



Littering isch
Mischt



Schlussbericht Peopletalk Reinach

Inhaltsverzeichnis

1.	Ausgangslage / Auftrag	S. 2
2.	Was PEOPLETALK ist	S. 3
3.	Ziele Reinach / Vorgehen	S. 3
	3.1 Situationsanalyse in Reinach	S. 4
4.	Was ist Littering	S. 5
5.	Lösungsansätze	S. 5
6.	Interventionsebenen	S. 6
	6.1 Bevölkerung	S. 6
	6.1.1 Bevölkerung: Information	S. 6
	6.1.2 Bevölkerung: Anreiz	S. 6
	6.1.3 Bevölkerung: Auflagen	S. 6
	6.2 Schulen	S. 7
	6.2.1 Schule: Information	S. 7
	6.2.2 Schule: Anreiz	S. 7
	6.2.3 Schule: Auflagen	S. 7
	6.3 Behörden, Werkhof	S. 7
	6.3.1 Behörden, Werkhof: Information	S. 7
	6.3.2 Behörden, Werkhof: Anreiz	S. 8
	6.3.3 Behörden, Werkhof: Auflagen	S. 8
	6.4 Verkaufsstellen Food Grossisten	S. 8
	6.4.1 Verkaufsstellen Food Grossisten: Information	S. 8
	6.4.2 Verkaufsstellen Food Grossisten: Anreiz	S. 8
	6.4.3 Verkaufsstellen Food Grossisten: Auflagen	S. 9
	6.5 Öffentlicher Raum / Hotspot	S. 9
	6.5.1 Öffentlicher Raum / Hotspot: Information	S. 9
	6.5.2 Öffentlicher Raum / Hotspot: Anreiz	S. 9
	6.5.3 Öffentlicher Raum / Hotspot: Auflagen	S. 9
	6.6 Gewerbe / Industrie / Produktion	S. 10
	6.6.1 Gewerbe / Industrie / Produktion: Information	S. 10
	6.7 ÖV / BLT	S. 10
	6.7.1 ÖV / BLT: Information	S. 10
	6.7.2 ÖV / BLT: Anreiz	S. 10
	6.7.3 ÖV / BLT: Auflagen	S. 10
	6.8 Veranstaltungen / Events	S. 11
	6.8.1 Veranstaltungen / Events: Information	S. 11
	6.9 Jugend	S. 11
	6.9.1 Jugend: Information	S. 11
	6.9.2 Jugend: Anreiz	S. 11
	6.9.3 Jugend: Auflagen	S. 11
7.	Nachhaltigkeit	S. 12
8.	Ausblick	S. 12
9.	Literaturverzeichnis	S. 13
10.	Anhang	S. 14
	10.1 Tabelle Interventionsebenen	S. 14
	10.2 Tabelle Massnahmenkatalog	S. 15

1. Ausgangslage / Auftrag

Als eine der bevölkerungsreichsten Gemeinde im Kanton Basel-Landschaft mit beinahe 20'000 Einwohnern und Einwohnerinnen ist Reinach auch als Stadt vor der Stadt bekannt. Wie die Stadt Basel, hat auch Reinach mit ähnlichen Themen zu tun, wie diese heute in den meisten Städten auftreten. Grosse Aktualität hat für die Gemeinde das Thema Littering. Zigarettenstummel bei den Tramhaltestellen, verschmutzte Rasenflächen und öffentliche Plätze, welche trotz regelmässiger Reinigung immer wieder übersät sind mit Weggeworfenem, sind leider alltäglich geworden. Auf Grund dieser Ausgangslage hat die Gemeinde, insbesondere der Bereich Umwelt und Energie, beschlossen, ein Sensibilisierungsprojekt zum Thema zu lancieren und umzusetzen.

Unter Einbezug der Bevölkerung und gemeinsam mit den für dieses Thema relevanten Schlüsselpersonen realisierte PEOPLETALK ein Gemeinwesenprojekt mit einer Filmproduktion und einem Lösungsprozess zum Thema Littering.

