

Information 100



> LITTERING

Kommunale Maßnahmen für Stadtsauberkeit

WASTE MANAGEMENT 4.0 DER NÄCHSTEN GENERATION

Die saubersten Städte

vertrauen auf  A/C/S[®]neo

Smarte und
innovative Lösungen
für saubere Städte.

Digitalisieren Sie mit A/C/S[®]neo von Q-SOFT
Ihr Bürgermanagement um Littering
zu minimieren.

Meet Us

IFAT 2020 München

Halle 6, Stand 306

04. - 08. Mai

 IFAT



WWW.Q-SOFT.DE

 A/C/S[®]neo

› INHALT

Vorwort	5
01 Litteringstudien	6
1.1 Wahrnehmungsstudie	6
1.2 Feldstudie	7
1.3 Replikationsstudie	8
02 Maßnahmen gegen Littering	10
2.1 Stabsstellen für saubere Städte	10
2.2 Abfallbehälter im öffentlichen Raum (Papierkörbe)	11
2.3 Stadtplanung für saubere Städte	12
2.4 Umwelterziehung	12
2.5 Öffentlichkeitswirksame Kampagnen	14
2.6 Ordnungsrechtliche Maßnahmen	14
03 Kampagnen für ein sauberes Stadtbild	16
04 Papierkörbe im öffentlichen Raum	19
4.1 Standort und Nutzung	19
4.2 Modelle, Beschaffenheit und Zusatzfunktionen	20
4.3 Anzahl, Volumen und Leerung	21
4.4 Leerungstechnik, Reinigung und Instandhaltung	24
4.5 Inhalte und Analysen	24
4.6 Kosten und Kostenbestandteile	24
4.7 Papierkörbe, zentrales Element und Innovationsmotor bei Antilitteringmaßnahmen	25
05 Bürgerschaftliches Engagement	26
5.1 Gründe für die Ausweitung der Reinigungsmaßnahmen	26
5.2 Organisation, Zielgruppen und Unterstützungsmöglichkeiten	27
5.3 Organisationsformen	28
06 Kooperationen und runde Tische	29
6.1 Kooperationen und runde Tische im Kampf gegen Littering	29
6.2 Inhaltliche Fragestellungen bei der Bildung einer Kooperation	30
6.3 Kooperationen gegen Littering im öffentlichen Raum	30
6.4 Arbeitsweise, Ziele und Nutzen von Kooperationen	31
07 Herstellerverantwortung für häufig gelitterte Produkte	32
7.1 Die Einwegkunststoffrichtlinie der EU	32
7.2 Herstellerfinanzierung als Ausdruck des Verursacherprinzips	33
7.3 Der Umsetzungsprozess in Deutschland	35
08 Zusammenfassung	36
Impressum	38



Karsten Loth



Günter Rademacher

„Einzelne Maßnahmen gegen Littering bilden die Bausteine, die aber nur im Zusammenspiel aller, an der Stadtsauberkeit interessierten städtischen Akteure ihre volle Wirkung erzielen können.“

Karsten Loth
Vorsitzender des VKU-Fachausschusses Stadtsauberkeit

„Der Papierkorb ist Innovationsmotor für eine bessere Stadtsauberkeit und eine wichtige Ergänzung im Sauberkeitskonzept einer Großstadt.“

Günter Rademacher
ehemaliger Vorsitzender des VKU-Fachausschusses Stadtsauberkeit

Vorwort

Die Sauberkeit in unseren Städten und Ballungszentren ist ein wichtiges Merkmal für die Wohnqualität und damit ein entscheidender Baustein in der kommunalen Gestaltung, um die eigene Stadt zu einem attraktiven Ort für Bürger, Besucher und Wirtschaft zu machen.

Leider haben viele Menschen die Sauberkeit nicht mehr so fest in ihrem Verantwortungsbewusstsein verankert. Häufigkeit und Intensität unbedachter Verschmutzungen in den Städten und Gemeinden nehmen deshalb in den letzten Jahren weiter zu. Damit haben die kommunale Straßenreinigung und andere kommunale Zuständige für öffentlich genutzte Räume die Aufgabe, immer wieder zeitnah saubere öffentliche Flächen herzustellen.

Für den inzwischen international genutzten Begriff aus dem englischen Sprachraum „Littering“ gibt es keine griffige deutsche Übersetzung. Wir benutzen ihn deshalb hier in dieser Informationsschrift, weil er mit einem Wort sehr treffend die bewusste oder unbewusste Vermüllung öffentlicher Verkehrsflächen und öffentlich genutzter Räume zur Naherholung mit Abfällen aller Art, meist im kleinteiligen Format, beschreibt.

Ein mit dem Littering eng verknüpftes Phänomen ist die unrechtmäßige Ablagerung großer Abfälle im öffentlichen Raum. Dafür hat sich in Deutschland die Bezeichnung „illegale Ablagerung“ oder etwas verniedlichend „wilder Müll“ etabliert.

Die Autoren aus den VKU-Mitgliedsbetrieben im Fachausschuss „Stadtsauberkeit“ haben in dieser Informationsschrift die eigenen Erfahrungen mit verschiedenen Maßnahmen zur Verringerung des Littering zusammengestellt und möchten dem Leser die vielschichtigen Aspekte der Stadt- und Straßenreinigung sowie der Früherziehung zu umweltbewusstem Verhalten darstellen. Ein wesentlicher Einflussfaktor ist auch die Infrastrukturgestaltung in Städten, die über Laufwege, Aufenthaltsorte und damit eben auch über Hotspots der Verschmutzung entscheidet.

Wir wünschen Ihnen mit der Lektüre dieser Informationsschrift viel Freude und hoffen, Ihnen einige neue Denkanstöße und Umsetzungsstrategien für die tägliche Arbeit im Wirken gegen das Littering geben zu können.



Karsten Loth
Vorsitzender des VKU-Fachausschusses
Stadtsauberkeit



Günter Rademacher
ehemaliger Vorsitzender des
VKU-Fachausschusses Stadtsauberkeit

01

LITTERINGSTUDIEN

„Littering“ ist ein englischer Begriff. Er bezeichnet das bewusste oder unbewusste Wegwerfen von Abfällen auf Straßen, Plätzen oder in der Natur, also die Verschmutzung des öffentlichen Raums. Littering betrifft verschiedene Dinge des täglichen Lebens wie Zeitungen/Zeitschriften, Flyer, Zigarettenkippen, Verpackungen, Hundekot usw. Sozial unerwünschtes Verhalten wie Farbschmierereien und Vandalismus sowie illegale Ablagerungen, sogenannter „wilder Müll“ (zum Beispiel Altreifen, Haushaltsgeräte, Sperrmüll, Batterien) gehen mit dem Littering Hand in Hand.

Littering ist kein Kavaliersdelikt: Für die betroffenen Kommunen hat das Littering weitreichende negative Folgen. Die weggeworfenen Abfälle verunstalten die Landschaft, können meistens nicht verwertet werden und gefährden Mensch und Tier. Die Kommunen müssen viel Geld ausgeben, um den Schmutz wieder zu beseitigen. Dies bindet zum Teil erhebliche Mittel kommunaler Haushalte, die – gerade bei der schlechten kommunalen Finanzlage – an anderer Stelle dringend gebraucht werden. Littering tritt gehäuft an bestimmten Brennpunkten auf, während andere Bereiche weitgehend verschont bleiben. Eine solche Entwicklung kann zu einer gespreizten Sozialstruktur führen, bei der zunehmend schmutzige neben guten Bereichen bestehen. Littering wird seit Jahren zunehmend intensiv und kontrovers diskutiert. Auch in die politische Agenda hat die Thematik Eingang gefunden.

Die Reinigungsunternehmen der Städte Berlin, Dortmund, Dresden, Duisburg, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, Stuttgart und Wien haben es sich deshalb bereits vor Jahren aus ihrem Selbstverständnis als kommunale Unternehmen heraus zum Ziel gesetzt, wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse zu den Ursachen von Littering im öffentlichen Raum zu erhalten, um effektiver als bisher mit entsprechenden

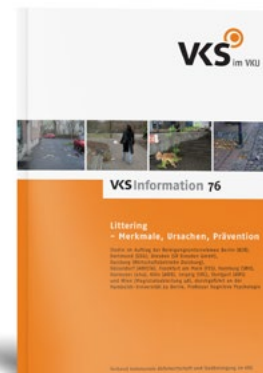
Maßnahmen gegen derartige Verschmutzungen vorzugehen und um damit den an sie gestellten Ansprüchen noch besser gerecht zu werden. Dafür haben diese Großstädte in Zusammenarbeit mit der Humboldt-Universität zu Berlin mehrere Projektstudien in Auftrag gegeben und durch eigene betriebliche Unterstützung die Vor-Ort-Untersuchungen ermöglicht.

1.1 Wahrnehmungsstudie

Zur Identifizierung von Ursachen für Littering und von Maßnahmen gegen das Littering wurden fünf Studien in Berlin und in Frankfurt am Main an insgesamt über 1.000 Probanden im Zeitraum von April 2007 bis November 2008 durchgeführt. In der ersten Studie wurden potenziell relevante Ursachen für Littering und Maßnahmen dagegen gesammelt (freie Befragung) und in der zweiten bis vierten Studie einer standardisierten Bewertung unterzogen (Fragebogen, Rangsortierung). Dabei wurden drei Urteilerperspektiven realisiert: neutraler Großstadtbewohner (Studie 2), ertappter Litterer (Studie 3) und Experten der Reinigungsunternehmen (Studie 4). In der fünften Studie wurden zusätzlich psychophysiologische Parameter bei der Beurteilung von bildlich dargestelltem, realem Litteringverhalten erhoben (Pupillendurchmesser, Blickbewegung).

Durch diese Strategie wurden Befunde aus drei möglichen Urteilerperspektiven gewonnen (naive Probanden, Litterer, Experten) und zusätzlich durch realitätsnahes Material und objektive physiologische Messwerte abgesichert.

Es konnten zahlreiche relevante Ursachen für Littering identifiziert werden. Personengebundene Ursachen betrafen vor allem



solche Merkmale wie Gleichgültigkeit, Faulheit, Desinteresse oder mangelnde Erziehung. Als situative Ursachen wurden vor allem Defizite im Kontext von Abfallbehältern benannt (Anzahl, Gestaltung, Platzierung). Bemerkenswert, insbesondere bei der Täterbefragung, war die Präsenz typischer Rechtfertigungsstrategien (meist situationsorientiert). Der zentrale zusätzliche Befund der physiologischen Studie 5 besteht im Nachweis einer markanten emotionalen Reaktion bei der Beobachtung von Litteringverhalten. Das legt die Präsenz eines ausgeprägten und differenzierten Unrechtsempfindens für das hier interessierende Delikt „Littering“ nahe. Damit spricht dieses Ergebnis sehr eindeutig für die Relevanz und den Sinn von Kampagnen, die auf die Mobilisierung von Wertempfindungen und deren Interaktion mit Verhalten abzielen. Drei Typen von wirksamen Maßnahmen gegen Littering konnten festgestellt werden: Maßnahmen, die an die Veränderung situativer Bedingungen anknüpfen, Maßnahmen, die erzieherischen Charakter haben und auf Problemsensibilisierung und Aufklärung abzielen, sowie restriktive Maßnahmen. Abschließend wurden aus den Projektstudien Empfehlungen für Maßnahmen bzw. für Maßnahmenkombinationen abgeleitet. Auswahlkriterien waren dabei die Merkmale (a) kurzfristige versus langfristige Wirksamkeit, (b) Zielgruppenorientierung, (c) ortsspezifische Voraussetzungen und (d) Einzelmaßnahme versus Maßnahmenkombination. Drei konkrete Vorschläge für derartige Maßnahmenkombinationen betreffen das Zigarettenlittering, die Anzahl, Platzierung und Gestaltung von Abfallbehältern sowie Patenschaften, jeweils kombiniert mit einer weiteren Maßnahme (VKS-Information 72).

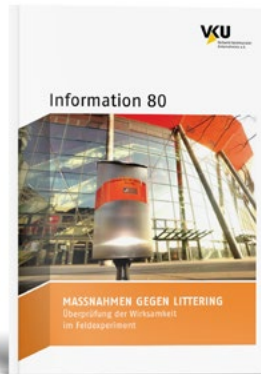
1.2 Feldstudie

Auf dieser Basis wurde eine weitere Projektphase initiiert, die sich auf die Evaluation konkreter Antilittering-Maßnahmen konzentrierte. In einer ersten Feldstudie (2009) wurde die kombinierte Wirkung zweier Antilittering-Maßnahmen untersucht: Die auffällige Gestaltung von Abfallbehältern und die Begleitung dieser Maßnahme durch eine Plakatkampagne. Es konnte gezeigt werden, dass eine auffälligere Gestaltung von Abfallbehältern sowohl zu einer Reduktion des Litteringverhaltens als auch zu einem verbesserten subjektiven Sauberkeitseindruck führte.

Situationsbezogene Maßnahmen haben allerdings den Nachteil einer zeitlich begrenzten Wirkung. Zudem ist eine dauerhafte Veränderung der Einstellung zum Litteringverhalten beim Verursacher eher unwahrscheinlich. Sowohl Experten- als auch Bevölkerungsumfragen in den durchgeführten Litteringstudien zeigen, dass eine solche Wirkung vor allem von Maßnahmen erwartet wird, die Menschen für die Sauberkeit in der Stadt und ihre eigene Verantwortung hierfür sensibilisieren.

Deshalb wurde im Rahmen der Expertenrunde der Reinigungsunternehmen eine zweite Feldstudie vorgesehen, die stärker auf eine nachhaltig sensibilisierende Antilittering-Maßnahme fokussiert. Für die Evaluation einer solchen Maßnahme wurde das Projekt „Kümmerer“ (= zuständigkeitsübergreifend tätige Koordinatoren) der Stadtreinigung Hamburg ausgewählt.

Bei den Kümmerern handelte es sich um Mitarbeiter der SR Hamburg, die zum einen zusätzliche Reinigungstätigkeiten übernehmen, zum anderen eine wichtige Funktion als Koordinatoren und Multiplikatoren besitzen. Sie arbeiten zuständigkeits- und aufgabenübergreifend und sind Ansprechpartner für Anwohner, Passanten und Geschäftsinhaber. In ihrer Rolle als Multiplikatoren vermitteln sie Werte und Normen und fördern damit aktiv die soziale Kontrolle in den Stadtgebieten, in denen sie eingesetzt sind. Die Ergebnisse der Feldstudie sprachen sehr eindeutig für einen positiven Effekt dieser untersuchten Antilittering-Maßnahme. Die Ergebnisse belegen, dass mit dem Einsatz eines Koordinators bzw. Kümmerers relativ kurzfristig deutlich positive Effekte erzielt werden konnten. Dies betraf sowohl das subjektive Empfinden bezüglich der Sauberkeit im untersuchten Wohngebiet als auch die objektiven Sauberkeitskennwerte. Bemerkenswert war die Ausstrahlung der „lokalen Befindlichkeit“ auf die Einschätzung der Entwicklung der Sauberkeit in der Stadt insgesamt. Damit besitzt die Maßnahme „Einsatz von Kümmerern“/ „Einsatz von Koordinatoren“ das Potenzial, die Lebenszufriedenheit der Bewohner in der Großstadt positiv zu beeinflussen. Außerdem zeigte sich, dass mit dem Einsatz von Koordinatoren ein hohes Niveau der Sauberkeit in den betreffenden Stadtgebieten gehalten und gesichert werden konnte. Offen blieb, inwiefern langfristig eine weitere Steigerung der Effekte durch den Einsatz von Kümmerern möglich ist (VKS-Information 76).



Nach inzwischen mehr als zehn Jahren seit Beginn der Litteringstudien wollten die teilnehmenden Städte eine Überprüfung, inwieweit die damaligen Befunde der Wahrnehmungsstudie noch Gültigkeit besitzen bzw. erweitert werden können. Die Annahme lag nahe, dass sich in diesem Zeitraum die Wahrnehmung von Sauberkeit in der Stadt verändert hatte, möglicherweise auch Art und Aufkommen bestimmter Sauberkeitsmängel. Daher wurde das Projekt „Replikation und Erweiterung ausgewählter Studien zur Wahrnehmung von Sauberkeit und Littering im öffentlichen Raum“ aufgelegt. Insgesamt wurden mehr als 900 Probanden in die Untersuchung einbezogen und damit eine hinreichende Repräsentativität der Ergebnisse gesichert.

Die erste empirische Studie untersuchte in zwei Großstädten mithilfe eines Interviewleitfadens, welche Sauberkeitskriterien überhaupt relevant sind für Stadtbewohner. Mit dieser Studie konnte der in der ersten Wahrnehmungsstudie (2004) erstellte Katalog der Sauberkeitsmängel um einige Abfallarten ergänzt werden. Zudem konnten die relevanten Bereiche im öffentlichen Raum erweitert werden (VKU-Information 80).

