auszuarbeiten. Es handelte sich einerseits um ein Schulprojekt und andererseits um eine große organisatorische Herausforderung sowohl für die Schule als auch für alle beteiligten Akteur*innen. Die einzige Vorgabe war, dass die

Kampagne kreativ sein sollte. Dieses Vorhaben ist der BTS-Digital-Content-Klasse definitiv gelungen.

Flashmob „Red Button“

Diese Aktion war für Düdelingen einmalig. Die Dreharbeiten fanden am 15. und am 16. Mai statt. Der erste Flashmob fand auf dem Schulhof des Lycée Nic-Biever, der zweite am folgenden Tag auf dem Rathausplatz statt. Kurz zur Handlung: Ein*e ahnungslose*r Passant*in drückt auf den „Red Button“. Ein junger Mann schlendert mit einer überdimensionalen Zigarette umher und wirft sie auf den Boden. Ein Alarm ertönt und anschließend überschlagen sich die Ereignisse. Der Jugendliche wird von der Polizei überwältigt. Die achtlos weggeworfene Zigarette löst ein Feuer aus. Die Feuerwehr muss eingreifen, um das Feuer zu löschen. Schlussendlich demonstrieren die Jugendlichen, um darauf aufmerksam zu machen, dass es nicht erlaubt ist, Zigarettenstummel achtlos wegzuworfen.

Das Storyboard stammte von den Studenten. Der Dreh fand in Zusammenarbeit mit der Social-Media-Agentur Hype statt. Das Video wird auf den Social-Media-Kanälen der Stadt Düdelingen sowie des Lycée Nic-Biever veröffentlicht.

Fotoausstellung

Ein weiteres Element der Kampagne ist eine Fotoausstellung. Die Studenten des BTS Digital Content haben dafür im Fotounterricht alltägliche Szenen nachgestellt und anschließend fotografiert. Dabei haben sie mit dem Luxemburger Fotografen Yves Kortum zusammengearbeitet. Bei der Umsetzung haben sie sich folgende Fragen gestellt:

- Würden Sie Ihr Kind in einem Sandkasten spielen lassen, der mit Zigarettenstummeln übersät ist?
- Würden Sie in einem Planschbecken voller Zigarettenstummel baden?
- Würden Sie Ihren Cocktail aus einem Glas trinken, das mit Zigarettenstummeln gefüllt ist?

Das Ergebnis ist beeindruckend! Am 11. Juli findet die Vernissage im Park Émile Mayrisch statt. Dort sind die Fotos bis zum 28. Juli ausgestellt. Im Herbst werden die acht Fotografien noch einmal im Rathaus und im Lycée Nic-Biever gezeigt.

Interaktive Aschenbecher

Das dritte Element der Kampagne sind **vier interaktive Aschenbecher**, die im Stadtzentrum aufgestellt werden. Sie wurden in Zusammenarbeit mit dem Mechatronikprofessor Max Schmit hergestellt. Es handelt sich um Abfallbehälter, die im Rahmen einer früheren Anti-Littering-Kampagne der Stadt Düdelingen bereits im Einsatz waren. Das Ziel bestand darin, die Behälter umzubauen und in die neue Kampagne zu integrieren. In einer ersten Phase entwickelten die BTS-Studenten gemeinsam mit Max Schmit das Konzept. Anschließend wurden die einzelnen Teile hergestellt und in den kommunalen Werkstätten zusammengelegt. Parallel dazu wurden die Botschaften programmiert, die angezeigt werden, wenn jemand seine Zigarette in den Behälter wirft.

Die Aschenbecher, die auch für künftige Kampagnen und Veranstaltungen genutzt werden können, verbinden Interaktivität und Aufklärung. Die Menschen sollen dazu angeregt werden, ihre Zigarettenkippen verantwortungsbewusst zu entsorgen. Mithilfe digitaler Botschaften und eines ansprechenden Designs sollen die Nutzer*innen motiviert werden, ihr Verhalten zu ändern, und auf die Auswirkungen ihres Handelns auf die Umwelt aufmerksam gemacht werden.

Eine einzigartige Erfahrung!

Die fünf Studierenden des BTS Digital Content, die diese Kampagne als Schulprojekt umgesetzt haben, blicken auf bewegte Monate zurück. „Es war eine große Herausforderung, jedoch auch eine einzigartige Erfahrung“, lautet das Fazit von Sabit Gusic, Giovanni Kemevuaku, Michael Marques-Figueiredo, Kilyan Vieira und Pierre Felten.

„Was am Anfang wie eine kleine Idee ausgesehen hat, wurde später zu einem großen Projekt und einem richtigen Gruppenerfolg für uns.“ Giovanni

„Wir sagen Dankeschön dafür, dass Sie uns die Möglichkeit gegeben haben, an diesem Projekt mitzuarbeiten. Für viele von uns war es das erste Mal, dass wir eine Idee von der Planung bis hin zum fertigen Endprodukt umsetzen konnten.“ Michael

„Ich bin froh, Teil des Projekts gewesen zu sein.“ Kilyan

Ähnlich erging es den sechs Professor*innen, die das Projekt mit ihrem Know-how begleiteten: Jessica David, Jean-Paul Tusch, Fabrice Genot, Jeff Lemmer, Yves Kortum und Betty Holtz.

„Anfangs hatten wir nicht damit gerechnet, dass dieses Projekt derart große Dimensionen annehmen würde. Es kam immer wieder zu Planänderungen, weshalb wir sehr flexibel agieren mussten. Am Ende zählt jedoch das Ergebnis. Wir sind sehr stolz auf unsere Studierenden und auch sie können unheimlich stolz auf sich sein. Diese Erfahrung, die ihnen die Stadt Düdelingen ermöglicht hat, wird ihnen niemand mehr nehmen.“

An dieser Stelle möchten wir uns auch beim CGDIS, der großherzoglichen Polizei sowie der technischen Abteilung des LNB sowie den zahlreichen kommunalen Dienststellen der Stadt Düdelingen bedanken. Ohne sie wäre die Umsetzung dieser Kampagne nicht möglich gewesen. Insgesamt waren fast 40 Personen an der Umsetzung dieser Kampagne beteiligt.

*Das Bürgermeister- und Schöff*innenkollegium*

Dan Biancalana, Bürgermeister

*Loris Spina, Josiane Di Bartolomeo-Ries, René Manderscheid, Claudia Dall’Agnol,
Schöff*innen*

--