PEOPLETALK liess bei der Planung und Umsetzung viel Platz für Inputs aus verschiedenen Instanzen. Die Beteiligung von Delegierten aus Werkhof, Polizei, Schule, Jugendarbeit, Verwaltung, Politik und dem angesprochenen Fachbereich Umwelt und Energie wurde zwecks guter Verankerung des Projektes zur Bedingung gemacht. Da Littering bereits im Vorfeld der Projektrealisierung nicht als ein reines Jugendphänomen eingeschätzt wurde, zielte das Projekt PEOPLETALK auch nicht explizit auf Jugendliche ab. Jugendliche arbeiteten aber inhaltlich am Projekt mit und halfen, das Thema ganzheitlich zu erfassen.

Ziel des Projektes ist es, die Bevölkerung für das Thema Littering zu sensibilisieren. Mit zahlreichen Videointerviews sollen Personen aus der Verwaltung und den Schulen sowie Passanten, Jugendlichen, Betroffenen usw. aus der Reinacher Bevölkerung eine Stimme für die lokale Filmproduktion verliehen werden. Mittels Filmproduktion, Plakataktion und der Projektwebsite mit Forum kann das Thema visualisiert werden. Nicht zuletzt macht die Aufforderung zur Interaktion Betroffene zu Beteiligten und lässt Lösungsansätze aus allen Richtungen zu. Am Ende des Projektes sollen die verschiedenen Lösungsansätze zur Bekämpfung des Litterings in einem von PEOPLETALK verfassten Bericht dem Gemeinderat unterbreitet werden.

In der Steuergruppe nahmen neben dem Produktionsleiter Roy Buschbaum und dem Prozessleiter Georgio Wiss (beide Verein PEOPLETALK) folgende Personen Einsitz:

<i>Franz Hartmann,</i>	Gemeinderat Ressort Umwelt + Energie	Bis August 2012
<i>Silvio Tondi,</i>	Gemeinderat, Ressort Umwelt + Energie	Ab September 2012
<i>Evelyn Lenzin,</i>	Projektleiterin Umwelt + Energie	
<i>Annemarie Spinnler,</i>	Amt für Umweltschutz und Energie BL	
<i>Claudia Strehl,</i>	Rektorin Bildungszentrum KvBL Reinach	
<i>Barbara Hauser</i>	Leiterin Kommunikation	
<i>Michael à Wengen</i>	Schulleiter Sekundarschule Reinach	
<i>Franz Brodmann</i>	Polizei Reinach und Interventionsstelle Jugend	
<i>Werner Saladin</i>	Leiter Werkhof Strassen	Bis Mai 2012
<i>Toni Borer</i>	Leiter Wegmacher, Werkhof Strassen	Bis August 2012
<i>Henrik Haerden</i>	Leiter Werkhof Strassen	Ab August 2012
<i>Andreas Lauener</i>	Jugendarbeiter Jugendhaus Palais noir	

2. Was PEOPLETALK ist

PEOPLETALK bringt Menschen ins Gespräch und löst einen Prozess zu einem Brennpunktthema in der Einwohnergemeinde aus (z.B. Besetzung von Sozialräumen, Integration/Migration, Gewalt, **Littering**, Lärm, Vandalismus, Generationenkonflikte).

PEOPLETALK nutzt vorhandene Ressourcen der Einwohnergemeinde und macht die verschiedenen Bevölkerungsgruppen bei der Erarbeitung von Lösungsansätzen zu Partnern (Partizipation / Ressourcenorientierung).

PEOPLETALK unterstützt die Einwohnergemeinde bei der Umsetzung von nachhaltigen Lösungsmassnahmen (Empowerment).

Der Verein PEOPLETALK verfolgt 3 Ziele:

Politische Bildung

PEOPLETALK bearbeitet unter Einbezug der Bevölkerung Brennpunktthemen, sensibilisiert die Bevölkerung im Umgang mit den Anliegen von Minderheiten und zeigt Lösungsansätze in der Bearbeitung von komplexen Situationen auf. PEOPLETALK nimmt die Anliegen und Ideen der Bevölkerung auf, setzt demokratische Prozesse in Gang und initiiert partizipative Lösungsprozesse.