In der empirischen Studie 2 ging es um die Gewichtung der Sauberkeitsmängel bezüglich ihrer Relevanz. Sie wurde mittels standardisierter Befragung durchgeführt. Im Vergleich mit den Ergebnissen aus 2004 zeigte sich ein genereller Trend zu einer strengeren Beurteilung von Mängeln. Mängel werden stärker wahrgenommen, gleichzeitig wurden die Städte signifikant sauberer eingeschätzt als bei der ersten Studie 2004. Die Spitzenposition der Mangelwahrnehmung aus 2004 wird durch eine ergänzte Abfallart abgelöst.

Bestätigt wurde dies durch die Studie 3, mithilfe einer konkurrierenden Bewertung (Rangsortierung) von Bildern, auf denen unterschiedliche Verschmutzungsgrade dargestellt wurden. Es wurde überprüft, ob bzw. inwieweit sich die Gewichtung, mit der bestimmte Sauberkeitsmerkmale in ein Sauberkeitsurteil eingehen, verändert hat.

In der vierten empirischen Studie wurden den Probanden digitale Fotos präsentiert. Während der Präsentation wurden die Blickbewegungen und Fixationen aufgezeichnet, um die Ver-

teilung der Aufmerksamkeit festzustellen. Anschließend wurde von den Probanden ein Sauberkeitsurteil abgegeben. So konnten Aussagen darüber getroffen werden, welche Kriterien Personen zur Beurteilung von Sauberkeit heranziehen.

In der fünften Studie fand eine Blickbewegungsmessung im öffentlichen Bereich statt (Feldstudie). Dabei ist der Proband Teil der Umgebung und nicht nur Betrachter von außen. Die Messungen erfolgten in einer Großstadt an drei verschiedenen Standorten. Um die Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen der 2006 durchgeführten Feldstudie herzustellen, fand die Untersuchung an denselben Orten wie seinerzeit statt. Erfasst wurden die Blickbewegungen und Fixationen der Probanden, während sie einen vorher definierten Bereich abließen.

1.3 Replikationsstudie

Von 2015 bis 2017 wurde eine Replikationsstudie zur erneuten Untersuchung von Littering bezüglich Vorkommen, Ursachen und Prävention durchgeführt (VKU-Information 93).

Damit sollten eine Überprüfung der bisher durchgeführten Studien auf aktuelle Veränderungen vorgenommen werden, eine Erweiterung der Frageergebnisse auf die Teilnehmergruppe der Kinder und Jugendlichen erfolgen und die Ergebnisse in drei neuen Praxisstudien in Berlin, Frankfurt am Main und Köln in Vor-Ort-Untersuchungen bestätigt werden.

Die Zusammenarbeit der Gruppe von Großstädten mit dem VKU, und dort insbesondere dem Fachausschuss Stadtsauberkeit, besteht bereits seit Beginn der Studien. Die bisherigen Ergebnisse wurden in den VKU-Informationen Nr. 72, 76, 80 und 93 publiziert. Die Frage nach geeigneten Maßnahmen und Kampagnen gegen Littering wurde in den letzten Jahren wichtiger, weil andere Verhaltensweisen bei der Nutzung des öffentlichen Raumes durch die Bürger und neue Produkte des Take-away- oder To-go-Konsums zu einer stärkeren Verschmutzung nicht nur der Straßen, Wege und Plätze, sondern auch der Parks, Stadtwälder und der Uferzonen an Gewässern geführt haben.



SQUARE

SPENDER SUCHT PATE!

Jetzt Patenschaft für
Hundekottüten-Spender
übernehmen!

Nähere Informationen
erhalten Sie unter der
Behördennummer 115.



02

MASSNAHMEN GEGEN LITTERING

Bei der Umsetzung von Maßnahmen gegen das Littering sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt, allein der Erfolg ist letztendlich ausschlaggebend. Ein gut geplantes und koordiniertes Vorgehen verspricht mehr Aussicht auf Erfolg. Dabei kommt es auch darauf an, dem Anspruchsdenken in der Bevölkerung („Wozu bezahle ich Steuern?“) sowohl mit einmaligen als auch mit auf Dauer angelegten Maßnahmen zu begegnen. Im Einsatz gegen die Vermüllung sollten präventives Vorgehen (zum Beispiel Informationen, Aktionen) als auch ordnungsrechtliches Handeln (zum Beispiel Bußgelder) ineinandergreifen. Die jeweiligen Maßnahmen müssen auf die Besonderheiten der örtlichen Verhältnisse und die Zielgruppen ausgerichtet werden. Letztendlich wird eine Kombination verschiedener Maßnahmenpakete zielführend sein.

Die Maßnahmen gegen das Littern können nach Maßnahmen-Typen unterschieden werden. Dies sind zum Ersten Maßnahmen, die an die Veränderung situativer Bedingungen anknüpfen, zum Zweiten solche, die einen erzieherischen Charakter haben und auf Aufklärung und Problemsensibilisierung abzielen, sowie zum Dritten restriktive, ordnungsrechtliche Maßnahmen.

2.1 Stabsstellen für saubere Städte

Die einzelnen Kommunen bzw. deren Stadtreinigungsbetriebe, Bauhöfe oder Gartenämter können bereits präventiv durch geeignete Maßnahmen einem späteren Littering vorbeugen. Je nach Größe und Priorität der Thematik richten Kommunen ei-

gene Stellen dafür ein, die sich ausschließlich der Thematik „saubere Stadt“ widmen (zum Beispiel Einrichten der Stabsstelle „Sauberes Frankfurt“ in Frankfurt am Main).

» Beispiel Stabsstelle „Sauberes Frankfurt“ (Frankfurt am

Main): Ziel der Stabsstelle „Sauberes Frankfurt“ ist es, das Erscheinungsbild der Stadt Frankfurt am Main in Sachen Sauberkeit zu verbessern. Dies soll auf verschiedenen Wegen erreicht werden, etwa durch die beschleunigte Beseitigung wilder Müllablagerungen, die Bekämpfung von Graffiti und Schmierereien oder die Unterstützung einer Vielzahl von Projekten. Die Stabsstelle fungiert als Schnittstelle zwischen allen städtischen Ämtern, Gesellschaften der Stadt und sonstigen Stellen, die mit Sauberkeit des öffentlichen Raums befasst sind.

Alternativ oder ergänzend dazu setzen Kommunen auch Beschäftigte aufgabenübergreifend als Koordinatoren der Stadtsauberkeit ein. In Hamburg hat man für diese Tätigkeit den „Kümmerer“ eingeführt.

» **Beispiel „Kümmerer“ (Hamburg):** Die Kümmerer der Hamburger Stadtreinigung betreuen räumlich abgegrenzte Bereiche in touristischen oder sozialen Brennpunkten der Stadt. Derzeit sind 22 Kümmerer für die Sauberkeit Hamburgs im Einsatz. Seit 2007 widmen sie sich täglich den in den Hamburger Stadtteilen herumliegenden Abfällen, verschmutzten Sitzbänken, überfüllten Papierkörben, Depotcontainern und vielem mehr – überall dort, wo es besonders starke Sauberkeitsprobleme gibt. Der Kontakt

mit Bewohnern spielt dabei eine wichtige Rolle, denn die Sensibilisierung der Anwohner für das Thema Sauberkeit bis hin zur Ermahnung von Müllsündern gehört zu den Aufgaben eines Kümmerers. Unabhängig von Zuständigkeiten führen sie ergänzende Reinigungsarbeiten durch und sind Ansprechpartner für die Bevölkerung und Unternehmen vor Ort. Was die Kümmerer nicht selbst erledigen können, melden sie sofort an die zuständigen Stellen mit der Bitte um schnellstmögliche Erledigung.

Zentrale Hotline für Verschmutzungsmeldungen koordiniert zusätzliche Reinigungsaufgaben

Unterstützend kann eine Hotline eingerichtet werden, an die sich Bürger wenden können, die zum Beispiel illegale Ablagerungen melden möchten. Häufig ist damit ein kommunales Versprechen verbunden, den „wilden Müll“ binnen 24 Stunden zu beseitigen (zum Beispiel „Klarschiff-Portal“ in Rostock, „WasteWatcher“ in Hamburg).

- › **Beispiel „Klarschiff-Portal“ (Rostock):** Das „Klarschiff-Portal“ ist ein kartenbasiertes Internet-Informationssystem und soll die Kommunikation zwischen Einwohnern und Verwaltung vereinfachen und transparenter gestalten. Illegale Abfallablagerungen (sogenannter „wilder Müll“) können mithilfe einer interaktiven Karte von den Bürgern mit einigen Klicks an die Stadtverwaltung gemeldet werden.
- › **Beispiel „WasteWatcher“ (Hamburg):** In Hamburg werden seit dem Jahr 2001 „WasteWatcher“ zur Abarbeitung der Hotline-Meldungen beschäftigt, die mit einem auffälligen Kleinwagen mit angebrachter Mülltonne öffentlichkeitswirksam unterwegs sind. Zwischenzeitlich werden weitere „WasteWatcher“ in der Prävention eingesetzt.

Begleitend zu solchen „Dreck-weg-Trupps“ sollten die Kommunen in den Abfällen nach Hinweisen über die Verursacher recherchieren, die dann zur Anzeige gebracht werden müssen.

2.2 Abfallbehälter im öffentlichen Raum (Papierkörbe)

Die Abfallbehälter im öffentlichen Raum stellen einen wesentlichen Einflussfaktor bei vorbeugenden Maßnahmen dar. Durch die Erhöhung der Abfallbehälterdichte bzw. des -volumens an stark frequentierten Standorten und eine höhere Entleerungsfrequenz können die Anzahl der Nutzer der Abfallbehältnisse gesteigert und überquellende Behälter vermieden werden. Zusätzlich kann auch eine punktuelle Entleerung von Papierkörben an Brennpunkten an Sonn- und Feiertagen in Erwägung gezogen werden. Ein weiterer Aspekt ist die auffällige Gestaltung und gut sichtbare Platzierung von Papierkörben. Dies kann geschickt

mit Sonderaktionen kombiniert werden (zum Beispiel neue Gestaltung der Papierkörbe anlässlich einer Weltmeisterschaft oder einem Großevent wie Christopher-Street-Day oder einer speziellen Abfallbehältereinführung zur Kaugummientsorgung oder der Aufstellung von Tütenspendern für die Hundekotentsorgung).

- › **Beispiel „Papierkörbe“ (Hamburg):** Hamburg hat die einst grauen Papierkörbe „erröten“ lassen und personifiziert. Die Papierkörbe wurden mit Augen versehen und tragen einen lustigen Spruch auf den Lippen. Die Wirkung wird durch regionale Bezüge verstärkt, durch die das Zusammengehörigkeits- und Verantwortungsgefühl der Einwohnerschaft Hamburgs gefördert werden soll. Die Hamburgerinnen und Hamburger werden mit lustigen, provokanten und unterhaltsamen Sprüchen zu mehr Sauberkeit aufgefordert und zur Unterstützung animiert, ohne ein Fehlverhalten anzuprangern. Diese Personifizierung der Papierkörbe wurde dabei geschickt mit Sonderaktionen zu aktuellen Themen kombiniert: Beispielsweise wurden Themen wie Zigarettenkippen („Hast Du mal 'ne Kippe?“), Star Wars („Möge der Müll mit mir sein.“), Hundekot („Bitte geben Sie den Kot ein!“), Christopher-Street-Day („Ich steh' auch am anderen Ufer.“) oder auch der Fußballweltmeisterschaft („Ich bin der Cleansmann.“) aufgegriffen.

Das Erscheinungsbild der Abfallbehältnisse wird allerdings nicht nur durch eine auffällige (Farb-)Gestaltung geprägt, sondern auch durch eine konsequente Instandhaltung und vor allem regelmäßige und bedarfsgerechte Reinigung von Graffiti und das Entfernen von Aufklebern. Vielerorts hat sich bereits eine Anti-Graffiti-Beschichtung der Papierkörbe bewährt. Die erleichterte Wahrnehmung der Papierkörbe führt zu einer höheren Inanspruchnahme durch die Passanten. Die Integration bzw. Anbringung von Aschenbechern an den Abfallbehältern soll den Rauchern eine Möglichkeit der Entsorgung ihrer Zigarettenkippen bieten und dem Wegschnippen der Kippen entgegenwirken. Die Übertragung der Alleinverantwortlichkeit für die Papierkörbe im öffentlichen Raum (Straßen und Grünflächen) auf den Straßenreinigungsbetrieb stellt ein einheitliches Vorgehen hinsichtlich der Reinigungsrythmen, Instandhaltung, Reinigung etc. sicher. Durch die Beseitigung der Schnittstelle Reinigungsbetrieb/Grünflächenamt vermeidet man, dass durch uneinheitliches Vorgehen der Gesamteindruck des öffentlichen Raums negativ wahrgenommen wird (beispielsweise Chemnitz).

Neben den Standardhänge- und -standpapierkörben kann in Bereichen mit sehr hohem Abfallaufkommen und hohen Entleerungsfrequenzen auch die Installation von Unterflurabfallbehältern eine wirtschaftliche Alternative darstellen (zum Beispiel Stuttgart). In den Fällen, in denen aufgrund der örtlichen Verhältnisse (zum Beispiel Leitungen im Untergrund) der Einbau von Unterflurbehältern nicht möglich ist, kann auch die Aufstellung von Abfallbehältern mit einem Verdichtungssystem in Erwägung gezogen werden.

› **Beispiel Unterflurabfallbehälter (Stuttgart):** In Stuttgart werden wöchentlich ca. 5.000 Papierkörbe unterschiedlicher Volumina mehrfach geleert. Aufgrund des großen Fassungsvermögens der Unterflurabfallbehälter von rund 650 Litern gegenüber den vorher genutzten Standardpapierkörben mit 50 und 90 Litern reduzieren sich der Leerungsrhythmus sowie auch die Anzahl der installierten Behälter in der Innenstadt. Nur dort ist der vergleichsweise hohe Kostenaufwand für Anschaffung und Einbau wirtschaftlicher gegenüber den Mehrfachleerungen pro Tag bei kleinen Papierkörben. Die Einwurfsäulen sind als Abfallbehälter deutlich erkennbar und mit einem Aschenbecher versehen. Die Entleerung der Unterflurabfallbehälter erfolgt mittels Kehmaschine mit Saugschlauch.

Neben den Abfallbehältern kann durch die Aufstellung von Hundekot-Beutelspendern für Hundehalter ein Angebot geschaffen werden, die Hinterlassenschaften ihrer Vierbeiner ordnungsgemäß zu beseitigen. Auch das Anbringen entsprechender Hinweis- und Gebotsschilder mit Verhaltenshinweisen („Prompting“) kann Bürger zum korrekten Verhalten bewegen.

Pfandringe und Co. – mehr Schein als Sein

Einige Städte haben auch Pfandflaschenhalter (sogenannte Pfandringe, -regale, -kisten) getestet, mit denen die Passanten angehalten werden sollen, Pfandflaschen in den Vorrichtungen abzustellen. Die Pfandflaschen sollen dadurch leicht von bedürftigen Mitmenschen gesammelt und dem Pool von Mehrwegflaschen bzw. dem Stoffkreislauf wieder zugeführt werden. In erster Linie möchte man vermeiden, dass Menschen mit geringen finanziellen Möglichkeiten im Abfall nach Pfandflaschen suchen müssen. Ein Nachteil der Pfandflaschenhalter ist häufig, dass diese für die Ablagerung jeglicher Abfälle missbraucht werden und somit das saubere Stadtbild zusätzlich nachhaltig stören. Auch ist nicht verifizierbar, ob tatsächlich die Personen der Zielgruppe dieser Aktion Nutzen daraus ziehen.

2.3 Stadtplanung für saubere Städte

Schon kleine Mengen an weggeworfenen Abfällen führen zu einem beeinträchtigten Stadtbild, was oftmals weitere Passanten dazu verleitet, ähnlich sorglos mit ihren Abfällen umzugehen (siehe auch „Broken-Windows-Theorie“). Stadtreinigungsbetriebe und Bauhöfe können dem Littering insoweit vorbeugen, als sie die öffentlichen Flächen häufiger reinigen. Auch die häufigere Reinigung des Straßenbegleitgrüns gehört zu den geeigneten Maßnahmen gegen das Littering. Einige Städte führen diesbezüglich Zusatzreinigungen durch, die sie mit zusätzlichem, befristet eingestelltem Personal bestreiten. Ferner sind zusätzliche Reinigungsarbeiten in der Innenstadt oder

den Nebenzentren der Vororte, die über die satzungsgemäße Pflichtreinigung hinausgehen, gegebenenfalls auch mit Kräften aus Arbeitsgelegenheiten (AGH-Kräfte oder ähnliche Förderprogramme) realisierbar.

Eine weitere Möglichkeit, künftigen Verunreinigungen frühzeitig entgegenzuwirken, ist, bei größeren Baumaßnahmen proaktiv auf die Bauherren bzw. die Bauleitung zuzugehen und mit diesen vor Beginn der Baumaßnahmen die Beseitigung von baustellenbedingten Verunreinigungen zu besprechen und dabei möglichst den Reinigungsauftrag an den öffentlichen Betrieb zu binden (zum Beispiel Chemnitz). Ebenso kann das Aufstellen von beaufsichtigten Containern an für Ablagerungen bekannten Standorten angedacht werden.

