

1 Funktionsweise

1.1 Internet-Plattform für Obstellmende

1.2 interaktive Landkarte

1.2.1 Eintragen der Daten

Angabe der Obstsorte
Beschreibung des Fundortes

1.2.2 Abrufen der Daten

1.3 Verortung freier Erntemöglichkeiten

1.3.1 wilde Obstbäume und Sträucher

1.3.2 öffentliche Obstbäume und Sträucher

1.3.3 freigegebene Privat-Bäume

1.4 Rechtliche Aspekte

1.4.1 vorgegebene Verhaltensregeln

- es liegt in der Verantwortung des Nutzers, ausschließlich die Früchte freigegebener Bäume zu ernten
- behutsamer Umgang mit den Bäumen, der umgebenden Natur und den dort lebenden Tieren
- Bereitschaft die regionale Wirtschaft zu unterstützen oder zur Pflege der Obstbäume

1.4.2 Überprüfung der Freigabe

1.4.3 Löschung unrichtiger Einträge

2 Ziele

2.1 *Teilen von Informationen und Gütern*

2.2 *Erhalt alter Obstsorten*

2.3 *regionale Wirtschaft fördern*

2.4 *Vernetzung von Menschen*

2.5 *Bewusstsein schaffen*

2.6 *Nachhaltigkeit erfahren*

2.7 *Naturerfahrung initiieren*

3 Gründungsteam 2009

3.1 *5 junge Berliner*

zurzeit sind nur aber noch Kai und Daniel aktiv dabei, die anderen sind aufgrund finanzieller Gründe ausgestiegen

3.1.1 Kai

Koordination und Vernetzung
Öffentlichkeitsarbeit
Betreuung der Webseite

3.1.2 Mirco

Presse- und Medienarbeit
Workshops

3.1.3 Katharina

Innovationsökonomie

3.1.4 Daniel

Programmierung

3.1.5 Justin

Webdesign

4 Prozesse

4.1 *Betreuung der Webseite*

4.1.1 Verifizierung der Tags

4.1.2 Freischaltung der Tags

4.1.3 Bloggen

Beiträge schreiben
kommentieren

4.2 *Programmierung*

4.2.1 neue Beta-Version

wer einen Fund eintragen will, muss sich vorher einloggen und übernimmt
mehr Verantwortung
User verwalten ihre Tags selber
neues Design

4.2.2 neue Features installieren

4.3 *Öffentlichkeitsarbeit*

4.3.1 Interviews geben

für Zeitung, Radio und Fernsehen

4.3.2 Pressemitteilungen

4.3.3 Newsletter-Abos

4.3.4 soziale Netzwerke

z.B. Facebook

4.3.5 das Internetportal selbst

Links zu anderen Webseiten und Blogs
Menschen stoßen zufällig beim Surfen auf die Seite

4.3.6 Community Building

Interessengruppen, Sponsoren und Unterstützer
Vernetzung mit anderen Projekten und Initiativen

4.4 sonstige Aktivitäten

4.4.1 Vorträge

Dez. 2010: auf der Social Bar Berlin

4.4.2 Workshops

- Auf dem SYNERGIEN-Camp in Jena: gemeinsame Erstellung des Mundraub-Handbuchs
- Auf dem Heldenmarkt
- Open-Data-Konferenz für Vertreter aus Verwaltungen der Gemeinden, Landes- bzw. Bundespolitik

4.4.3 Präsentationen

Präsentation mit Stand auf dem Zukunftskongress im ZUK Osnabrück

4.4.4 Veröffentlichungen

„Sharing our common fruits“ im Buch „Fülle organisieren. Gemeingüter jenseits von Markt und Staat“, oekom Verlag von Silke Helfrich

5 Finanzen

5.1 keine Fördergelder

5.2 laufende Kosten

5.2.1 Servergebühren

eigener Server: 1000 € pro Jahr

5.2.2 Büromiete

gemeinsames Büro mit Schwarzer Pfeffer.de
600 € pro Monat

5.3 Stipendien

5.3.1 Werner Zapf Stiftung Bayreuth

Stipendium zur Deckung von Sachkosten 2010

5.3.2 Ritter Sport AG

Stipendium zur Teilnahme an der Nachhaltigkeitsarena 2010

5.3.3 Teamstipendium

2011

5.4 Gründung gGmbH

Gründung einer gemeinnützigen GmbH ist zureit (2011) im Gange, Gesellschaftsvertrag ist bereits fertig

5.4.1 Hauptziele: Biodiversität und Kulturlandschaftserhalt

5.4.2 wirtschaftliche Nachhaltigkeit

5.4.3 Umsätze generieren

6 Resonanz

6.1 großes Medieninteresse

6.2 täglich 1.000 Zugriffe

6.3 > 10 % Bekanntheitsgrad

in Deutschland

6.4 Internet-Vernetzung

Mundraub.org ist auf > 3.000 Plattformen und Blogs verlinkt

6.5 große Community

> 6.000 Menschen (Newsletter-Abos, aktive Tagger, Facebook-Gruppe)

7 Erfolge

7.1 3.000 erfasste Fundstellen

7.2 Wort-Bildmarke

"Mundraub" ist beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen.

7.3 Preis des Nachhaltigkeitsbeirats

2009: Preis des Rates für Nachhaltige Entwicklung "Mission Sustainability"

7.4 Werkstatt-N-Label

2010: Werkstatt-N-Label für Projekte mit exzellenter Zukunftsrelevanz im Bereich Nachhaltigkeit

7.5 *erstes Mundraub-Hotel*

Hotel Stern in Österreich. Es werden Obstbäume als Allmende gepflanzt und Terra Concordia berät das Hotel in der Kommunikation.

8 Möglichkeiten und Chancen

8.1 *touristische Attraktivität*

- durch Erhalt und Pflege ihrer Obst-Allmenden
- Erhalt alter Obstsorten
- touristisches Alleinstellungsmerkmal
- Chance für Gemeinden und Gartenbesitzer auf dem Land

8.2 *Mundraub-Saft*

Verwertung von Allmende-Obst in lokalen Mostereien

8.3 *Mundraub-Rad-/Wandertouren*

Wander- oder Radwandertouren, auf denen man fast keinen Proviant mitzunehmen braucht

8.4 *Pflanz- und Pflegeaktionen*

z.B. für Betriebsausflüge, Schulwandertage oder gerichtlich angeordnete soziale Arbeit

Spenden dafür über das Internetforum sammeln