Dialogförderung im Gemeinwesen

PEOPLETALK fördert den Dialog in und unter den Generationen und den verschiedenen Kulturen in einer Gemeinde.

Informelle Bildung

PEOPLETALK bringt Personen zusammen, begünstigt soziales Lernen und bildet die Teilnehmenden im Umgang mit Neuen Medien.

3. Ziele Reinach / Vorgehen

In zwei Vorgesprächen haben die Gemeindevertretungen von Reinach und die Vertreter von PEOPLETALK gemeinsam Ziele ausgearbeitet. Der Anspruch war, dass diese Ziele überprüfbar sein müssen und für die Steuergruppe als Leitlinien dienen können. Die vereinbarten Ziele wurden mittels Kontrakts für verbindlich erklärt. Wie genau die benannten Ziele erreicht werden, soll mit diesem Projekt unter Einbezug der Bevölkerung erarbeitet und festgelegt werden. Gegen Ende des Projektes sollte mittels Abschlussbericht und den darin enthaltenen Empfehlungen aufgezeigt werden, mit welchen Leistungen die vereinbarten Ziele auch nachhaltig gesichert werden können.

Die Ziele für das Projekt in Reinach sind:

Ziel 1: Die Bevölkerung wird zum Thema Littering und Umweltbewusstsein sensibilisiert.

Durch den Miteinbezug von verschiedenen Bevölkerungsgruppen, d.h. auch generationenübergreifend, konnte mit der Projektanlage von Peopletalk, mittels der verschiedenen methodischen Umsetzungen, eine breite Diskussion ausgelöst werden.

Dazu waren die Filmcrews über mehrere Wochen immer wieder in der Gemeinde präsent und haben mit ihren Interviews auch an neuralgischen Standorten zu Auseinandersetzungen und Diskussionen Anlass gegeben. Die Projektumsetzung führte zudem zu verschiedenen Presseberichten und Sendungen im Gemeinde-TV, Regionalradio und in den Printmedien. Durch die Projektdynamik von Peopletalk lancierte das Bildungszentrum kvBL ein Projekt zum Thema Littering und hat für die teilnehmenden Lernenden sicher zur weiteren Sensibilisierung beigetragen. Auch die stark engagierte Musikschule, welche mit drei selbstkomponierten Liedern eine grosse Zahl von Jugendlichen, Aktive wie Zuhörende, erreicht hat, konnte mit den kritischen und kreativen Texten zu einem bewussteren Umgang beitragen.

Ziel 2: Das Projekt ist ein Beitrag zur Lösungsfindung und zur Wertschätzung von Mensch und Umwelt.

Die stete Themenpräsenz in der Öffentlichkeit, die Plakataktion mit Portraits und Aussagen von Jugendlichen sowie die ersten Lösungsansätze in den Sitzungen der Steuergruppe haben zu einer Ideenflut geführt. Diese war identitätsstiftend und motivierend, da Selbstverständnis und Selbstwirksamkeit im eigenen Handeln auch für die Mitglieder der Steuergruppe spürbar wurden.

Die Hinweise und Lösungsvorschläge im Film, aber auch die Live-Auftritte der jungen Musiker und Musikerinnen, haben nach Aussagen einiger der ca. 260 BesucherInnen der Filmpremiere eine gewisse Betroffenheit ausgelöst.

Die Internetseite „www.reinach.peopletalk.ch“ wurde z.B. allein im März 2013 mit über 3500 Zugriffen rege besucht. Das auf der Internetseite aufgeschaltete Web-Forum wurde von der Bevölkerung und insbesondere durch die Anregung der Schulen, von Schülern und Schülerinnen aktiv genutzt. Die Ideen und Aussagen in diesem Forum zeigten ein grosses Interesse am Thema. Dabei haben Jugendliche sich mit Lösungsvorschlägen und differenzierten Meinungen besonders hervorgetan.