2.4 Umwelterziehung

Neben den operativen Maßnahmen durch den Straßenreinigungsbetrieb stellen präventive Maßnahmen mit erzieherischem Charakter und auf Problemsensibilisierung und Aufklärung abzielenden Informationen einen weiteren wichtigen Baustein für erfolgreiche Maßnahmen gegen das Littering dar.

Viele Kommunen haben mit ihren Abfallberatern vorschul- und schulpädagogische Programme der Umwelterziehung entwickelt. Gerade Kinder im Kindergarten- und Grundschulalter lassen sich leichter als Jugendliche und junge Erwachsene für diese Themen gewinnen und zu einer Verhaltensänderung bewegen. Kindern lässt sich das Wissen und die Aufklärung über das Littering spielerisch leichter vermitteln.

In Kassel besucht beispielsweise „Willi Wirbelwind – der kleine Freund der Stadtreiniger“ drei- bis vierjährige Kinder im Kindergarten und erklärt die Themen Abfallvermeidung und Abfalltrennung.

› **Beispiel Kindergartenbesuche (Kassel):** „Willi Wirbelwind – der kleine Freund der Stadtreiniger“ besucht die drei- bis vierjährigen Kinder und vermittelt die Themen Abfalltrennung und Abfallvermeidung. Eine Geschichte von Müllmann Klaus und Fotos von Müllfahrzeugen ergänzen den Kindergartenbesuch.

Bewährt haben sich dabei auch Puppentheaterstücke für Kindergärten und Schulen, die den Kindern einen leichten Zugang zur Thematik verschaffen (zum Beispiel Theaterstücke „Rudi Rumpel räumt auf“ und „Minna, die kleine Schulmüllhexe“ in Bochum, das Puppenstück „Müll mich nicht zu“ der Würzburger Stadtreiniger). Ähnliche Projekte gibt es unter anderem auch in Stuttgart oder in Chemnitz mit dem Patenkindergarten.



» **Beispiel Abfallexperten mit Puppen schulen (Bochum):**

In Bochum werden Grundschüler dank der Unterstützung von Raupe „Rudi Rumpel“ zu kleinen Abfallexperten ausgebildet. Der Workshop „Rudi Rumpel räumt auf“ zielt darauf ab, Schülerinnen und Schülern altersgerecht ein ressourcenschonendes und umweltgerechtes Verhalten nahezubringen. In dem Workshop lernten die sechs- bis zehnjährigen Kinder auf spielerische Art und Weise, sich mit den verschiedenen Abfallfraktionen auseinanderzusetzen. Sie können dabei auch kombinierte Wertstoffe kennenlernen und die vorhandenen Abfälle richtig sortieren und trennen. Natürlich erhalten die Kinder auch wertvolle Tipps zur Abfallvermeidung. Mit dem Theaterstück „Minna, die kleine Schulmüllhexe“ werden besonders die Schülerinnen und Schüler der 2. bis 4. Klassen angesprochen. Anhand eines Drehbuchs wird ein Theaterstück erarbeitet. Das Theaterstück behandelt dabei die Schwerpunkte: „wilder Müll“, Abfallvermeidung, Abfallentsorgung, Wert der Dinge und „sauberer Schulhof“.

» **Beispiel Puppentheaterstück (Würzburg):** „Müll mich nicht zu“ ist der Titel eines satirischen Puppentheaterstücks, das die Umweltstation mit einem Würzburger Puppenspieler zusammen für Schülerinnen und Schüler der 3. bis 6. Klassen aller Schularten entwickelt hat. Das Puppentheater-

stück soll die Themen „Abfall vermeiden“, „Abfall richtig sortieren“ und „Vermüllung der Landschaft vermeiden“ auf spannende und unterhaltsame Weise ohne moralischen Zeigefinger näherbringen.

Die Handlung des 45-minütigen Puppentheaterstücks: Das Team von Müllwagen 1-WÜ-MGMW-2012 macht sich auf den Weg, um herauszufinden, warum vieles in der Restmülltonne landet, obwohl es noch verwertbar wäre. Warum werden so viele Lebensmittel weggeworfen? Was passiert dann mit dem alten Handy und den Plastikflaschen in der Natur? Warum ist das alles ein weltweites Problem?

Im Anschluss an die Aufführung besteht die Möglichkeit, mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Umweltstation und dem Puppenspieler zu diskutieren, weitere Informationen zu erhalten und hinter die Kulissen zu schauen.

Darüber hinaus kommen häufig themenbezogene Mal- und Bastelbücher, Bilderbücher (zum Beispiel „Entdecke Dortmund“), Puzzle von einem Müllfahrzeug (Die Stadtreiniger Kassel) etc. für die Kleinen zum Einsatz. Daneben können den Kindergärten und Schulen themenbezogene Medienkisten zur Verfügung gestellt werden (zum Beispiel „Müll und Abfall“ und „Rohstoff, Müll



Abb. 1: Plakat zur Veranschaulichung von Bußgeldern für verschiedene Littering- und Abfallablagerungsdelikte (Frankfurt; länger zurückliegende Kampagne, Euro-Beträge überholt)

und eine Welt“, Bochum). Für Schüler eignen sich auch Videos im Schulunterricht. Eine Lernerfolgskontrolle lässt sich gut mit einem Glücks-/Wissensrad durchführen. Müllsortierspiele haben sich ebenfalls bei den Kleineren etabliert (Die Stadtreiniger Kassel). Die Umweltstation der Würzburger Stadtreiniger lässt Kinder „Müllmonster“ mit den verschiedenen Abfällen füttern und vermittelt dabei spielerisch die Abfalltrennung.

» **Beispiel Müllmonster (Würzburg):** Die Abfallberatung in der Würzburger Umweltstation der Stadtreiniger bietet für Kindergärten und 1. Klassen ein Puppenstück mit Müllmonstern an. Die Kinder erarbeiten dabei auf spielerische Art die Möglichkeiten des Abfallvermeidens und des Abfalltrennens. Nach dem Sortieren der Abfälle „füttern“ die Kinder die Müllmonster. Restmüll verschlingt beispielsweise der Rest-Ramschi.

Die Stadtreiniger Kassel nähern sich der Thematik mit einem abfallarmen Frühstück. Mit den Erzieherinnen und Erziehern und Kindern wird ein gemeinsames Frühstück vorbereitet. Dieses wird unter dem Aspekt der Abfallvermeidung betrachtet und verkostet. Eine abschließende Besprechung zum Thema Abfallvermeidung und Abfallreduzierung ergänzt die gemeinsame Aktion. Weitere Aktionen sind nach Absprache möglich!

2.5 Öffentlichkeitswirksame Kampagnen

Andere Zielgruppen verfolgen die Image- und Informationskampagnen, die vielerorts im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt werden. Spezielle Kampagnen können sich beispielsweise an Raucher oder Hundehalter wenden. Hierfür eignen sich zum einen die Fahrzeuge der Kommunen, aber auch Papierkörbe und andere Werbeträger. Werbespots in den Medien

oder auch sozialen Netzwerken sowie an Plakatwänden ergänzen die Öffentlichkeitsarbeit.

» **Beispiel Sauberkeits- und Imagekampagnen (Berlin):** Sauberkeit wird als ein wesentlicher Standort- und Wohlfühlfaktor empfunden. Die Berliner Stadtreinigung hat daher in mehreren Staffeln Sauberkeits- und Imagekampagnen durchgeführt. Durch die Kampagnen sollen die Berlinerinnen und Berliner zu mehr Eigenverantwortung motiviert werden. So bleibt das von der BSR hergestellte Reinigungsergebnis möglichst lange erhalten und sichtbar. Die Kampagnen entwickelten sich über die Schwerpunkte Sensibilisierung bis hin zu Mitmachaktionen. Die Plakate trugen Titel wie „We kehrt for you“, „Ordnungshüter“, „Fleiß am Stiel“ oder „Eimer für alle“. Eine ständige Weiterentwicklung der Slogans ist notwendig, um das Interesse und die Aufmerksamkeit der Bürger und Besucher hoch zu halten.

Die eigenen Aktionen sollten durch eine entsprechende Pressearbeit, insbesondere mit den örtlichen Hörfunk- und TV-Sendern, begleitet werden. Selbstverständlich sollten im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit die Info-Broschüren auch mehrsprachig vorliegen. Auch das Einrichten einer eigenen Internetseite wie zum Beispiel „Sauberes Dortmund“ eignet sich für die Werbung gegen das Littering. Einzelne Städte setzen hierfür Info-Mobile ein. Aktions- und Kundentelefone mit einer „Dreck-weg-Hotline“ unterstützen diese Maßnahmen (siehe oben).

2.6 Ordnungsrechtliche Maßnahmen

Neben den Maßnahmen, die an die Veränderung situativer Bedingungen anknüpfen, die einen erzieherischen Charakter haben und auf Aufklärung und Problemsensibilisierung abzielen,

greifen zu guter Letzt häufig erst restriktive, ordnungsrechtliche Maßnahmen. Die Kommunen haben die Möglichkeit, entsprechende Verordnungen und Satzungen zu erlassen, die neben den gesetzlichen Regelungen eine konkrete Ausgestaltung unter Berücksichtigung der örtlichen Verhältnisse ermöglichen.

Neben regelmäßigen Kontrollen und dem Vollzug der Bundes- und Landesgesetze einschließlich der Bußgeld- und Verwarnungsgeldkataloge bleiben den Städten und Gemeinden noch individuelle Gestaltungsmöglichkeiten für eine restriktive Verfolgung der Vermüllung. Eine Möglichkeit ist der Erlass einer **Sicherheitsverordnung** und **-satzung** mit Alkohol- und Grillverbot auf räumlich definierten Erholungsflächen, die das Hinterlassen eines „Trümmerfeldes“ nach dem Feiern unterbindet. Eine solche Regelung greift allerdings nur, wenn sie konsequent kontrolliert wird und bei Verstößen empfindliche Bußgelder verhängt werden.

› **Beispiel Sicherheitsverordnung und -satzung (Würzburg):
Sicherheitssatzung**

Die Stadt Würzburg regelt in der Sicherheitssatzung, dass es in einem räumlich definierten Bereich (zum Beispiel einer Promenade am Mainufer) untersagt ist, außerhalb zugelassener Freischankflächen alkoholische Getränke zu konsumieren oder sich dort zum Zwecke des Alkoholgenusses aufzuhalten sowie alkoholische Getränke mit sich zu führen, wenn aufgrund der konkreten Umstände die Absicht erkennbar ist, diese im Geltungsbereich dieser Satzungsregelung konsumieren zu wollen.

Sicherheitsverordnung

Die Sicherheitsverordnung regelt das Verbot der Verunreinigung. Es ist beispielsweise untersagt, die öffentlichen Straßen zu verunreinigen, Abfälle aller Art (insbesondere Papier, Zigarettenkippen, Kaugummis, Speisereste, Flüssigkeiten) – außer in die dafür vorgesehenen Behältnisse – wegzuworfen, die Einrichtungen und ihre Bestandteile (unter anderem Wege, Wasserflächen, Brunnen, Bänke) zu verunreinigen oder durch Tiere verunreinigen zu lassen, Glasbruch zu erzeugen und die Notdurft zu verrichten.

In der Silvesternacht ist es im Zeitraum vom 31. Dezember ab 22.00 Uhr bis 2.00 Uhr am Neujahrstag in einem räumlich definierten Bereich verboten, Feuerwerkskörper aller Art mitzuführen oder abzubrennen sowie Glasflaschen, Gläser, Bierkrüge und sonstige zerbrechliche Getränkeverpackungen mitzuführen.

› **Beispiel Plakat Bußgeld (Frankfurt):** Auch in Frankfurt wurde ein Bußgeldkatalog in Kraft gesetzt und mit verstärktem Einsatz von Ordnungskräften wurden Litteringdelikte zur Sensibilisierung der Bevölkerung, besonders in der

Innenstadt verfolgt. Das Plakat (Abb. 1) zeigt anschaulich und leicht verständlich die Bußgelder für die verschiedenen Ordnungswidrigkeiten.

Darüber hinaus kann die kommunale Satzungshoheit auch für präventive abfallwirtschaftliche Regelungen genutzt werden. So kann im Rahmen der Abfallvermeidungsmaßnahmen ein Verbot von Einweggeschirr auf kommunalen Flächen verhängt werden (zum Beispiel Abfallwirtschaftssatzung der Stadt Würzburg).

› **Beispiel Satzungsregelung zur Abfallvermeidung
(Würzburg): § 3 Absatz 2 Abfallwirtschaftssatzung**

Bei Veranstaltungen, die auf Grundstücken oder in Einrichtungen der Stadt Würzburg durchgeführt werden, dürfen Speisen und Getränke nur in pfandpflichtigen wiederverwendbaren Verpackungen und Behältnissen sowie mit wiederverwendbaren Bestecken ausgegeben werden; diese Pflicht gilt insbesondere für Verkehrsflächen, die im Eigentum der Stadt Würzburg stehen. Ausnahmen von dieser Pflicht können im Einzelfall zugelassen werden, wenn andere wichtige Belange des öffentlichen Wohls dies erfordern. Das Nähere regelt der Bescheid, mit dem die Veranstaltung zugelassen wird.

Da große Verunreinigungen meist mit Veranstaltungen einhergehen, kann die genehmigende Kommune bereits mit der Genehmigung der Veranstaltung geeignete Auflagen zur Abfallsorgung und Reinigung veranlassen (beispielsweise Chemnitz, Würzburg). Diese Auflagen, die unter anderem die Übergabe der Veranstaltungsfläche im Urzustand festlegen können, müssen dann auch restriktiv kontrolliert und gegebenenfalls mit den ordnungsrechtlichen Möglichkeiten geahndet werden. Verunreinigungen, die dennoch nach Durchführung der Veranstaltung zurückbleiben, sollten vom städtischen Reinigungsbetrieb im Wege einer Ersatzvornahme gegen Verrechnung an den Veranstalter beseitigt werden (zum Beispiel Hansestadt Rostock).

Zentrales Element der ordnungsrechtlichen Verfolgung des Litteringverhaltens ist eine Präsenz des kommunalen Ordnungsdienstes in der jeweiligen Stadt – nicht nur im Zentrum, sondern auch in den außenliegenden Stadtteilen. Nur dadurch kann die Ernsthaftigkeit der kommunalen Satzung und der Verordnungen bewiesen werden. Wenn es an der Umsetzung von Kontrollen und Bestrafungen mangelt, bleiben solche Regelungen wirkungslos.

Zusammenfassend kann man feststellen, dass letztlich nur eine Kombination verschiedener operativer sowie präventiver Maßnahmen Wirkung zeigen wird. Wichtig dabei ist auch die Einbindung der gesellschaftlichen Kreise zum Beispiel durch Beteiligung der Bürger und Gewerbetreibenden an entsprechenden Patenschaften und Förderung des gesellschaftlichen Engagements.

03

KAMPAGNEN FÜR EIN SAUBERES STADTBILD

Maßnahmen der Berliner Stadtreinigung (BSR)

Um ein nachhaltig sauberes Stadtbild zu fördern, ist ein Zusammenspiel verschiedener Aktivitäten sinnvoll. Dies zeigt eine Studie der Humboldt-Universität zu Berlin im Auftrag verschiedener Großstädte.

Als wesentliche Erkenntnisse wurden hier zum einen die richtige Einbindung und Gestaltung des Papierkorbs gefunden. Papierkörbe müssen in ausreichender Anzahl und mit ausreichendem Volumen vor allem bedarfsgerecht platziert sein und durch eine auffällige Gestaltung ins Auge fallen. Zum anderen kann die Sensibilisierung durch Plakate und Aufräumaktionen die Aufforderung zum Sauberhalten der Stadt unterstützen. Die Sauberkeits-Kam-

pagnen der BSR, mit dem Ziel eines verringerten Litterings, greifen diese Aspekte auf spielende Weise auf. Der Papierkorb stellt in den verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen den roten Faden dar.

Allerdings wurden bei den Maßnahmen nicht nur klassische Plakatkampagnen umgesetzt. Vielmehr wird hier auf die 360-Grad-Kommunikation gesetzt. Durch sie können verschiedene Zielgruppen auf unterschiedlichen Wegen erreicht werden. Neben der PR- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Plakaten, Anzeigen oder TV- und Radiobeiträgen, gewinnen über Social-Media-Plattformen oder Blogs publizierte Inhalte zunehmend an Bedeutung. Online-Kommunikation ist also mindestens genauso wichtig wie Aktionen am „Point of Dreck“.

