



MARI-LIIS KALLISMAA, Kuusakoski brändijuht

KUIDAS KORRALDADA TÕHUSAT **KESKKONNATEADLIKKUSE** ARENDAMISE KAMPAANIAT

Suhtekorralduse auhindade jagamisel vastutustundliku ettevõtluse preemia võitnud projekt „Küünlaümbriste jaht” kaasas tänu õigetele sõnumitele tuhandeid koolilapsi üle-eestilisse keskkonnakampaniasse.

Alates 2013. aastast korraldab Kuusakoski 1.–6. klasside õpilastele suunatud teeküünlaümbriste kogumismängu „Küünlaümbriste jaht”. Noorema astme kooliõpilaste keskkonnateadlikkuse ja taaskasutuse alaste teadmiste kasvatamiseks korraldati üle-eestiline võistlus ning lapsed asusid koguma teeküünlaümbriseid, mille Kuu-

sakoski hiljem kokku kogus ja taaskäitles.

Laste keskkonnateadlikkuse kasvatamiseks ei leitud paremat strateegiat kui kaasamine ja põneva võistlusmomendi tekitamine, seetõttu otsustasime korraldada üleriigilise teeküünlaümbriste kogumise aktsiooni, mille käigus paljud Eesti koolid omavahel mõõtu võtsid. Küünlaümbriste jaht käigus tuli 1.–6. klasside õpilastel koguda 2013/2014 jõulupe-

rioodil võimalikult palju tühjaks põlenud teeküünalde ümbriseid, võitjaks osutus klass, kes kogus enim küünlaümbriseid.

Kuidas jõuda noore sihtrühmani?

Et 6–12-aastaste vanusegrupi esindajad ei loe iga päev meediaväljaandeid, tuli nuputada teisi viise, kuidas küünlaümbriste kogumise kampaniat tutvustada. Otsustasime oma sõnumit Eesti koolidele otse kommunikeerida – kutsusime kõiki Eesti koole personaalselt aktsioonis osalema ja hoidsime neid jooksvalt kursis kampania tulemustega. Mänguline kampania haaras kaasa 220 klassi õpilased 93 koolist üle Eesti.