Ziel 3: Das Projekt baut den Dialog zwischen den Jugendlichen, der Bevölkerung und den Behörden auf.

Der gesamte Projektverlauf diente diesem Ziel. Mit seinen modulartigen Teilprojekten wie Website, Infoveranstaltung, Plakataktion, Filmproduktion und dem Bericht mit den Lösungsvorschlägen wurde immer auf Dialog und Austausch geachtet. Durch die prozesshafte Planung der Lösungsvorschläge in der Steuergruppe konnten verschiedene Interventionsebenen herausgearbeitet werden. Aus Sicht der Steuergruppe beinhalten diese alle relevanten Bereiche im öffentlichen Leben und in der Bevölkerung.

Ziel 4: Die Lösungsvorschläge aus dem Schlussbericht sind terminlich und finanziell sinnvoll realisierbar.

Die in der Steuergruppe herausgearbeiteten Lösungsvorschläge haben verschiedene Zeithorizonte oder sind in ihrer Anlage als wiederkehrende Aktionen gedacht. Nicht alle haben eine finanzielle Dimension.

Ziel 5: Das Projekt fördert die politische Bildung, den Dialog zwischen verschiedenen Bevölkerungsschichten und schafft ausserschulische Lernfelder für die Jugendlichen.

Wie schon im dritten Ziel erwähnt, wurde die gesamte Projektanlage auf Partizipation und Austausch ausgerichtet. Das grosse Engagement der Jugendlichen in den Workshops der Filmproduktion und in den Bereichen Plakataktion, Musik und Kommunikation (Webforum) zeigte sich nur schon durch die grosse Anzahl von Beteiligten. Im Film beispielsweise kamen ca. 150 verschiedene Personen zu Wort oder sie haben sich mit einer Aktion in Szene gesetzt. Mehr als 70 Jugendliche haben sich in einer Form beteiligt und zum Erfolg dieses Projektes beigetragen.

3.1 Situationsanalyse in Reinach

Neben den strategischen Zielen und dem Projektnamen analysierte die Steuergruppe gemeinsam mit PEOPLETALK an der ersten Sitzung auch die Situation vor Ort. Die wichtigsten "Hotspots" wurden von Franz Brodmann auf einer Karte aufgezeichnet. Besonders anfällig für Littering sind insbesondere Grillplätze und Naherholungsanlagen. Im weiteren gehören Tankstellenshops und Tramhaltestellen, vor allem auch die Haltestelle „Lochacker“ dazu. Auch stark frequentierte Fuss-

wege, wie die Schulwege oder Unterführungen, sind spezielle Problembereiche. Daneben treten Litteringprobleme bei grösseren Veranstaltungen wie Kulturevents oder auch Jugendveranstaltungen auf. Dank diesen Informationen wurde es möglich, die angestrebten Interventionsebenen zu benennen, die relevanten Fragen zu formulieren und mittels gefilmten Interviews die richtigen Personen zu befragen.