MÖGLICHKEITEN FÜR EIN SAUBERES STADTBILD

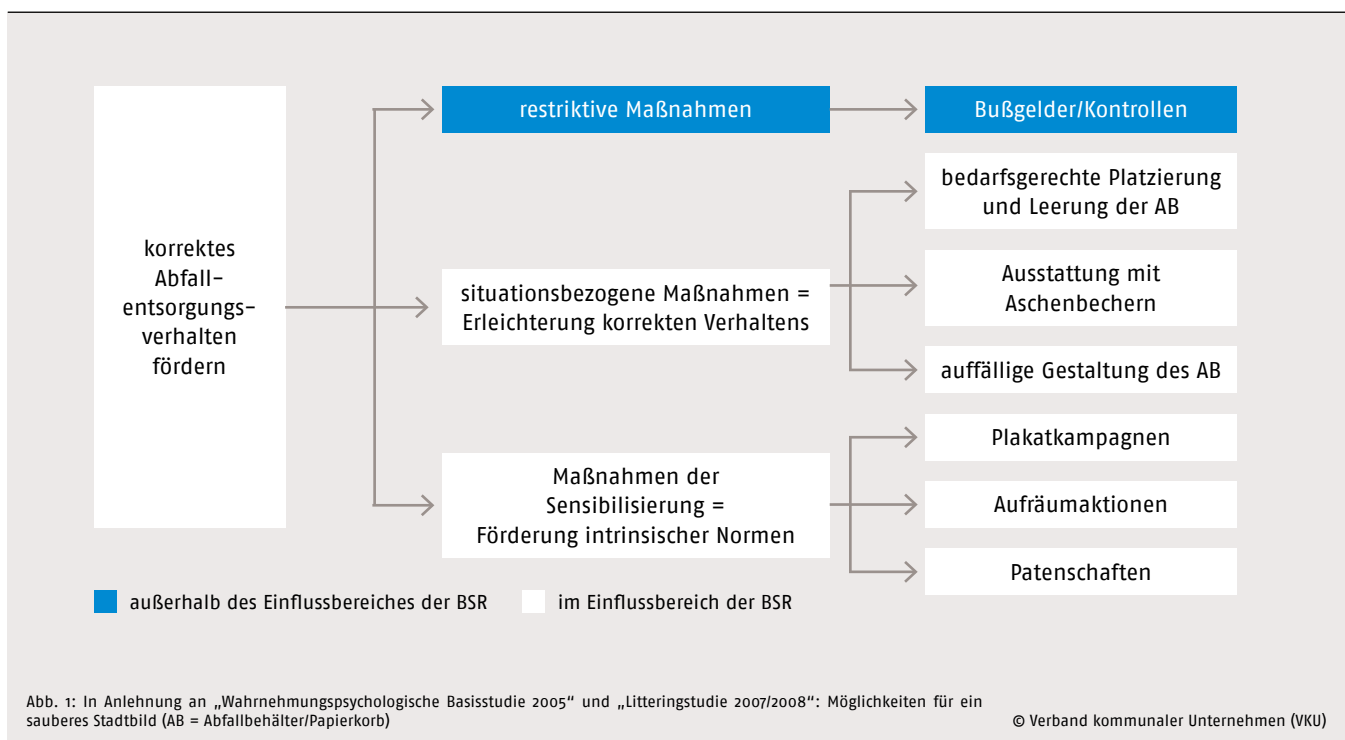




Abb. 2: Kampagnenmotive mit Schwerpunkt Hund, Kippe und Becher aus Sauberheitskampagne



Abb. 3: Papierkorb-Aufkleber aus Sauberheitskampagne; Motive: Häufchenhelfer, Kippendiener, Becherbutler



Abb. 4: Das Riesenobjekt „Kippe“ im urbanen Umfeld



Abb. 5: Reiner, der sprechende Papierkorb-Roboter, als Samba-Tänzer und Rocker



Abb. 6: Kreideaktion mit dem Schwerpunkt „Kippe“ und daraus entstandene Postkarten



Abb. 7: Kehrichtsammelfahrzeug mit Aktionspläne „Bechersammler“ analog zum Papierkorb-Motiv



Abb. 8: Postkarte „Reichstag – ‚Yes you can‘“ mit echtem Papierkorb-Motiv



Abb. 9: Bezirksbürgermeister Reinhard Naumann vor dem Kiezpapierkorb

Bei einer solch komplexen Medienvielfalt ist ein roter Faden in der Umsetzung der Kampagne besonders wichtig. Hier braucht es ein Leitmotiv, das Geschichten erzählt und Wiedererkennung garantiert – in Berlin ist es der Papierkorb als freundlicher Helfer (Abb. 2). Eben dieser wurde im Straßenland passend dazu im Kampagnen-Outfit angezogen (Abb. 3).



Abb. 10: Kiezpapierkörbe, verschiedene Motive

Als fester Bestandteil, stellvertretend für seine inzwischen 25.000 Kolleginnen und Kollegen, und als Held der Stadt ist der sprechende Roboter Reiner unterwegs – der sich anlassbezogen auch in auffälligen Kostümen zeigt (Beispiele Abb. 5). Er zeigt der Einwohnerschaft sowie Besucherinnen und Besuchern der Stadt den richtigen Weg für ihre Abfälle. Um im großen Stil auf das Problem von achtlos weggeworfenem Abfall in der Stadt aufmerksam zu machen, setzt die BSR außerdem auf den Einsatz sog. „Riesenobjekte“ (Abb. 4).

Weitere Aktivitäten am „Point of Dreck“ waren die Kreideaktionen (Abb. 6), die ebenfalls auf die wichtigsten Verschmutzungsgegenstände im Berliner Stadtbild aufmerksam machten. Zusätzliche Informationen zur Aktion lieferten der Papierkorb-Butler Reiner sowie einer von 25.000 Papierkörben gleich in der Nähe.

Oberstes Gebot sollte grundsätzlich die Nutzung eigener Facilities sein. In diesem Sinne hat die BSR ihre Fahrzeuge passend zu den Schwerpunkten eingebunden (Abb. 7). Die Papierkörbe wurden mit weiteren Motiven versehen und sprechen so verschiedene Zielgruppen an: Anwohner, die sich mit ihrem Kiez identifizieren (Abb. 10), sowie Besucherinnen und Besucher touristisch relevanter Bereiche (Abb. 8).

Prominente Unterstützung konnte sich die BSR innerhalb der Kiezkampagne 2019 zusichern: Die Bezirksbürgermeister aller 12 Berliner Bezirke posierten hier vor ihrem Kiezpapierkorb (Abb. 9), um ein Zeichen gegen Littering zu setzen. Diese Inhalte wurden sowohl auf den unternehmenseigenen Social Media Kanälen ausgespielt, als auch von den Bezirksämtern für die eigene Kommunikation genutzt.

04

PAPIERKÖRBE IM ÖFFENTLICHEN RAUM

Einleitung, Grundlagen und Ziele

Öffentliche Papierkörbe im Stadtbild sind eine wirksame Maßnahme für mehr Sauberkeit. Größe, Form und Farbe mögen zwar variieren, vorhanden sind sie aber in jeder Stadt und Kommune. Der Begriff Papierkorb ist auch heute noch gebräuchlich, obwohl Papier nur noch ein Stoff unter vielen ist, der sich im Papierkorb wiederfindet. Daher wird er vielerorts als Abfallbehälter bezeichnet, in dem verschiedene Abfälle gemeinsam gesammelt werden. Der Papierkorb soll der Verschmutzung des öffentlichen Raums entgegenwirken und für nachhaltige Sauberkeit sorgen. Eine Rechtsgrundlage für das Aufstellen gibt es in der Regel nicht. Das Aufstellen von Papierkörben ist dennoch auf der Basis kommunaler Satzungen oder Vereinbarungen in Deutschland grundsätzlich im öffentlichen Raum, insbesondere in Ballungszentren üblich. Der Papierkorb ist Teil des Straßenmobiliars und als solcher Bestandteil des öffentlichen Straßenraums. Daher sollte er hinsichtlich Form und Beschaffenheit in das Gesamtgefüge des Straßenraums hineinpassen. Auch die Farbgestaltung sollte wohlüberlegt sein. Zudem bietet der Papierkorb als Sammelstation „rund um die Uhr“ Service für den Bürger.

In der heutigen Zeit hat der Papierkorb aber noch weit mehr Funktionen. Als ein zentrales Element der Straßenreinigung ist er heute auch Aschenbecher, Tütenspender für Hundekotbeutel, Aufbewahrungsort für Pfandflaschen und vor allem Multiplikator für Eigenwerbung, für Informationen zur Sauberhaltung der Stadt und Werbefläche für städtische Kampagnen gegen Littering.

4.1 Standort und Nutzung

Papierkörbe werden nach feststehenden, in den Städten aber unterschiedlichen Kriterien im öffentlichen Straßenraum an bestimmten Orten aufgestellt oder aufgehängt. Dies ist häufig dort der Fall, wo ein erhöhtes Publikumsaufkommen aus un-

terschiedlichen Gründen festgestellt werden kann. Das sind vor allem die folgenden Standorte:

- Bahnhöfe,
- Einkaufsstraßen,
- Fußgängerzonen,
- Bushaltestellen,
- Fußgängerüberwege,
- öffentliche Plätze,
- Schulen,
- Krankenhäuser,
- öffentliche Gebäude und Einrichtungen,
- touristische Brennpunkte,
- sonstige Hotspots.

Die Papierkörbe sind grundsätzlich frei zugänglich und können von allen Bewohnern und Besuchern der Stadt genutzt werden. Die Papierkörbe sind dabei am Rande der Laufbereiche von Fußgängern so anzubringen bzw. aufzustellen, dass keine Einengung des Fußgängerverkehrs eintritt, die Einfüllöffnungen in Richtung der Laufbereiche ausgerichtet sind und dabei auch die Belange von Menschen mit Behinderungen, sehbehinderten und blinden Menschen berücksichtigt werden. Papierkörbe sind typischerweise für Kleinmüll jeglicher Art gedacht, der beim Aufenthalt im öffentlichen Raum anfallen kann. Sie sind nicht für Abfall vorgesehen, der in spezielle Abfallbehälter gehört, wegen der Größe bzw. des Volumens nicht in einem Straßenpapierkorb entsorgt werden sollte und der als Problemstoff zwingend über einen Recyclinghof/ Wertstoffhof oder andere Entsorgungswege zurückzuführen ist. Eine gegebene Begrenzung ist dabei die Deckelöffnung, die in der Regel so gewählt ist, dass zumindest großvolumiger Abfall von der Entsorgung auf diesem Wege ausgeschlossen werden kann.

Neben der Bereitstellung von Papierkörben im öffentlichen Straßenraum ist die Gestellung auch in öffentlichen Grün- und Erholungsanlagen üblich. Diese Behälter liegen häufig in anderer Zuständigkeit (Grünflächenamt/Forstamt), werden grundsätzlich aber mit den gleichen Zielen nach ähnlichen Kriterien aufgehängt bzw. aufgestellt.

4.2 Modelle, Beschaffenheit und Zusatzfunktionen

Der Standardpapierkorb in den Städten ist heute in der Regel aus Metall oder Kunststoff. In bestimmten Sicherheitsbereichen schreibt der Brandschutz Papierkörbe aus feuerfestem Material vor. Die Städte und Kommunen haben in der Regel ihr eigenes Papierkorbkonzept, das meist unterschiedliche Größen und Modelle beinhaltet. Die Konzepte sind ebenso vielfältig wie das Angebot zahlreicher Hersteller. Die Größe der Papierkörbe ist ebenfalls variabel. Diese sind nachstehend in vier Kategorien aufgeteilt:

• Hängepapierkörbe 30 bis 70 Liter Volumen



Abb. 1 bis 3: Papierkörbe aus Frankfurt am Main, Chemnitz und Hamburg

• Standpapierkörbe 40 bis 100 Liter Volumen



Abb. 4 und 5: Papierkörbe aus München und Hamburg

• Designerpapierkörbe



Abb. 6 bis 9: Papierkörbe aus Berlin, Würzburg, Hamburg und Mainz

• Volumenpapierkorb 200 bis 5.000 Liter Volumen

- Sonderpapierkörbe
- Unterflurbehälter
- Solarpressbehälter



Abb. 10 und 11: Sonderpapierkorb (Unterflur) aus Rostock und Solarpressbehälter aus Hamburg

Der Papierkorb von heute ist immer häufiger gekennzeichnet durch individuelle Gestaltung und unterschiedliche Zusatzeinrichtungen. Diese Zusatzeinrichtungen am Papierkorb sind unmittelbar oder mittelbar auf die Sauberkeit der Stadt ausgerichtet. Typische Zusatzeinrichtungen sind:

- Aschenbecher
- Tütenspender (Hundekot)
- Pfandring oder Pfandregal
- Werbeträger



Abb. 12 und 13: Integrierter Aschenbecher aus Düsseldorf und Berlin



Abb. 14: Spender für Hundekotbeutel aus Kassel



Abb. 15 bis 17: Papierkörbe aus Berlin, Hamburg und Mannheim

Darüber hinaus unterscheiden sich die Papierkörbe durch Form, Gestaltung, Farbe, Konstruktion, Beschichtung, Ausstattung mit Transpondern und vieles mehr.

In der Farbgestaltung der Papierkörbe ist das schlichte Grau nicht mehr so dominant wie noch vor zehn Jahren. Wenngleich noch zahlreiche Städte, meist aus stadtplanerischen Erwägungen heraus, auch weiterhin auf „Grau“ setzen, sind die Papierkörbe in vielen Großstädten und Kommunen heute bereits farbig. Diese Papierkörbe werden vom Kunden im öffentlichen Raum besser wahrgenommen. Aus der Litteringstudie der Humboldt-Universität zu Berlin mit dem Thema „Wahrnehmung und Bewertung von Sauberkeit in Großstädten“, die zahlreiche deutsche Großstädte im Jahr 2004 in Auftrag gegeben haben, ist abzuleiten, dass nicht so sehr das Design oder die Sauberkeit eines Papierkorbs in der Beurteilung der Kunden im Vordergrund stehen, sondern dass das Vorhandensein und die Wahrnehmung der Papierkörbe die wichtigsten Kriterien sind.

Hier gilt es, „alte Zöpfe abzuschneiden“ und damit den primären Sinn eines Papierkorbs zu unterstützen.

4.3 Anzahl, Volumen und Leerung

Die Anzahl der Papierkörbe im öffentlichen Straßenraum, ohne Papierkörbe in Grünanlagen, auf Bahnanlagen und auf Privatflächen, ist in den Städten sehr unterschiedlich. Sie wird grundsätzlich vom Stadtreinigungsbetrieb, gegebenenfalls unter Beteiligung der politischen Gremien einer Stadt, festgelegt. Dabei ist die Anzahl nur eine Kenngröße, die im Zusammenhang mit dem bereitgestellten Volumen, der Einwohnerzahl und gegebenenfalls auch der Stadtgröße Aufschluss über die tatsächliche Leistung der Papierkorbleerung einer Stadt gibt. Das Volumen eines Standardpapierkorbs beträgt in der Regel zwischen 30 und 100 Liter, also durchschnittlich 65 Liter. Die Leerung der Standardpapierkörbe erfolgt abhängig von der Größe, des Standortes, der Stelldichte und der Anzahl der Benutzer in den deutschen Großstädten zwischen einmal wöchentlich bis zu viermal täglich.

In einem Städtevergleich hat der Fachausschuss Straßenreinigung des VKU (heute: Fachausschuss Stadtsauberkeit) aus dem Kreise der Mitglieder im 2. Halbjahr 2015 relevante Papierkorbdaten aus zahlreichen Großstädten zusammengetragen. Beteiligt waren dabei 15 Großstädte mit insgesamt ca. 11 Millionen Einwohnern auf einer Gesamtfläche von ca. 4.000 Quadratkilometern. Hier stehen insgesamt ca. 80.000 Straßenpapierkörbe mit einem Gesamtvolumen von ca. 5 Millionen Litern. Im Folgenden werden ein paar belastbare Zahlen, Spitzen- und Durchschnittswerte wiedergegeben. Alle Ergebnisse sind anonymisiert, um die Vertraulichkeit dieser sensiblen Daten zu gewährleisten.

Anzahl

- Auf einem Quadratkilometer Fläche stehen durchschnittlich 18 Papierkörbe (6 – 34 Stück).
- Das bedeutet, dass sich ca. 100 Einwohner einen Papierkorb teilen.

Volumen

- Pro Einwohner ergibt das ein Durchschnittsvolumen von ca. 0,45 Liter Papierkorb bzw. ca. 1,6 Liter wöchentliches Volumen.
- Für einen Quadratkilometer ergibt das durchschnittlich 1.316 Liter Volumen oder etwa 4.600 Liter wöchentlich.

Leerungshäufigkeit

- Die Papierkörbe im öffentlichen Straßenraum werden wöchentlich mindestens einmal und in der Spitze bis zu 28 Mal geleert.
- Ein Papierkorb wird durchschnittlich 3,5 Mal pro Woche geleert.
- Die Leerung erfolgt in allen Städten manuell.
- In sieben Städten werden auch technische Leerungshilfen wie zum Beispiel hydraulische Leerungsvorrichtungen genutzt.
- Etwa zwei Drittel der Städte nutzen Kunststoffsäcke zur Entsorgung.

Beschaffenheit und Art

- 13 von 15 Städten nutzen Behälter aus Metall.
- Davon setzen neun Städte auch Kunststoffbehälter ein.
- Nur zwei Städte nutzen ausschließlich Kunststoffbehälter.
- Der Anteil der Standpapierkörbe beträgt ca. 27 %.
- Der Anteil der Hängepapierkörbe beträgt ca. 72 %.

