

Auswertung der Werbeaktion „Biotonne“

Ausgangssituation:

Trotz langjähriger intensiver Öffentlichkeitsarbeit zur Bio-Tonne (z. B. Flyer, Abfallkalender, Internet, Teilnahme an Umweltveranstaltungen) besteht bei der Wuppertaler Bevölkerung insgesamt nur ein geringes Interesse an diesen Gefäßen. Der derzeitige Anschlussgrad von aufgestellten Bio-Tonnen im Verhältnis zu allen Haushaltungen liegt bei ca. 16%. In den letzten Jahren wurden durchschnittlich 680 neue Behälter pro Jahr aufgestellt. Viele Bürger wollen keine Bio-Tonne haben, da sie die Reduzierung ihres Restmüllvolumens scheuen.

Die AWG hat vor den Sommerferien eine Werbeaktion zur Neuaufrstellung der Bio-Abfallgefäße durchgeführt. Dabei wurde dem Bürger – zunächst auf Probe – eine Biotonne ohne zusätzliche Reduzierung des Restmüllvolumens angeboten.

Ablauf der Maßnahme:

Auswahl von Straßen in den Randbezirken Wuppertals, in denen vorrangig Einfamilienhäuser bzw. Mehrfamilienhäuser mit einer geringen Anzahl von Haushalten vorhanden sind.

Verteilung eines Anschreibens an die Haushalte der ausgewählten Bezirke durch Mitarbeiter der Maßnahme „Arbeitsgelegenheiten“. Besuch eines Beraters nach Versand dieses Anschreibens vor Ort, um den Anwohnern sachgerecht die entsprechenden Fragen zur Biotonne zu beantworten. Dabei wurden 15 Schüler und Studenten angeworben, die über zwei Monate verteilt jeweils 50 Stunden pro Monat zur Verfügung standen. Als Aufwandsentschädigung wurden monatlich 400,00 Euro pro Mitarbeiter angeboten. Hinzu kam noch ein Mitarbeiter der AWG, der beratend vor Ort zur Seite stand.

Die Berater wurden mit einem Berechtigungsschreiben der AWG sowie mit Info-Material, Antragsformularen und – soweit nicht vorhanden – mit VRR-Tickets ausgestattet.

Für die Hausbesuche waren 8 Gruppen mit je zwei Beratern (einschließlich des AWG-Mitarbeiters) vorgesehen. Diese sollten in der Zeit von 16.00 bis 20.00 Uhr bzw. an Samstagen bei den Bürgern vorstellig werden.

Die Anfertigung von Tourenplänen zur gezielten Auswertung der Anschreiben erfolgte unter Berücksichtigung der vorhandenen Tourenpläne zur bisherigen Biotonnen-Leerung. Nach diesen Plänen haben dann auch die Berater die jeweiligen Haushalte besucht.

Durchführungszeitraum waren die Monate Mai und Juni 2007.

Folgende Bezirke wurden ausgewählt:

- Wuppertal Ost:
Unterbarmen, Kothen, Heidt, Toelleturm, Ronsdorf, Lichtscheid, Beyenburg
- Wuppertal West:
Katernberg, Hahnerberg, Briller Viertel, Zoo

Ergebnis:

Durchweg kann man diese Werbeaktion als vollen Erfolg bezeichnen. Es wurden bis jetzt 541 Bio-Gefäße bestellt und verteilt. Dies bedeutet eine Steigerung der Biotonnen um 6%.

Teilweise kam direkt nach der Verteilung des Anschreibens eine telefonische Bestellung (ca. 46%). Auch die Berater waren mit ihren Aufträgen erfolgreich (ca. 54%). Während im Bereich Wuppertal Ost die Berater im Vergleich zur Direktbestellung erfolgreicher waren, verlief das Ergebnis im Bezirk Wuppertal West gegensätzlich. Hier bestellten die Bürger direkt ein Bio-Gefäß. Nähere Angaben sind aus dem Anhang „Statistik“ zu erkennen.

Grundsätzlich kann man feststellen, dass in allen Ein- und Zweifamilienhäusern größere Bereitschaft besteht, ein Bio-Gefäß zu bestellen. Bei mehr als 4 Wohneinheiten ist es nicht mehr praktikabel, Bio-Tonnen anzubieten.

Konkrete Ablehnungsgründe der Bürger sind u.a.:

- Innerhalb der Hausgemeinschaft kann keine Einigung / Zustimmung zur Aufstellung einer Biotonne erzielt werden.
- Viele Bürger finden die Biotonne zwar gut, glauben aber nicht an ein sachgerechtes Trennen der übrigen Hausbewohner.

Im Schnitt waren ca. 25% nicht erreichbar. Hier wurde von den Beratern teilweise mehrfach vergeblich versucht, die Anwohner zu besuchen.

Ebenfalls waren ca. 25% strikt gegen eine Bereitstellung eines Bio-Gefäßes. Hier wurden unter anderem folgende Hinderungsgründe genannt:

- Grünschnitt wird zum R-Hof gebracht
- Kein Platz bzw. Ablehnung mit der Begründung, die Mitbewohner würden nicht sachgerecht trennen.
- In einigen Stadtteilen (z. B. Zooviertel) war auffällig, dass die von der AWG durchgeführte Aktion oftmals als lästig empfunden wurde und deshalb eine generelle Ablehnung bestand, ohne dass die Berater ein sachliches Gespräch führen konnten.

Vergeblich war auch die Bewerbung in Häusern mit mehr als vier Wohneinheiten, bei Praxen oder Gewerbeobjekten. Das waren immerhin auch ca. 20%.

10% führen auf ihrem Grundstück eine Eigenkompostierung durch.

Letztendlich haben sich ca. 5% der Besuchten noch nicht zur Bestellung einer Biotonne entschließen können bzw. wollen es sich zu einem späteren Zeitpunkt überlegen.

Soll diese Aktion weiter geführt werden?

Insgesamt ist die Aktion positiv zu bewerten (541 neu aufgestellte Bio-Gefäße innerhalb von 2 Monaten). Aufgrund des positiven Rückflusses durch das Anschreiben sollte dieses zukünftig mehr Information zur Biotonne enthalten. Zudem sollte ein direkter Ansprechpartner der AWG im Anschreiben benannt sein. Dieser Mitarbeiter kann schon im Vorfeld bestehende Fragen telefonisch klären und ggf. einen Termin mit einem Berater bei den Bürgern vereinbaren. Daher sind nur noch 2 bis 3 Hilfskräfte erforderlich. Die Anschreiben sollten mit der Post zugestellt werden oder durch Mitarbeiter der Maßnahme „Arbeitsgelegenheiten“ verteilt werden. Es muss jedoch eine Selektierung bei der Verteilung der Anschreiben erfolgen. Aufgrund der durch die Aktion gewonnenen Erfahrungen sollten z. B. Häuser mit mehr als 4 Wohneinheiten nicht mehr angeschrieben werden.

Eine pressemäßige Begleitung der Aktion wäre wünschenswert, damit die Bürger schon vorab informiert sind und die zu versendenden Anschreiben mit mehr Aufmerksamkeit registriert werden.

Unter Kostengesichtspunkten sind eine Bevorratung an neuen Bio-Behältern und ggf. eine Auslastung der bisherigen Bio-Sammelfahrzeugen zu beachten.