4. Was ist Littering

Littering - das Liegenlassen und Wegwerfen von Unterwegsabfall im öffentlichen Raum - ist zu einem festen und stetigen Bestandteil unserer Gesellschaft geworden. Jährlich verursacht die öffentliche Abfallentsorgung in der Gemeinde Reinach Kosten in der Höhe von Fr. 50'000. Schweizweit sind es Kosten von ca. Fr. 200 Mio. pro Jahr. Dies sorgt bei vielen Bürgern und Bürgerinnen für Ärger und Verständnislosigkeit. Beinahe alle Befragten, oder die im Film interviewten Personen finden Littering persönlich störend, obschon viele zugeben, auch schon gelittert zu haben. Littering gilt als eines der dringendsten und komplexesten Probleme im öffentlichen Raum. Verantwortlich dafür sind verschiedene Entwicklungen wie etwa die Zunahme von Mobilität und der Unterwegskonsum. Plätze, Parks oder Tunnels und Unterführungen, wie sie auch in Reinach bestehen, sind für viele meist jugendliche Nutzer und Nutzerinnen zum zweiten Wohnzimmer geworden - man spricht von einer „Mediterranisierung“ des öffentlichen Raums. Littering ist kein reines Abfallproblem, denn die Entsorgungsmöglichkeiten im öffentlichen Raum sind in der Regel genügend. In der Gemeinde Reinach gibt es 260 Abfallkübel. Es ist vor allem ein gesellschaftliches Problem und nicht ein reines Jugendthema, dass der Abfall nicht dort entsorgt wird, wo er hingehört. Littering ist bloss das sichtbarste Produkt der Probleme im öffentlichen Raum, die von Nutzungskonflikten, Ruhestörung und Vandalismus bis hin zu Unsicherheitsempfinden und Verkehrssicherheitsproblemen reichen. Littering steht mit diesen Problemen je nach Standort in unterschiedlicher Wechselwirkung. Es ist deshalb eine ganzheitliche Sicht gefragt, um das Problem effektiv und nachhaltig angehen zu können.

„ aus Handbuch Littering Berger, Staub und Heeb (2008)“

Eine ständige Sensibilisierung seitens der Verursacher (Take-Aways, Einkaufszentren, Tankstellenshops usw.) sowie eine immer wiederkehrende Präsenz von Informationen, können einen Bewusstseinsprozess einläuten und auch wach halten. Auf ihre Motivation bezüglich Littering befragt, bestätigten einige der im Anti-Littering-Film befragten Personen, dass sie zu faul waren aufzustehen, oder den Abfalleimer nicht getroffen hätten. Bei den Fragen nach den Verrottungszeiten verschiedener weggeworfener Produkte manifestierte sich fehlendes Wissen. Dies zeigte, dass weder in der Familie noch in der Schule eine ausreichende Sensibilisierung erreicht worden ist. Mit den ab Kapitel 6 folgenden Vorschlägen und Empfehlungen nahm sich die Steuergruppe des Projektes „Littering isch Mischt“ dieser Aufgabe an.

5. Lösungsansätze

Die von der Steuergruppe schon definierten Interventionsebenen (siehe auch 3.1 Situationsanalyse) haben sich inhaltlich mit Lösungsansätzen und Ideen gefüllt. In mehreren Sitzungen der Steuergruppe wurden Lösungsansätze besprochen und schriftlich festgehalten. Auch das aufgeschaltete Web-Forum www.reinach.peopletalk.ch hat viele Ideen und Lösungsvorschläge hervorgebracht. Nicht zuletzt auch die im Film genannten Ideen konnten von den Mitgliedern der Steuergruppe den Interventionsebenen zugeteilt werden. Die genannten Ideen, Lösungsvorschläge und Massnahmen sind zwecks leichter Verständlichkeit in drei Handlungsbereiche „Beratung, Information und Sensibilisierung“ sowie „Anreiz“ und „Regelwerk, Auflagen“ eingeteilt. Damit soll gewährleistet werden, dass die Massnahmen für die einzelnen Interventionsebenen umfassend aufgezeigt und einer gewissen Logik zugeordnet werden können.

Die im Anhang aufgeführte Tabelle diente der Steuergruppe als Maske, welche mit Inhalten gefüllt wurde. Diese verschafft einen Überblick über mögliche Massnahmen, ist aber nicht abschliessend und wurde laufend ergänzt.

6. Interventionsebenen

6.1 Bevölkerung

In erster Linie tragen geänderte Konsumgewohnheiten, so genannte „fliegende Verpflegung“ oder „Unterwegskonsum“ und ein generell nachlässigerer Umgang mit öffentlichem Eigentum dazu bei, dass das Littering überhandnimmt und das Ortsbild negativ beeinflusst.

Mit Kommunikations- und Informationsinstrumenten lassen sich viele Personen erreichen. Mit immer wiederkehrender Beratung und Sensibilisierung bleibt das Thema auf der Agenda.