Ausstattung und Design

- Etwa 25 % aller Papierkörbe sind heute bereits mit einem Aschenbecher ausgestattet. Tendenz: steigend.
- 40 % der Städte nutzen Papierkörbe mit Dach oder Haube gegen Verschmutzung durch Vögel oder zum Schutz vor Regen.
- Designerpapierkörbe werden in immer mehr Städten in Ergänzung zur Standardausstattung, auch auf besonderen Wunsch von Dritten, angeboten.

DEUTSCHLANDKARTE DER PAPIERKÖRBE



Abb.: 18 Farbiger oder grau? – Deutschlandkarte der Papierkörbe (Beispiele)

- Das gilt auch für großvolumige Behälter, die an exponierten Stellen aufgestellt werden, um einerseits große Mengen aufnehmen und andererseits für sperrige To-go-Verpackungen ausreichend Platz vorhalten zu können.
- Ein Drittel der beteiligten Städte stattet ihre Papierkörbe mit einer Antigrffitibeschichtung aus, um Verunreinigungen jeglicher Art besser und leichter entfernen zu können.
- Mit einem Tütenspender für Hundekot sind heute Papierkörbe in vier Städten ausgestattet.
- Auch das Thema Pfandringe und Pfandregale wird in der einen oder anderen Stadt heute diskutiert bzw. werden Pilotprojekte dazu ausgeführt.
- Fünf der 15 teilnehmenden Städte nutzen ganz oder teilweise farbige Papierkörbe. Diese leuchten gelb, blau, grün, orange oder rot und heben sich von den allgemein genutzten grauen Körben deutlich ab. Dadurch fallen sie dem Nutzer besser auf und werden effizienter genutzt (siehe Abb. 18: Deutschlandkarte der Papierkörbe).

4.4 Leerungstechnik, Reinigung und Instandhaltung

Die Leerungstechnik der Papierkörbe ist unterschiedlich konzipiert. Die Entleerung erfolgt in den meisten Fällen durch eine Bodenklappe in ein Auffangbehältnis, durch die Entnahme eines Innenbehälters oder eines Kunststoffsocks, oder durch Entleerung des gesamten Behälters nach Korpusabnahme. Dabei bieten die unterschiedlichen Varianten jeweils Vorteile und Nachteile hinsichtlich des Zeitverbrauchs und gegebenenfalls eines Sackverbrauchs und somit Unterschiede in der Wirtschaftlichkeit der Papierkorbleerung. Diese Aspekte sollten vor der Beschaffung der Papierkörbe gründlich abgewogen werden. Sonderpapierkörbe – meist Volumenpapierkörbe mit größerer Aufnahmekapazität – werden entweder ebenfalls über einen Innenbehälter von Hand oder durch Unterstützung technischer Einrichtungen geleert. Bei schwereren Innenbehältern kommt eine hydraulische Leerung des Behälters in Betracht. Andere Modelle, so auch Unterflur- oder Halbunterflursysteme, werden mit einem Saugschlauch einer Großkehrmaschine oder eines speziellen Saugwagens ausgesaugt, mittels einer besonderen Hydraulik über ein herausgefahrenes Entsorgungsröhr direkt auf den Papierkorbwagen entleert oder durch einen Kranwagen, ähnlich wie ein Depotcontainer, über einem offe-

nen Behälter ausgeleert. Zukunftsweisend sind möglicherweise Unterflursysteme, die den Müll durch Unterdruck zur nächsten Sammelstelle befördern, ihn in Containern sammeln und bei denen der Abfall von dort mit großen Containerfahrzeugen abtransportiert wird. Solche Systeme haben hohe Anschaffungskosten und werden in Deutschland noch nicht verwendet. In anderen europäischen Städten wie zum Beispiel Barcelona oder Stockholm werden diese Unterdrucksysteme bereits erfolgreich genutzt.

Die Leerungslogistik ist heute, mehr als in der Vergangenheit, nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten organisiert. Insoweit gibt es heute neben dem traditionellen Papierkorbwagen, der regelmäßig meist nur mit dem Fahrer besetzt ist, auch andere Organisationsformen. Vielfach werden die Papierkörbe heute von dem Team oder der Kolonne mitgeleert, die das entsprechende Revier oder Gebiet betreut. Die Leerung über die Müllabfuhr ist bei Berücksichtigung der Leerungszyklen ebenfalls denkbar und wird in einigen Städten praktiziert. In einigen Bereichen haben sich auch Mischsysteme aus den vorgenannten Möglichkeiten, zum Beispiel werktägliche Leerung durch das Team der Reinigung und am Wochenende durch einen Sonderwagen, bewährt.

Die Entsorgungslogistik der Sonderpapierkörbe ist in der Regel, bedingt durch den Einsatz von Spezialfahrzeugen, separat geregelt.

Die Reinigung der Papierkörbe erfolgt in den meisten beteiligten Städten bedarfsgerecht, entweder im Zusammenhang mit der Leerung oder durch besondere Einheiten. Vor Ort wird die Reinigung mit Lappen, chemischen Zusätzen, in der Regel biologisch abbaubar, oder mit Unterstützung eines Hochdruckspülgerätes gegebenenfalls mit Heißwasser durchgeführt.

Wenn die Oberfläche des Papierkorbs nicht nur verunreinigt, sondern durch Aufkleber, Graffiti, Feuer oder andere Einflüsse so stark verunreinigt oder beschädigt ist, dass er vor Ort nicht wieder hergerichtet werden kann, wird der Papierkorb abgebaut und in einer Werkstatt überarbeitet. Dann sprechen wir von einer Instandhaltung. Dabei ist es häufig auch notwendig, die Oberflächenlackierung des Papierkorbs zu entfernen und ihn neu zu grundieren und zu lackieren. Der finanzielle Aufwand dabei ist enorm. Die Instandhaltung der Papierkörbe nach sonstigen Schäden, in der Regel mutwillig herbeigeführte Gewaltschäden, erfolgt ebenfalls wenn möglich vor Ort oder in der Werkstatt.

4.5 Inhalte und Analysen

Der Papierkorbinhalt variiert je nach Standort und Siedlungsstruktur erheblich. Grundsätzlich ist der Inhalt vergleichbar mit den Inhalten der Restmülltonne des Privathaushaltes. Aus diesem Grunde gibt es in manchen Bundesländern eine Verpflichtung und in anderen die Möglichkeit, für diese Abfallentsorgung eine Gebühr zu erheben. Die einzelnen Fraktionen können nach unterschiedlichen Kriterien zu Gruppen zusammengefasst werden. Die Stadtreinigung Hamburg hat im Jahre 2014 erstmals eine Papierkorbanalyse durchgeführt, bei der die nachstehenden Fraktionen untersucht und den aufgeführten Obergruppen zugeordnet worden sind.

Obergruppe	Sortierfraktion
To-Go-Verpackungen	Becher
	Schalen
	Tüten, Eisverpackungen
	Papirtüten, Kartonagen
Sonstige Einwegverpackungen	Einwegservietten
	Kunststoff
	PPK
	Verbund
	Metalle
	PET-Einwegflaschen, ohne Pfand
	Getränkedosen, ohne Pfand
	Glasflaschen (heiß), ohne Pfand
	Glaskonserven (heiß)
	PET-Einweg-Flaschen (Pfand 0,25 €)
Pfandgebilde	Kunststoff-Mehrwegflaschen (Pfand 0,15 €)
	Glas-Mehrweg-Flaschen (Pfand 0,08 €)
	Glas-Mehrweg-Flaschen (Pfand 0,15 €)
	Metall Dosen (Pfand 0,25 €)
Hundekot	in Gassi-Beuteln u.a.
Fremdbefüllung	z.B. Regenschirme, Plakate, Sperrmüll
Hausmüll	Hausmüll im Sack
	Taschentücher, Hygienepapiere
	Stoffe mit Essensresten
	Windeln
	Essensreste, Küchenabfall
	Scherben
	Zigarettenkippen
Hausmüll, sonstige	Printmedien PPK
	Altschuhe
	Textilien
	Gartenabfälle
	E-Schrott, Batterien
	sonstige hausmüllähnliche Bestandteile

Tab. 1: Sortierfraktionen aus Papierkorbinhalten in Obergruppen zusammengefasst © Verband kommunaler Unternehmen (VKU)

ERGEBNISSE DER PAPIERKORBANALYSE AUS 2014

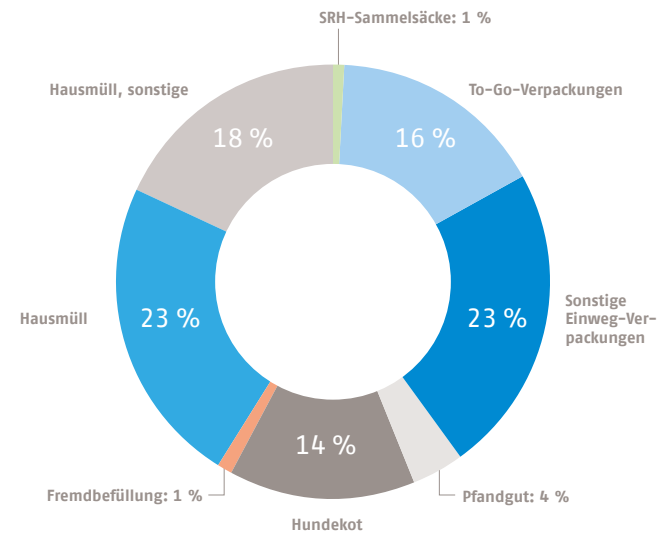


Abbildung 19: Ergebnisse der Papierkorbanalyse in Hamburg aus 2014 © Verband kommunaler Unternehmen (VKU)

Die Ergebnisse dieser ersten Analyse waren gerade im Hinblick auf To-go-Verpackungen und sonstige Einwegverpackungen aufschlussreich, da erstmals eine genauere Mengenerfassung möglich war. Ebenso interessant war der Anteil der Hundekotbeutel in den Abfallbehältern, der mit 14 Masseprozent überraschend hoch war. Bei einer im Jahre 2016 durchgeführten zweiten Analyse haben sich die Mengen der To-go-Verpackungen und des Hundekots verstetigt.

4.6 Kosten und Kostenbestandteile

Die Kosten für den Papierkorbdienst einer Stadt setzen sich aus unterschiedlichen Bestandteilen zusammen. Im Wesentlichen sind das:

- Beschaffung der Papierkörbe,
- Zusatzausstattung,
- Pflege und Instandhaltung,
- Leerungs-/Personalkosten,
- Fahrzeugkosten.

Die Kosten für die Beschaffung der Papierkörbe sind, abhängig von Größe, Beschaffenheit und Volumen, sehr unterschiedlich. Die Lebensdauer und die Folgekosten sind entscheidende Größenordnungen bei der endgültigen Bewertung der Kosten. Das billigste Angebot ist daher nicht immer das wirtschaftlichste. Die Beschaffungskosten werden abhängig von der Größenordnung des Preises entweder als Investitionskosten oder als Verbrauchskosten verbucht. Die Kosten für die Zusatzausstattung eines Papierkorbs sind

oft nicht unerheblich und sollten vorab beachtet werden. Kosten für Pflege und Instandhaltung der Papierkörbe sind im Wesentlichen, ebenso wie die Leerungskosten, Personalkosten. Die Personalkosten sind grundsätzlich die Kernkosten, die in der Regel deutlich mehr als die Hälfte der Gesamtkosten des Papierkorbdienstes ausmachen. Die Fahrzeugkosten sind in der Regel Investitionskosten und werden über mehrere Jahre abgeschrieben.

4.7 Papierkörbe, zentrales Element und Innovationsmotor bei Antilitteringmaßnahmen

Bis zu 14 Großstädte haben sich in der Zeit zwischen 2004 und 2019 rund fünfzehn Jahre gemeinsam mit der Humboldt-Universität zu Berlin mit Fragestellungen zu Merkmalen des Litterings, zur Wahrnehmung von Sauberkeit im öffentlichen Raum und zu Maßnahmen gegen Littering beschäftigt. Aus den Ergebnissen wurden in der Folgezeit Konsequenzen für die Optimierung der Sauberkeit in den Städten abgeleitet. Dabei war auffällig, dass in jeder Studie in der persönlichen Einschätzung der Verantwortlichen in den Städten und auch in den aus Befragungen abgeleiteten Meinungen der Bürger und Kunden der Papierkorb immer ein zentrales Element von Antilittering-Maßnahmen war.

Dabei ist das Vorhandensein eines Papierkorbs zunächst zentrale Forderung der Bürger, Kunden und Litterer. Gewünscht werden Papierkörbe, die im öffentlichen Straßenraum auch auffallen. Insoweit sind farbige Papierkörbe grauen in jedem Falle vorzuziehen. Eine weitere Erkenntnis aus der Studie ist die Forderung der Kunden nach ansprechenden Papierkörben, bei denen es allerdings nicht so sehr auf das Äußere ankommt. Wichtig ist ein funktionsfähiger ansprechender Papierkorb. Ein besonderes Design oder hygienische Sauberkeit eines Papierkorbs sind nicht der Anspruch.

Für den Stadtreinigungsbetrieb ist und bleibt der Papierkorb ein zentrales Antilittering-Element. Er verhindert durch die Nutzung seitens der Kunden nicht nur die Rückverschmutzung des öffentlichen Raums, sondern wirbt und mahnt durch ständige Präsenz den Kunden, sich diszipliniert im Umgang mit Abfall zu verhalten. Bewusst oder unbewusst werden die Behälter wahrgenommen und lenken den Abfallstrom grundsätzlich in die richtige

Richtung. Diese Effekte werden heute in vielen Städten durch das Bekleben der Papierkörbe mit witzigen, provozierenden oder mahnenden Sprüchen unterstützt, die noch deutlicher auf die Funktion der Papierkörbe hinweisen.

Das „Angebot“ an den Kunden hat sich verändert und erweitert. Waren es früher der Apfelknust, das Papiertaschentuch oder die Zigarettenpackung, für die die Papierkörbe im öffentlichen Raum bereitgestellt wurden, so zielt das Aufstellen der Papierkörbe heute vor allem auch auf To-go-Verpackungen jeglicher Art, auf Getränkeflaschen und -dosen, auf Zigarettenkippen und auf Hundekotbeutel. Diese Veränderung geht einher mit dem Bedarf an mehr und größeren Papierkörben bzw. der Notwendigkeit nach mehr Volumen. Alle diese Bedarfe führen wiederum dazu, dass sich die Papierkorbmodelle verändert haben und die Vielfalt der Anbieter wesentlich größer geworden ist. Zusatzeinrichtungen wie zum Beispiel Aschenbecher, Hundekotbeutelhalter oder Pfandringe sind heute fast selbstverständlich geworden. Damit ist der Papierkorb häufig Innovationsmotor oder das Spiegelbild einer sich verändernden Straßenreinigung und Stadtbildpflege.

Zusammenfassung und Ausblick

Papierkörbe im öffentlichen Raum sind aus dem Alltag einer Stadt heute nicht wegzudenken. Immer mehr und immer größere Papierkörbe werden dabei im Kampf um die tägliche Sauberkeit aufgestellt, um dem gewachsenen Volumen des Abfalls zu begegnen. Vielfach kann man allerdings eine gewisse Achtlosigkeit im Umgang mit dem Müll beobachten. Dieser wird auf den Boden geworfen, wenngleich der nächste Papierkorb in unmittelbarer Nähe steht. Das heutige veränderte Nutzungsverhalten des öffentlichen Raums in einer Großstadt mit unterschiedlichen Veranstaltungen und Großevents trägt dazu bei, dass immer mehr gelittert wird. Das heißt, dass nicht die Anzahl der Papierkörbe allein für die Sauberkeit der Stadt entscheidend ist. Der Papierkorb ist immer nur eine Ergänzung zu einem ganzheitlichen Sauberkeitskonzept einer Großstadt.

Auch in der Zukunft wird es Papierkörbe in einer Großstadt geben. Diese werden dem Bedarf entsprechend immer größer und farbiger. Volumenpapierkörbe unterschiedlicher Art werden immer häufiger Verwendung finden – Unterflurbehälter ebenso wie selbstpressende Solarbehälter. Die Technisierung des Papierkorbs hat lange begonnen. Es bleibt abzuwarten, wie sich der Papierkorb der Zukunft präsentiert.

05

BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

In der Vergangenheit spielte die Stadtreinigung vorrangig eine Rolle in Bezug auf die Verkehrssicherheit sowohl für den Verkehr als auch für den Fußgänger, zum Beispiel bei der Entfernung von Splitt auf der Fahrbahn wegen Rutschgefahr. Inzwischen haben sich die zu beseitigenden Abfälle und das Sauberkeitsempfinden des Einzelnen deutlich geändert. Somit hat sich die Reinigung aus verkehrstechnischen Gründen hin zu einer aus ästhetischen Gründen gewandelt. Die optische, subjektive Sauberkeit einer Stadt oder eines Stadtviertels ist für deren Attraktivität ein bedeutendes Element geworden.

Das Thema Stadtsauberkeit steht bei den Bürgern, der Wirtschaft und dem Tourismus immer mehr im Interessenfokus. Insbesondere an das eigene Wohnumfeld bestehen gehobene Ansprüche, die durch die standardmäßige Unterhaltung des öffentlichen Raums nicht immer erfüllt werden können. Eine einfache Besenreinigung reicht vielfach nicht aus, denn es wird der gesamte optische Eindruck bei der Beurteilung der Sauberkeit gewertet.

