„Merkste selber, ne?“ Neue Kampagne für rücksichtsvolles Feiern im Straßenkarneval

- **Müll, Wildpinkeln und übertriebener Alkoholkonsum im Fokus**
- **Gemeinsames Projekt vom Festkomitee Kölner Karneval, der Willi-Ostermann-Gesellschaft und der Stadt Köln erhält breite Unterstützung**
- **Schwerpunkte der augenzwinkernden Plakataktion zur Sessionseröffnung und an Weiberfastnacht**

Mit dem Elften im Elften steht die Session kurz bevor und auch wenn die Freude überwiegt, sind die negativen Begleiterscheinungen an den tollen Tagen immer wieder deutlich spürbar: Übermäßiger Alkoholkonsum, Müll und Wildpinkler sind häufiger im Straßenbild an den Feierknotenpunkten der Stadt anzutreffen und haben in den vergangenen Jahren stark zugenommen.

Der Kölner Karneval zeigt sich dabei wie so oft als Spiegel der gesamten Stadtgesellschaft und hat mit den gleichen Problemen zu kämpfen wie andere Großveranstaltungen. Dabei darf nicht vergessen werden, daß der Karneval ein Stück kölsches Brauchtum ist, ein traditionelles Fest mit vielen positiven Facetten. Und die große Mehrheit der Jecken nimmt auch beim Feiern Rücksicht auf ihre Mitbürger. Für alle anderen gibt es ab sofort eine humorvolle Erinnerung: Gemeinsam mit der Stadt Köln und der Willi Ostermann

Gesellschaft als Veranstalter der Sessionseröffnung auf dem Altermarkt startet das Festkomitee Kölner Karneval diese Woche eine Kampagne für rücksichtsvolles Feiern im Straßenkarneval.

Mit der neuen Kampagne legt der Kölner Karneval den Finger in eine Wunde, die viele schmerzt: Der vermehrte Müll und Unrat in der fünften Jahreszeit. Drei Motive nehmen sich die drängendsten Probleme vor und zeigen augenzwinkernd, was all das im Karneval zu suchen hat: nichts. So heißt es etwa auf einem der Plakate: „Das ‚M' in Karneval steht für ‚Müll'. Merkste selber, ne?"

„Verantwortung für den Straßenkarneval tragen alle feiernden Kölner Bürgerinnen und Bürger, nicht nur die jeweiligen Veranstalter", so Christoph Kuckelkorn, Präsident des Festkomitees Kölner Karneval. „Es geht uns nicht darum, mahnend den Zeigerfinger zu heben. Wir möchten lediglich daran erinnern, daß wir alle gemeinsam etwas für ein rücksichtsvolles Miteinander sowie für das Image unserer Stadt und unseres schönen Festes tun können."

Die Kampagne erhält breite Unterstützung: Dank des Ordnungsamtes der Stadt Köln sind ab dem 31. Oktober 2017 alle drei Motive auf 130 Flächen der City-Light-Poster vor allem im Innenstadtbereich zu sehen. „Alleine mit ordnungsrechtlichen Mitteln sind die Probleme dauerhaft kaum zu lösen. Gerne beteiligen wir uns an dieser Kampagne, die sich an alle Feiernden richtet und für mehr Rücksicht und Respekt im Karneval wirbt", betont der Leiter des Ordnungsamtes, Engelbert Rummel. Auch Taxi Ruf Köln, die AWB Köln, die DB S-Bahn Köln, die Kreissparkasse Köln und die PSD Bank unterstützen die Kampagne online, über Screens oder Plakate.

„Dass so viele Partner die Kampagne unterstützen, zeigt mir, wie präsent das Thema ist", erklärt Ralf Schlegelmilch, Präsident der Willi Ostermann Gesellschaft. „Gemeinsam können wir hoffentlich deutlich machen, dass jeder einzelne Jeck

durch ein bisschen Rücksichtnahme zu einem positiven Verlauf der Karnevalstage beitragen kann.“

Ein zweiter zeitlicher Schwerpunkt der Kampagne ist ab Ende Januar geplant, also unmittelbar vor dem Straßenkarneval ab Weiberfastnacht.

Quelle, Foto und Grafiken: Festkomitee Kölner Karneval von 1823 e.V.