Viele Bürger sind inzwischen durchaus bereit, sich für die Verbesserung der Sauberkeit zu engagieren. Das Interesse dieser Bürger wird seit 20 Jahren verstärkt zum Beispiel bei Aktionen wie Sauberkeitstagen oder Putzwochen, bei denen der Einzelne und Gruppen zur Reinigung öffentlicher Flächen motiviert werden.

Ganz neu ist dieses Engagement nicht, schon in den 1970er Jahren haben Schulklassen Wälder durchkämmt, um Abfallablagerungen aufzuspüren und einzusammeln. So hat sich insbesondere

in den letzten 20 Jahren in vielen Städten eine Tradition entwickelt. Am häufigsten sind zentrale Sauberkeitstage oder ganze Sauberkeitswochen.

5.1 Gründe für die Ausweitung der Reinigungsmaßnahmen

Das Littering-(Wegwerf-)Verhalten hat sich seit längerer Zeit durch die Konsumenten von Coffee-to-go, Außerhaus-Speisen (Take-away) usw. deutlich geändert. Ebenso hat die rücksichtslose Entsorgung von Verpackungsabfällen, Hausmüll, Sperrgut bis hin zu Sondermüll in der Natur bzw. im öffentlichen Raum zugenommen. Aufgrund dieser Entwicklung wurden in vielen Städten sogenannte „Dreck-weg-Aktionen“ geboren.

Die Ziele bei der Einbindung der Bürger in die Sauberhaltung der Stadt sind bzw. können sein:

- Sensibilisierung der Bürger hinsichtlich des Themas Stadtsauberkeit,
- korrektes Verhalten der teilnehmenden Bürger,
- vorbildliches Handeln,
- Wirkung als Multiplikator.

Weiterhin spielt die Mobilisierung des bürgerschaftlichen Engagements für Sauberkeitsaktionen in einer Qualität, die der Reinigungsbetrieb nicht gewährleisten kann, zum Beispiel durch

Jährlich engagieren sich deutschlandweit

Hundert-tausende

Freiwillige, darunter viele Kinder und Jugendliche, für saubere Städte und Landschaften. „Let's Clean Up Europe“ mobilisiert somit erfolgreich gegen Littering und aktiviert das Bürgerengagement in allen gesellschaftlichen Bereichen.

dauerhafte Patenschaften für Papierkörbe, Hundekottütenspenden, Wertstoffcontainerstandplätze, Baumscheiben oder ganze Straßenabschnitte, eine zunehmende Rolle.

5.2 Organisation, Zielgruppen und Unterstützungsmöglichkeiten

Der Reinigungsbetrieb organisiert die Sauberkeitsprojekte

Als Träger/Schirmherr treten im Regelfall Politiker oder gesellschaftliche Gruppen/Vereine auf. Die Rolle der Reinigungsbetriebe ist dabei zweigeteilt: Einerseits werden Organisatoren unterstützt bzw. man organisiert aus dem Betrieb heraus die Aktionen, andererseits ist der Betrieb zumindest für die Reinigung von Teilflächen selbst verantwortlich. Die Vorbereitung einer Sammelaktion erfordert eine geordnete Projektorganisation, die am besten vom Reinigungsbetrieb selbst geleistet werden kann.

Zielgruppen müssen gezielt angesprochen werden

Das Angebot richtet sich grundsätzlich an alle interessierten Bewohner einer Stadt. Schnell stellen sich die besonders aktiven Gruppen heraus. Nach mehrjähriger Erfahrung zeigt sich, dass oft immer wieder die gleichen Personen teilnehmen. Wichtig ist es

deshalb, die noch nicht mobilisierte Bevölkerung über geschickte Werbung anzusprechen. Selbst in Großstädten nimmt bis zu 1 % der Bevölkerung an diesen Sammeltagen teil. Ein Angebot speziell für Schüler und Kindergarten-Kinder erscheint hierbei pädagogisch sinnvoll. Die Verhinderung des Wegwerfverhaltens kann in jungen Jahren fundamental geschult werden. Das soll/ kann bestenfalls zu einem Verhalten in Richtung Abfallvermeidung führen.

Unterstützungsmöglichkeiten der Stadtreinigung motivieren zum Mitmachen

Die Organisation von solchen Sammelaktionen erfordert erheblichen Ressourceninput. Das betrifft sowohl personelle als auch materielle Investitionen. Zu den Letztgenannten gehören Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit wie die Erstellung von Flyern, Anzeigen in den örtlichen Zeitungen und auf Plakatwänden, Druck von Plakaten, Ansagen in öffentlichen Verkehrsmitteln, Werbung sowie Interviews in regionalen Rundfunksendern. In kleinen Orten können die Investitionen für die Öffentlichkeitsarbeit wesentlich reduziert werden wegen der viel wirksameren Mund-zu-Mund-Propaganda. Für die Koordinierung am Reinigungstag ist eine Anmeldeorganisation erforderlich. Telefonische oder Online-Anmeldungen mit Angabe des Sammelbereiches und dem Abstellort der Abfälle sowie der Teilnehmerzahl sind notwendig. Unent-

geschlossen können vorgegebene Reinigungsbereiche wie große Parks, Freizeitbereiche oder Ähnliches angeboten werden. Die Helfer können mit Handschuhen und Müllsäcken, gegebenenfalls noch mit einer Warnweste ausgerüstet werden. Um die Attraktivität für Kinder zu vergrößern, werden in einzelnen Städten Handschuhe und Warnwesten auch in Kindergröße bereitgestellt. Ort und Zeit der Ausgabe der Materialien sind schon bei der Anmeldung mitzuteilen. Greifzangen werden von den Helfern zwar gern genutzt, sind aber im Regelfall nicht zu finanzieren, zumal eine Rückgabe der Werkzeuge leider selten funktioniert. Die grundlegendste Unterstützung durch die Reinigungsbetriebe ist das Abholen und Entsorgen der eingesammelten Abfälle. Die Auslobung von Preisen oder Auszeichnungen durch den Veranstalter für die beste Aktion oder regelmäßige Teilnahme steigert das Interesse am Mitmachen.

5.3 Organisationsformen

Am häufigsten sind zentrale Sauberkeitswochen oder Sauberkeitstage, zumeist am Wochenende. Bei Einbindung von Schulen und Kindergärten ist zusätzlich ein Wochentag anzubieten. Darüber hinaus können interessierte Gruppen oder Firmenbelegschaften in vielen Städten Aktionen über das ganze Jahr organisieren. Da-



VORBEREITUNGS-CHECKLISTE FÜR SAMMELAKTIONEN MIT BÜRGERN

- (1) Terminfestlegung (spätestens ein halbes Jahr im Voraus, Terminkollision mit anderen örtlichen Terminen beachten, Ferienzeiten umgehen, Brutzeit der Vögel beachten)
- (2) Öffentlichkeitsarbeit vorbereiten (Sponsoren, Internetauftritt, zentrale Rufnummer)
- (3) Anmeldeorganisation planen (Internetauftritt, Callcenter/zentrale Rufnummer, Online-Anmeldung)
- (4) Arbeitsmaterial bestellen (Sponsoren suchen, Bedarf abschätzen)
- (5) Einsammellogistik planen (Fahrzeuge, Personal)
- (6) Persönlichkeiten einbinden (Sammelaktion mit Bürgermeister oder Ähnliches.)

bei erfolgt im Regelfall die Unterstützung der Reinigungsbetriebe nur durch die Abfallabholung und die Ausgabe von Müllsäcken. In den größeren Städten gibt es den Trend zu einem ganzjährigen Angebot, um eine Bündelung von Aktionen zu vermeiden.

Achtung Fallstricke:

Die Abholung des bereitgestellten Abfalls ist unbedingt zeitnah sicherzustellen, sonst kommt bei den engagierten Teilnehmern schnell Unmut auf. Auch muss der Betrieb auf die Entsorgung schadstoffhaltiger Abfälle vorbereitet sein. Überraschend „tauchen“ schon mal ein Ölfass oder Asbestzementplatten auf. Am Veranstaltungstag ist es empfehlenswert, einen Mitarbeiter für die richtige Zuordnung der anfallenden Abfallstoffe einzusetzen sowie einen für die Öffentlichkeitsarbeit, um das gewöhnlich starke Medieninteresse zu bedienen.

Auch an zentralen **welt- oder europaweiten** Sauberkeitstagen wie „Clean up the world“ oder „Let's Clean Up Europe“ gibt es in einzelnen Städten Aktionen.

Die Kampagne „Let's Clean Up Europe“ wurde auf europäischer Ebene im Jahr 2014 ins Leben gerufen, um ein Kampagnendach für all diejenigen Aktiven zu bieten, die sich für Stadtsauberkeit und Anti-Littering einsetzen. Ziel war es in den letzten Jahren, in ganz Europa lokale, regionale und nationale Initiativen unter einem gemeinsamen Motto in der Frühjahrszeit zu vereinen mit einer abschließenden Aktionswoche im Mai. Dadurch sollte das bereits bestehende Engagement von Initiativen für saubere Landschaften und Städte hervorgehoben und neues Engagement angestoßen werden. Jährlich engagieren sich deutschlandweit Hunderttausende Freiwillige, darunter viele Kinder und Jugendliche, für saubere Städte und Landschaften. „Let's Clean Up Europe“ mobilisiert somit erfolgreich gegen Littering und aktiviert das Bürgerengagement in allen gesellschaftlichen Bereichen.

Die Sauberkeitstage in den Städten und Gemeinden finden aus fachlichen Gründen nach dem Winter häufig im März vor der Brutzeit der Vögel statt, da auch die Bereiche mit Hecken und Gebüsch von Abfällen und Litter gereinigt werden. Deshalb werden die Aktionen häufig als Frühjahrsputz deklariert. Nicht zu vernachlässigen ist zu dieser Zeit jedoch das Schlechtwetterrisiko, wodurch die Teilnehmerzahl der Freiwilligen stark absinkt. Für Verhaltensregeln bei städtischen Putzaktionen hat der VKU in Zusammenarbeit mit dem Bundesumweltministerium und den Naturschutzverbänden BUND und NABU ein Merkblatt mit dem Titel „Sammeln und Schützen“ herausgebracht, das für die Aufklärung der Sammelnden zum Schutz von Tieren und Pflanzen eingesetzt werden kann. Auf europäischer Ebene wird aktuell über eine Verlegung der Aktionswoche von „Let's Clean Up Europe“ in den Spätherbst diskutiert, um den Naturschutz noch besser gewährleisten zu können, indem auch vor dem Winter Abfall aus öffentlichen Räumen eingesammelt wird.

06

KOOPERATIONEN UND RUNDE TISCHE

Was bedeutet es, am runden Tisch zu kooperieren?

Um ein gemeinsames Ziel zu erreichen, wird oft die Kooperation, also das zweckgerichtete Zusammenwirken von Handlungen zweier oder mehrerer Personen oder Systeme, in Arbeitsteilung als Form der Zusammenarbeit gewählt.

Sind sich die Beteiligten über das Ziel der Zusammenarbeit einig, führt Kooperation häufig zum Nutzen für alle Beteiligten. Aber es gibt auch erzwungene Kooperation und unter Täuschung zustande gekommene Kooperation, bei der eine Seite mehr oder alle Vorteile aus dieser Kooperation zieht bzw. ziehen will.

Kooperation setzt ein entsprechendes Verhalten in einer ggf. auch nur zeitweise existierenden Struktur voraus. Es geht im Kern darum, dass jeder Partner eine seinen Kompetenzen und Möglichkeiten entsprechende Leistung erbringen sollte, welche der Erreichung des Zieles der Kooperationsgemeinschaft dient. In einem möglichst frühen Stadium der Kooperation sollten Leistungen und Erwartungen der Kooperationspartner verhandelt und fixiert werden.

Persönliche Befindlichkeiten, Wahrnehmungen oder Erwartungen sollten dabei außen vor bleiben.

Um Ziele und Arbeitsweise in einer Kooperation zu unterstützen, wird oft der runde Tisch als symbolische Sitzordnung zur Klärung abweichender Interessen oder zur Bewältigung von Krisen gewählt, bei der Vertreter verschiedener Institutionen gleichberechtigt, das heißt ohne Hierarchiestufen oder Vorsitzenden, einen von allen Seiten anerkannten Kompromiss finden wollen.

Nichtanerkennung und/oder Verletzung der genannten Grundsätze bzw. Prinzipien führen in aller Regel zur Beendigung der Zusammenarbeit bzw. lassen diese erst gar nicht zustande kommen.

Ernsthafter Wille zur Zielerreichung mit Chance auf größtmöglichen Erfolg und hohem Anerkennungspotenzial schließt somit die Bereitschaft zu gleichberechtigter Zusammenarbeit mit möglichst vielen Partnern als „Gleiche unter Gleichen“ ein.

6.1 Kooperationen und runde Tische im Kampf gegen Littering

Das Bemühen, Littering und dessen Auswirkungen zu beherrschen, wird letztlich nur erfolgreich sein, wenn individuelles Verhalten von Menschen, nämlich das achtlose Wegwerfen und Liegenlassen von Abfall, vorzugsweise auf öffentlichem Grund, beeinflusst werden kann. Man kann bzw. muss sich fragen, ob und in welchem Maße dieses Bemühen überhaupt erfolgreich sein wird. Verschiedene Faktoren bzw. Rahmenbedingungen können jedoch tatsächlich eine Verhaltensänderung bewirken. Wichtig ist hierbei, eingeleitete Maßnahmen regelmäßig zu verifizieren und gegebenenfalls nachzujustieren. Damit im Zusammenhang steht auch die Erkenntnis, dass dauerhafte Verhaltensänderung auch dauerhafter Einflussnahme auf das Verhalten bedarf. Viel spricht dafür, dass jedes Nachlassen in den Aktivitäten bei den Nutzern des öffentlichen Raums zu einem Rückfall in die alten Verhaltensweisen führt.

Es geht darum, den von vielen als „erweitertes Wohnzimmer“ empfundenen öffentlichen Raum so zu erhalten und zu präsentieren, dass dessen Nutzung und Wertschätzung für möglichst viele Nutzergruppen attraktiv ist und bleibt. Abhängig von Maß und Ausprägung der „Inbesitznahme“ eines konkreten Teils des öffentlichen Raums durch einzelne Nutzergruppen, des konkreten gesellschaftlichen Umfeldes am jeweiligen „Brennpunkt“ müssen am sogenannten runden Tisch mit verschiedenen Ko-

operationspartnern die speziell zugeschnittenen Möglichkeiten und Schritte der Einflussnahme abgestimmt werden. Es gilt hierbei, den angemessenen und zielführenden Mix von zum Beispiel:

- einer Erhöhung der Präsenz von Vertretern der Exekutive,
- (strafbewehrter) Durchsetzung von Regeln und Zwängen,
- gestalterischen Maßnahmen im öffentlichen Raum,
- Anreizsetzung (zum Beispiel durch Veränderung der Anzahl, Standorte und Gestaltung der öffentlichen Abfallbehälter),
- organisatorischen/technologischen Veränderungen bei Entsorgung und Reinigung,
- Öffentlichkeitsarbeit,
- gezielter Ansprache/Einbeziehung definierter Gruppen/ Einzelpersonen,
- Erhöhung von Budgets,
- Einflussnahme über die Politik

und anderen zu ermitteln und gemeinsam wirksam zu realisieren.

Vielfältige Interessenlagen sollen jeweils in möglichst hohem Maße gewahrt, die notwendigen Kompromisse in Bezug auf die Gestaltung, Nutzung und Pflege des öffentlichen Raums müssen möglichst breit vermittelt und kommuniziert werden. Vor allem aber müssen Aktivitäten, Aktionen, Vorgehensweisen und Handlungserfordernisse hinsichtlich deren Akzeptanz auf einer möglichst breiten Basis in der urbanen Gemeinschaft fußen.

Aus der Definition der Begriffe, aber auch aus der Erfahrung vieler praktischer Beispiele heraus verspricht die Kooperation der Interessenvertreter verschiedenster Einrichtungen, Gruppen, Behörden und Unternehmen, vorzugsweise unter den Kriterien des runden Tisches, den größten Umsetzungserfolg.

6.2 Inhaltliche Fragestellungen bei der Bildung einer Kooperation

Vor der Entscheidung für eine Kooperation verschiedener Partner stehen eine Problemlage bzw. eine daraus resultierende Aufgabenstellung. Im Rahmen von deren Bewertung zeichnet sich dann ab, dass die Facetten der Herangehensweise an die Problemlösung, die Vielfältigkeit zu beachtender Interessen oder Sachverhalte die Einbeziehung anderer Kompetenzen erfordert und welche diese sind bzw. sein sollten. Im Ergebnis dieses Prozesses kristallisieren sich in der Regel die notwendigen und/oder zweckmäßigen Kooperationspartner heraus.

Diese an den runden Tisch zu bringen bedarf unter Umständen einer letzten Handlung im Rahmen einer Hierarchie in diesem Prozess – Führungsentscheidungen durch denjenigen, der die Aufgabenstellung formuliert hat und dem es obliegt, später aus den Erkenntnissen, den Schwerpunktsetzungen und den Empfehlungen der Kooperationspartner am runden Tisch aktives Handeln abzuleiten.

Es stellen sich also in der Start- bzw. Anfangsphase einer Kooperation Fragen wie:

- Wer initiiert den Kooperationsprozess?
- Wie werden die Beteiligten an den Tisch geholt?
- Was ist Ziel bzw. Zweck der Kooperation?
- Ist die Kooperation eine „Dauereinrichtung“ oder temporär angelegt?
- Wie/woraus/woher erfolgt die Finanzierung (soweit erforderlich)?

Aus Sicht der einzelnen in Frage kommenden Kooperationspartner folgen dem natürlich weitere Fragestellungen:

- Aus welchem Interesse ist der einzelne Kooperationspartner beteiligt?
- Welche Ressourcen müssen zur Verfügung gestellt werden?
- Welche Erfahrungswerte können eingebracht werden?

Sitzen dann die Kooperationspartner am runden Tisch, sollte als Erstes auf die folgenden Fragestellungen eine von möglichst vielen Partnern getragene Antwort gefunden werden:

- Soll es einen „Bandleader/Sprecher“ geben – oder anders: Wer hält alles am Laufen?
- Wie wird der Prozess dokumentiert?
- In welcher Form erfolgt die Öffentlichkeitsarbeit?
- Wie erfolgt die Bewertung der Ergebnisse?
- Wie ist die Resonanz bei der Zielgruppe und in der Öffentlichkeit?

6.3 Kooperationen gegen Littering im öffentlichen Raum

Verschiedene Praxisbeispiele zeigen, dass aus betrieblicher Sicht beim Thema „Reduzierung von Littering“ sowohl Kooperationen unter Beteiligung der Stadtverwaltung als auch ohne diese funktionieren oder erforderlich sind. Insbesondere wenn im Rahmen der Kooperation nach Wegen zu einer, möglichst nachhaltigen, Verbesserung der Ordnung und Sauberkeit im öffentlichen Raum gesucht und diese umgesetzt werden sollen, ist die Einbeziehung möglichst vieler Fachämter sicher zielführend. Diese Notwendigkeit ergibt sich oftmals schon durch die oft zu beachtenden verschiedenen Zuständigkeiten für unterschiedliche Flächen im öffentlichen Raum (öffentliches Grün, öffentlicher Straßenraum, Uferbereiche von Wasserflächen/Gewässern und andere).

Nahezu parallel wird dann deutlich, dass Littering nicht an Flurstücksgrenzen, also an Zuständigkeitsgrenzen, Halt macht. Praktisch im Selbstlauf wird sich die Notwendigkeit ergeben, weitere Partner ins Boot zu holen.

Das – oft wirtschaftlich begründete – Interesse an einem sauberen öffentlichen Raum und die jeweiligen Möglichkeiten der einzelnen Kooperationspartner überlagern sich an vielen Stellen.

Der Kooperationsprozess/der runde Tisch wird getragen durch die Vielzahl seiner Multiplikatoren und seinem damit einhergehenden breiten Einfluss auf die urbane Gesellschaft, Kommunalpolitik und Verwaltung.

Die Praxis verschiedener Städte zeigt im Grundsatz ähnliche Zusammensetzungen solcher Kooperationen/runder Tische. Dazu können permanent oder temporär Vertreter der Stadtverwaltung (Ämter und Behörden mit Verknüpfung zum Thema) sowie von Firmen und Vereinen gehören wie:

- Bauverwaltung,
- Schulverwaltung,
- Grünflächenverwaltung,
- Liegenschaftsverwaltung,
- Stadtplanung,
- Ordnungsbehörde/-amt,
- Sozialamt,
- Jugendamt,
- Stadtmarketing/City-Initiativgruppen,
- Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV),
- Deutsche Bahn,
- Polizei/Bundespolizei,
- Private Sicherheitsdienste,
- Wohnungslosenhilfe/Jugendhilfe (Streetworker),
- Interessenvertretung der Haus- & Grundbesitzer,
- Händlerschaft sowie Hotel- und Gaststättengewerbe,
- Wohnungswirtschaft,
- Einwohnerinitiativen von Quartieren, Ortsteilen etc.

Je nach Aufgabenstellung gibt es weitere Beispiele der Einbeziehung von Partnern zum Beispiel für die Außenwerbung, die Bezuschussung von geschaffenen Arbeitsplätzen für Langzeitarbeitslose (Agentur für Arbeit) oder der Industrie- und Handelskammer, um noch zielgerichteter bestimmte Zielgruppen zu erreichen (zum Beispiel zur Eindämmung von Fastfood-Littering). Natürlich kann auch die direkte Gewinnung eines einzelnen (Groß-)Unternehmens (zum Beispiel Fastfood-Kette) für die Mitarbeit als Kooperationspartner zu schnellen positiven Effekten führen.

6.4 Arbeitsweise, Ziele und Nutzen von Kooperationen

Idealerweise sollten sich die Kooperationspartner regelmäßig treffen. Ein positiver Nebeneffekt persönlichen Kennenlernens und Diskutierens ist, dass in der Regel dann auch die elektronische Kommunikation direkter, zielführender und vertrauensvoller erfolgen kann und oft tatsächlich erfolgt.

Aber nicht Masse macht Klasse, sondern eine gute Vorbereitung der Treffen – und ein Termin, zu dem möglichst viele Partner tatsächlich am Tisch sitzen. Die Tagesordnung muss im Vorfeld

bekannt, gegebenenfalls sollten einzelne Tagesordnungspunkte durch verschiedene Teilnehmer inhaltlich vorbereitet worden sein. Und vor allem muss das Ziel verbindlicher Vereinbarungen bestehen, die protokolliert und kontrolliert werden und tatsächlich in den der Kooperation zugehörigen Gruppen und Organisationen zum aktiven Handeln führen.

Aber auch das Bemühen darum, dass die in der Kooperation handelnden Personen möglichst nicht wechseln, hat Kontinuität und Erfolg zum Ergebnis.

Die Kenntnis der Befindlichkeiten, Probleme und Möglichkeiten der Kooperationspartner untereinander führt dann oft auch zu einem fairen, respektvollen Umgang miteinander. Das schafft gegenseitiges Vertrauen – zum Beispiel im Kontakt mit den Medien, bei akut zu bereinigenden Zuständen/Verunreinigungen und dem Bemühen um Problemlösungen, bei denen keiner der Partner überfordert wird.

Die folgenden Punkte fassen die Vorteile fairer Kooperation auf gleicher Augenhöhe zusammen:

- bessere Vernetzung der beteiligten Partner,
- Förderung gegenseitigen Verständnisses und von Anerkennung,
- „reibungsarme“ Zusammenarbeit,
- fachlich fundierte und direkte Abstimmung zu/über Schwerpunktthemen und Sachfragen (zum Beispiel Wohnungsmarktentwicklung, Umsatzentwicklung, Auslastung von Hotels, Kriminalitätsschwerpunkte),
- frühzeitige Erkennung von Erwartungen (von Kunden, von Anwohnern, von Jugendlichen, von Gewerbetreibenden/Gastronomen etc.),
- Abstimmung und Verzahnung von Einzelmaßnahmen verschiedener Gruppen bzw. deren gegenseitiger Unterstützung,
- Optimierung eingesetzter Ressourcen und deren Wirksamkeit,
- Förderung eines positiven Images aller an der Kooperation Beteiligten,
- Erreichen breiter und verschiedener Einwohnerschichten mit den gleichen Themen und gleicher Aussage dazu,
- geschlossenes Auftreten gegenüber der Kommunalpolitik, der Verwaltung, den Medien und weiteren adressierten Zielgruppen.

Fazit

Die Maßnahmen zur Verringerung des Littering in der Stadt setzen sich aus sehr unterschiedlichen Aktionen mit gegenseitiger Wirkung zusammen. Umso wichtiger ist es, kontinuierlich Partner und Mitstreiter in der erforderlichen Tiefe zu informieren und zum koordinierten Handeln aufzufordern, damit die größtmöglichen Synergien gehoben werden können. Einzelne Maßnahmen, wie in den vorhergehenden Kapiteln beschrieben, bilden die Bausteine, die aber nur im Zusammenspiel aller an der Stadtsauberkeit interessierten städtischen Akteure ihre volle Wirkung erzielen können.

07

HERSTELLERVERANTWORTUNG FÜR
HÄUFIG GELITTERTE PRODUKTE

Die Gewährleistung von Stadtsauberkeit und Maßnahmen gegen die Vermüllung des öffentlichen Raums wurde bislang ausschließlich als Aufgaben der Städte und Gemeinden und ihrer Reinigungsbetriebe begriffen, sofern nicht die Anlieger selbst in die Reinigungspflicht genommen werden. Die Kosten der kommunalen Straßenreinigung werden dabei teilweise über Gebühren und teilweise über die kommunalen Haushalte finanziert, wobei sich bundesweit betrachtet ein sehr buntscheckiges Bild ergibt – auch als Ausfluss des Prinzips der kommunalen Selbstverwaltung und der Zuständigkeit der Länder für das Straßenreinigungsrecht. Die „Stadtsauberkeit“ war für den Bund bislang kein Thema, er fokussierte sich entsprechend seiner Gesetzgebungskompetenz auf die Abfallwirtschaft. Schon gar nicht sah sich die kommunale Straßenreinigung als Gegenstand europäischer Regulierungen, man bewegte sich vielmehr jahrzehntelang unter dem Radar von Kommission, Rat und Europäischem Parlament.

Doch dies ändert sich nun und die Tragweite der von der EU jüngst angestoßenen Gesetzgebung rückt nur allmählich in das allgemeine Bewusstsein. Ausgangspunkt sind dabei die Kunststoffabfälle, die immer stärker als drängendes Umweltproblem wahrgenommen werden und dabei in Deutschland selbst das Thema Klimawandel hinter sich gelassen haben. Die Vermüllung der Umwelt und insbesondere der Meere mit Plastik ist als Umweltproblem allgegenwärtig und lenkt den Blick auf alle potenziellen Eintragspfade. Hier kommt nun auch das Littering von Einwegprodukten aus Kunststoff auf die Agenda der europäischen Gesetzgebung. Mit der Einwegkunststoffrichtlinie (EU 2019/904) vom 5. Juni 2019 hat Europa einen entscheidenden Schritt zur Umsetzung der eigenen Kunststoffstrategie unternommen und der Ende 2019 vorgelegte „Green Deal“ der EU-Kommission kündigt weitere Maßnahmen bezogen auf Einwegkunststoffprodukte an. Anlass genug also, sich auch aus der Perspektive der kommunalen Stadtreinigung einmal genauer mit den entsprechenden Regelungen zu beschäftigen.

7.1 Die Einwegkunststoffrichtlinie der EU

Die Europäische Kommission hat sich dem Thema der Kunststoffabfälle systematisch vom Problem der Meeresvermüllung her angenähert. Ausgangspunkt waren dabei Müllzählungen an europäischen Stränden, die ergeben haben, dass 80 – 85 % des Meeresmülls in der Europäischen Union Kunststoffe sind, wobei es sich zu 50 % um Einwegkunststoffartikel und zu 27 % um Gegenstände handelt, die mit der Fischerei zusammenhängen. Die Kunststoffrichtlinie konzentriert sich dabei auf diejenigen Einwegkunststoffprodukte, die am häufigsten an den europäischen Stränden gefunden wurden. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den kunststoffhaltigen Zigarettenfiltern zu, die am zweithäufigsten an den Stränden Europas gefunden wurden. Zigarettenkippen stellen auch die kommunale Straßenreinigung regelmäßig vor besondere Herausforderungen und haben eine sehr hohe Litteringaffinität.

Mit den neuen europäischen Regelungen für Zigarettenkippen, die insbesondere eine Beteiligung der Hersteller an den kommunalen Reinigungskosten und an den Kosten für öffentliche Aschenbecher vorsehen, sollen die enormen Umweltauswirkungen dieser Abfallfraktion verringert werden. Dabei wird erwartet, dass Innovation und Produktentwicklung sinnvolle Alternativen für kunststoffhaltige Filter hervorbringen werden. Daneben sollen die Regelungen der erweiterten Herstellerverantwortung für Tabakprodukte mit kunststoffhaltigen Filtern Innovationen anregen, die zur Entwicklung nachhaltiger Alternativen für kunststoffhaltige Filter für Tabakprodukte führen. Die Mitgliedstaaten sollen dabei breitgefächerte Maßnahmen zur Verringerung der Vermüllung durch Zigarettenkippen fördern.

Im Ergebnis muss es also darum gehen, eine Kostenanlastung bei den Herstellern bezüglich der kommunalen Reinigungsaufwen-

Zutreffend wertet die Richtlinie, dass auch bezüglich gelitterter Abfälle die **Hersteller der entsprechenden Produkte als eigentliche**

Verursacher

der Umweltverschmutzung zu betrachten sind und am ehesten dieses Umweltproblem lösen können.

dungen zu erreichen, die eine tatsächliche Lenkungswirkung erzielt, also die Tabakindustrie dazu veranlasst, andere – zum Beispiel vollständig und kurzfristig biologisch abbaubare – Filter zu entwickeln oder den Tabakkonsum über Mehrweglösungen zu ermöglichen. Dies wird jedoch nur gelingen, wenn die Kostenanlastung spürbar ist und denjenigen Produzenten einen Wettbewerbsvorteil verschafft, die ohne Kunststofffilter auskommen. Erreichen ließe sich dies beispielsweise durch einen „Reinigungscent“, der auf jeden verkauften Kunststofffilter aufgeschlagen wird.

Ebenso im Fokus der Kunststoffrichtlinie sind die stark wachsenden To-go-Verpackungen, wie insbesondere To-go-Kaffeebecher. Erfasst werden dabei von der Richtlinie Fastfood-Verpackungen oder Boxen für Mahlzeiten, Sandwiches, Wraps und Salat mit kalten oder heißen Lebensmitteln, oder Lebensmittelbehälter für frische oder verarbeitete Lebensmittel, die keiner weiteren Verarbeitung bedürfen, wie Obst, Gemüse oder Desserts. Auch hier sind künftig Finanzierungsbeiträge der Hersteller für kommunale Reinigungsaktionen, öffentliche Erfassungssysteme und Sensibilisierungsmaßnahmen zu erheben. Die Finanzierungsbeiträge sollen dabei die Kosten, die für die effiziente Bereitstellung dieser Dienstleistungen erforderlich sind, nicht übersteigen und zwischen den betroffenen Akteuren auf transparente Weise festgelegt werden. Darüber hinaus sind die Mitgliedstaaten ermächtigt, die Herstellerbeiträge in Form von angemessenen mehrjährigen festen Beträgen festzulegen, um die Verwaltungskosten so

niedrig wie möglich zu halten. Die Herstellerfinanzierung kann also auch in pauschalierter Form erfolgen, um den Aufwand einer Einzelabrechnung in jeder Kommune zu ersparen.

7.2 Herstellerfinanzierung als Ausdruck des Verursacherprinzips

Mit der EU-Kunststoffrichtlinie ist ein Paradigmenwechsel verbunden, da erstmals der Bereich der kommunalen Straßenreinigung in die Finanzierungverantwortung der Hersteller „litteringaffiner“ Produkte einbezogen wird. Damit erkennt die Europäische Union an, dass bestimmte Geschäftsmodelle – wie die Produktion von Filterzigaretten oder der Verkauf von Lebensmitteln zum Unterwegs-Verzehr in Serviceverpackungen – in besonderer Weise den öffentlichen Raum mit Abfällen belasten und die Ressourcen der kommunalen Reinigungsdienste in Anspruch nehmen. Bemerkenswert ist dabei, dass die Richtlinie auch nicht danach unterscheidet, ob sich gegebenenfalls die Verbraucher selbst ordnungswidrig verhalten haben, indem sie die betreffenden Einwegkunststoffprodukte „gelittert“ haben. Zutreffend wertet die Richtlinie, dass auch bezüglich gelitterter Abfälle die Hersteller der entsprechenden Produkte als eigentliche Verursacher der Umweltverschmutzung zu betrachten sind und am ehesten dieses Umweltproblem lösen können.

Wie Prof. Dr. Walter Frenz (RWTH Aachen) in einem Rechtsgutachten im Auftrag des VKU herausgearbeitet hat, bilden die Hersteller von To-go-Einwegverpackungen und Zigaretten die zentrale Schaltstelle, um die von der EU-Kunststoffrichtlinie beabsichtigte Anreizwirkung für nachhaltige und nichttoxische wiederverwendbare Artikel zu entfalten und so das Abfallaufkommen zu verringern. Denn die Hersteller können das Entstehen von Abfällen von vornherein ausschließen bzw. zu besser abbaubaren Materialien wechseln.

Das für die EU-Umweltpolitik fundamentale Verursacherprinzip verlangt dabei die möglichst vollständige Internalisierung externer Kosten und damit auch die volle Überwälzung der öffentlichen Sammlungs-, Behandlungs- und Reinigungskosten für bestimmte Einwegverpackungen und Zigarettenkippen, um die Kostenwahrheit zu gewährleisten. Ziel ist auch insoweit eine Anreizwirkung zu umweltgerechterem Verhalten. Dieses wird vor allem über Gruppenverantwortlichkeiten verwirklicht, wie sie hier für die Hersteller von Einwegverpackungen und Zigaretten etabliert werden. Daher sind nicht die Verbraucher der richtige

Ansatzpunkt. Selbst ihr ordnungswidriges Verhalten verdrängt nicht die Herstellerverantwortung.

Schließlich liegt die mögliche Festlegung mehrjähriger fester Beiträge zwar im Pauschalierungsermessen der Mitgliedstaaten, dieses ist aber gebunden durch den Zweck der Verwaltungsvereinfachung und durch die notwendige Erreichung der Richtlinienziele. Ein Lenkungszuschlag kommt zur Sicherstellung effizienter Reinigungsdienste und zur Gewährleistung einer Verhaltensänderung entsprechend dem Verursacherprinzip in Betracht. Er kann etwa durch einen „Reinigungscent“ für Zigaretten erfolgen, um eine plakative Wirkung zu erzielen. Im Ergebnis stellt somit die EU-Kunststoffrichtlinie eine konsequente Fortentwicklung des europäischen Umweltrechts dar, indem der Hebel dort angesetzt wird, wo am ehesten Verbesserungen erreicht werden können: Bei den Herstellern derjenigen Produkte, die regelmäßig als Abfall im öffentlichen Raum anfallen und von den kommunalen Stadtreinigungsunternehmen beseitigt werden müssen. Produktspezifische Reinigungskosten sollen nicht



länger sozialisiert, sondern vielmehr in den Produktpreis internalisiert werden und auf diesem Wege Produkt- wie Verhaltensänderungen bewirken. Zudem ergibt sich die Chance, durch die Erschließung einer neuen Finanzierungsquelle die kommunalen Reinigungsleistungen auszubauen und auch auf diesem Weg die Umwelt von Kunststoffabfällen zu entlasten.

7.3 Der Umsetzungsprozess in Deutschland

Die Umsetzung der EU-Kunststoffrichtlinie in nationales Recht, die bis zum 3. Juli 2021 erfolgen muss, wird die deutsche Gesetzgebung intensiv fordern. Denn ein Merkmal der Richtlinie ist, dass sie „quer“ zu den bereits bestehenden Regelungen liegt. Denn zum einen werden sowohl Verpackungs- als auch Nichtverpackungsabfälle aus Kunststoff adressiert. Zum anderen muss sich der Bund nunmehr einer Materie annehmen, die bislang allein durch die Länder und Kommunen geregelt wurde, nämlich die Finanzierung kommunaler Reinigungsleistungen. Für den nationalen Umsetzungsprozess ist das eine große Herausforderung.

Zunächst geht es aber darum, eine Datenbasis für die rechtliche Umsetzung zu erarbeiten. Denn bislang war nicht bekannt, welche Kosten den kommunalen Stadtreinigungsbetrieben durch Einsammlung und Entsorgung bestimmter Einwegkunststoffprodukte im öffentlichen Raum überhaupt entstehen. Der VKU hat daher gemeinsam mit dem INFÄ-Institut aus Ahlen ein Verbundvorhaben aufgesetzt, in dem in zahlreichen, repräsentativ ausgewählten Kommunen in Deutschland die Zusammensetzung der Abfälle aus Straßenpapierkörben, Sinkkästen und Kehrmaschinen analysiert wird. Dabei wird produktscharf ermittelt, welche Anteile die von der Kunststoffrichtlinie umfassten Einwegprodukte an den einzelnen Erfassungssystemen ausmachen und welche Kosten ihnen im Ergebnis zuzurechnen sind. Auf diesem Weg können schließlich bundesweit gültige Durchschnittswerte gebildet werden, die zur Basis der von der Richtlinie vorgesehenen Erstattungspauschalen gemacht werden können. Auch die EU-Kommission wird Leitlinien für die Ermittlung von Reinigungskosten veröffentlichen.

Für die gesetzgeberische Umsetzung der Kunststoffrichtlinie hat der Bundesrat in einer EntschlieÙung vom 8. November 2019 (343/19) bereits klare Anforderungen formuliert. Danach wird die Bundesregierung aufgefordert, die Produktverantwortung der Inverkehrbringer von Einwegverpackungen für Speisen und Getränke zum AuÙer-Haus-Verzehr auf die Entsorgung dieser im öffentlichen Raum anfallenden Verpackungen auszuweiten und die gesetzlichen Regelungen dahingehend zu ändern, dass die öffentlich-rechtlichen Entsorgungsträger von den Systemen ein angemessenes Entgelt für die Sammlung von Serviceverpackungen aus dem öffentlichen Raum verlangen können. Denkbar ist

insoweit eine Erweiterung der in § 22 Abs. 9 VerpackG geregelten Nebentgelte auf die von der Kunststoffrichtlinie umfassten Aufwandspositionen. Ein solcher Ansatz wäre auch deshalb schlüssig, weil in § 22 Abs. 9 VerpackG bereits die kommunale Reinigung des Umfelds von Sammelcontainern insbesondere für Glasflaschen der Herstellerfinanzierung zugeordnet wird. Damit gibt es bereits im Verpackungsgesetz einen Mechanismus der Finanzierung von kommunalen Reinigungsleistungen durch die Systeme, auf den die Umsetzung der Kunststoffrichtlinie – jedenfalls bezüglich der Einwegkunststoffverpackungen – aufsetzen könnte.

Für die von der Richtlinie umfassten Nicht-Verpackungsabfälle – namentlich die Zigarettenkippen – wird in der aktuellen Novellierung des Kreislaufwirtschaftsgesetzes eine Verordnungsermächtigung vorgesehen. So umfasst nach § 23 Abs. 2 Nr. 10 KrWG-E die Produktverantwortung insbesondere auch die Beteiligung an den Kosten, die den öffentlich-rechtlichen Entsorgungsträgern und sonstigen juristischen Personen des öffentlichen Rechts für die Reinigung der Umwelt und die anschließende umweltverträgliche Verwertung und Beseitigung der nach Gebrauch der aus den von ihnen in Verkehr gebrachten Erzeugnissen entstandenen Abfälle entstehen. Das Thema „Vermüllung“ erhält darüber hinaus durch das neue Kreislaufwirtschaftsgesetz zukünftig insgesamt ein besonderes Gewicht, da es nicht nur im Abfallvermeidungsprogramm des Bundes berücksichtigt werden muss (s. § 33 Abs. 3 Nr. 2 k) und m) KrWG-E), sondern auch zum Gegenstand der kommunalen Abfallberatung werden soll (s. § 46 Abs. 3 KrWG-E).

Fazit und Ausblick

Das Thema Vermüllung und Littering genieÙt eine wachsende politische Aufmerksamkeit und wird nunmehr durch die Gesetzgebung sowohl auf europäischer als auch auf Bundesebene aufgegriffen. Ausgangspunkt ist hierbei die dramatisch steigende Verschmutzung der Meere mit Kunststoffabfällen, für die auch das Littering ein wichtiger Eintragspfad darstellt. Ein zentrales Instrument gegen diese Form der Umweltverschmutzung ist nach der neuen Kunststoffrichtlinie die Verpflichtung der Hersteller „litteringaffiner“ Einwegkunststoffprodukte – Zigarettenkippen, To-go-Becher – zur Finanzierung diesbezüglicher kommunaler Reinigungs- und Entsorgungsleistungen. Durch die so erreichte Kosteninternalisierung soll eine Lenkungswirkung in Richtung ökologischer Produktinnovationen und Mehrweglösungen erzielt werden. Für die kommunale Stadtreinigung ergibt sich daraus die Chance, zusätzliche Ressourcen für den eigenen Leistungsauftrag zu erhalten. Die Auskehrung der Mittel könnte dabei so organisiert werden, dass diese leistungsabhängig erfolgt, also zum Beispiel in Abhängigkeit von der Dichte öffentlicher Straßenpapierkörbe. Das Thema Littering durchzieht schließlich immer stärker abfallrechtliche Regelungen und muss künftig sowohl in den kommunalen Abfallwirtschaftskonzepten als auch in der Abfallberatung aufgegriffen werden. Abfallwirtschaft und Stadtreinigung wachsen so immer mehr zusammen und sollten daher auch ganzheitlich gesteuert werden!

08

ZUSAMMENFASSUNG

Die Dienstleister für Stadtsauberkeit in den Städten waren es bislang gewohnt, ausschließlich im kommunalen Kontext zu denken, da bislang Sauberkeit, Sicherheit und Service in der Stadt rein kommunale Aufgabe war. Diese müssen durch Kooperationen und runde Tische in der Stadt sinnvoll unterstützt werden. Durch die zunehmend stärkere Vernetzung und Globalisierung des öffentlichen Lebens am Beispiel der Auswirkungen des Reisens und des Konsums mobiler Gesellschaften auf die Stadtsauberkeit müssen die Verantwortlichen in den Städten mehr auf regionale, überregionale und internationale Einflüsse reagieren. Dies zeigen die Erfolge der internationalen und europäischen Sauberkeitsaktionen.

Wenn die Aufgaben und Anforderungen an die Straßenreinigung außergewöhnlich stark zunehmen, muss auch über zusätzliche Kapazitäten, zusätzliche Qualität der Reinigung und last but not least über die Finanzierung von zusätzlichen Reinigungsleistungen nachgedacht werden. Die Herstellerverantwortung für litteringaffine Produkte, wie in Kapitel 7 beschrieben, ist ein Lenkungsinstrument einerseits für die Generierung zusätzlicher finanzieller Mittel für die Reinigung und andererseits zur Erhöhung des Drucks für die innovative Entwicklung und Gestaltung nachhaltiger, ressourcenschonender Produkte und Verpackungen. Die Litteringbekämpfung als Teil der finanziellen Herstellerverantwortung unterstützt also mit zwei Einflussgrößen die Bemühungen zur Erhaltung sauberer und lebenswerter Städte und Gemeinden.

Die vorangegangenen Kapitel haben gezeigt: Die Möglichkeiten der Stadtreinigungsbetriebe und Kommunen hinsichtlich der Vermeidung von Littering sind vielfältig – gleichwohl verspricht keine präventive Maßnahme alleine 100-prozentigen Erfolg.

Es gibt also ein ganzes Bündel von Maßnahmen, von denen die wichtigsten in dieser Informationsschrift ohne Anspruch auf Vollständigkeit vorgestellt wurden. Einzelmaßnahmen können nicht den Erfolg erzielen, den eine Kombination von Maßnahmen zur Litteringvermeidung mit verschiedenen Ansatzpunkten und Zielgruppen erreichen kann. Dies haben Untersuchungen und die tägliche Praxiserfahrung im Vergleich unterschiedlicher Konzepte und Strategien zur Verringerung von Littering in verschiedenen Städten gezeigt.

Littering im öffentlichen Raum kann, über die Kosten der Reinigung hinaus, für die Kommune nachhaltig negative Folgen haben. Es lohnt also, Kampagnen für die Stadtsauberkeit, die Förderung bürgerschaftlichen Engagements und Kooperationen für die Pflege und Gestaltung des öffentlichen Raums zu organisieren. Auch überlegt positionierte und gut gestaltete neue Papierkörbe – ja, selbst die Präsenz von Ordnungsbehörden an Brennpunkten wirken nachhaltiger und unter Umständen auch wirtschaftlich sinnvoller als regelmäßige aufwendige Reinigungsaktionen bei einem schlechten Sauberkeitsimage der Kommune.

Wirksame Maßnahmen können nur entwickelt und umgesetzt werden, wenn Ursachen für Littering bekannt sind, das Verhalten

**Kampagnen ohne erhobenen
Zeigefinger rücken das Thema**

Littering

**in den Fokus der Öffentlichkeit.
Sie können das Verhalten der Nutzer
des öffentlichen Raums und das Image
der für die Reinigung Verantwortlichen
positiv beeinflussen.**

der Nutzer des öffentlichen Raums transparent analysiert und die Auslöser bzw. begünstigenden Umstände für Littering ermittelt wurden. Die im Heft beschriebenen Studien treffen Aussagen, die aktiv in verhaltenssteuernde Maßnahmen umgesetzt werden können.

Die Bereitschaft der Bürger, sich der Sauberkeit des öffentlichen Raums bewusster zuzuwenden, wird mit der Ernsthaftigkeit des Umganges mit diesen Themen durch den Betrieb und/oder die Verwaltung gefördert. Bürgernah und ergebnisorientiert handelnde Mitarbeiter wie die „Kümmerer“ oder „WasteWatcher“ in Hamburg, eine Stabsstelle der Verwaltung, welche die Zersplitterung von Zuständigkeiten koordiniert zusammenführt, oder auch internetbasierte Systeme, in denen jeder Bürger auf Missstände hinweisen kann – all das zusammen oder auch für sich allein sind ebenso Bausteine gegen Littering wie Maßnahmen der Umwelterziehung, die im Kindergarten- oder Grundschulalter ansetzen.

Kampagnen ohne erhobenen Zeigefinger rücken das Thema Littering in den Fokus der Öffentlichkeit. Sie können das Verhalten der Nutzer des öffentlichen Raums und das Image der für die Reinigung Verantwortlichen positiv beeinflussen.

Große Bedeutung für die Benutzung und Bewirtschaftung von Papierkörben im öffentlichen Raum haben Standortauswahl, Papierkorbgestaltung und -volumen sowie die technischen Merkmale der Behälter. In der Regel bedingen sich diese Faktoren gegenseitig. Es lohnt also, die Aufstellung, Produktbeschreibung und Bewirtschaftungskennziffern von Papierkörben ganzheitlich zu betrachten, um das am besten geeignete Produkt zu finden.

Das Bemühen, Littering und dessen Auswirkungen zu beherrschen, wird letztlich nur erfolgreich sein, wenn individuelles Verhalten von Menschen in vielen Lebensbereichen positiv beeinflusst werden kann.

› IMPRESSUM

Herausgeber	Verband kommunaler Unternehmen e.V. (VKU) Invalidenstraße 91, 10115 Berlin Fon: +49 30 58580-0, Fax: +49 30 58580-100 www.vku.de, info@vku.de
Gestaltung und Produktion	VKU Verlag GmbH, Berlin Invalidenstraße 91, 10115 Berlin Fon: +49 30 58580-850, Fax: +49 30 58580-6850 www.vku-verlag.de, info@vku-verlag.de
Bildnachweis	Stadtreinigung Hamburg (Titel), Abfallwirtschaft Mannheim (S. 9), Die Stadtreiniger Würzburg (S. 13), FES Frankfurt (S. 14), Berliner Stadtreinigung BSR (S. 17/S. 18), FES Frankfurt – ASR Chemnitz – Stadtreinigung Hamburg – Stadt München – Berliner Stadtreinigung – Die Stadtreiniger Würzburg – Entsorgungsbetrieb Mainz – SR Rostock – AWISTA Düsseldorf – Stadtreiniger Kassel – Abfallwirtschaft Mannheim (S. 20/S. 21 Papierkorbfotos gemäß Bilduntertitel), Weitere Mitgliedsbetriebe im Fachausschuss Stadtsauberkeit des VKU: Abfallwirtschaft Stuttgart – ESW Wiesbaden – AWB Köln – EBE Essen – EDG Dortmund – AWB Oldenburg – AWB Magdeburg (S. 22 Papierkorbfotos gemäß Nennung in der Deutschlandkarte), Schröter (S. 34)

Für ihre Unterstützung danken wir dem Fachausschussvorsitzenden Karsten Loth und seinem Vorgänger Günter Rademacher, der Projektgruppe „Littering“ und dem Fachausschuss Stadtsauberkeit, sowie den Autoren (Liste in der Reihenfolge ihrer Kapitelbeiträge):

Elke Prokopp
Christian Strohalp
Birgit Nimke-Sliwinski/Jana Becker
Günter Rademacher
Udo Meyer
Karsten Loth
Dr. Holger Thärichen
Dr. Achim Schröter

ISBN 978-3-87750-922-7

© VKU Verlag GmbH, März 2020



www.infa.de

Gemeinsam gestalten wir Zukunft

Unterstützen. Beraten. Gestalten.



Über 25 Jahre
Beratungserfahrung



Mehr als 40
Fachexperten



Mehr als 3000
durchgeführte Projekte



Über 400 zufriedene
Kunden

Kreislaufwirtschaft

Entsorgungslogistik

Stadtreinigung

Grünflächenunterhaltung

Baubetriebshöfe

Energie & Abwasser

Organisations- & Prozessanalysen

Benchmarking & Erfahrungsaustausche

Software & Digitalisierungsberatung

INFA-Akademie – Weiterbildung & Personalentwicklung

Gebührenberatung

Ausschreibungen

Aktuelles zum Thema Stadtsauberkeit / Littering



Stadtsauberkeitskonzepte
& Stadtbildpflege



Analysen zur Umsetzung
der EU-Kunststoffrichtlinie



Qualitätsmessungen zur
Sauberkeit & Unterhaltung
mit „INFA-DSQS“

www.vku.de

www.vku-verlag.de



ISBN 978-3-87750-922-7