Durch derartige, auf Freiwilligkeit und Betroffenheit aufbauende Aktionen, lassen sich markante Effekte in Umwelt und Gesellschaft erzielen.

6.1.1 Bevölkerung: Information

Eine Aktion zum Thema Verwesungszeiten, mittels Plakaten oder gar einem Wettbewerb, kann das Wissen bei den Einwohnern und Einwohnerinnen vergrössern und somit ihr Bewusstsein und Verantwortungsgefühl schärfen. In sinnvollen Abständen sollen Infos und Erfolge kommuniziert werden.

Um der Bevölkerung das Thema näherzubringen, könnte, in einem begrenzten Gebiet im Zentrum, über eine gewisse Zeit (2-3 Wochen) kein Abfall entsorgt werden. So kann nebst einer Sensibilisierung auch die Arbeit der Werkhofmitarbeiter sichtbar gemacht werden. Diese Aktion müsste mit breiter Information angekündigt und begleitet werden.

Obschon davon ausgegangen werden kann, dass die ausländische Wohnbevölkerung nicht öfter littert als Schweizer und Schweizerinnen, ist eine proaktive Informationspolitik zu diesem vielschichtigen Thema sicher von Vorteil. Zum einen kann dies durch Abgabe von mehrsprachig abgefassten Merkblättern zum Thema Abfallentsorgung und Abfalltrennung erreicht werden, zum anderen könnte in Deutschsprachkursen das Thema Abfalltrennung und Abfallentsorgung thematisiert werden. Diese Information kann auch einen integrativen Charakter haben.

6.1.2 Bevölkerung: Anreiz

Für die Öffentlichkeitsarbeit braucht es altersadäquate Informationskanäle, welche über die regelmässig kommunizierten Beiträge in den Lokalmedien hinausgehen. Im Wochenblatt oder auf der Gemeindehomepage soll auf schon Vorhandenes aufmerksam gemacht werden. Hier ist zum Beispiel der regionale Frischmarkt zu erwähnen (Frisch, aus der Region und ohne Verpackung!).

6.1.3 Bevölkerung: Auflagen

Eine aktive Informationspolitik bezüglich Auflagen und Bussen bei illegaler Abfallentsorgung kann präventiven Charakter haben und möglicherweise illegale Entsorgung etwas eindämmen.

Einen Preis für Zivilcourage beim Thema Littering einführen: Engagierte Bürger und Bürgerinnen von Reinach könnten geehrt werden, wenn sie sich aktiv gegen Littering einsetzen.

Fachpersonen aus öffentlichen Bereichen (Jugendarbeit, Polizei, Pädagogik, Politik usw.) sollen zum Thema Zivilcourage geschult und weitergebildet werden.

6.2 Schulen

Schulen sind durch ihren pädagogischen Auftrag geeignet, Umweltbildung und Wissen über korrekte Abfallentsorgung zu vermitteln. Ein Vorteil besteht darin, dass über den Unterricht alle Schichten und Kulturen erreicht werden können. Die Kinder und Jugendlichen können als Multiplikatoren ihr Wissen in die Familien tragen und so zur Sensibilisierung beitragen. Die Mitverantwortung der Schüler und Schülerinnen wird durch Aktivitäten, Exkursionen und Projekte gefördert und gestärkt.

6.2.1 Schulen: Information

Die Sekundarstufe könnte Exkursionen durchführen (einen Werkhof, eine Kehrichtverbrennungsanlage oder eine Recyclingfirma besuchen).

Der Litteringfilm der Gemeinde Reinach „Littering isch Mischt“ kann im Rahmen von Abfallunterricht gezeigt werden.

Abfalltrennung in den Schulhäusern und die Verwendung von 100%-Recyclingpapier sind eine Selbstverständlichkeit.

6.2.2 Schulen: Anreiz

Es finden jährlich stufengerechte Sensibilisierungsaktionen statt. Der Clean up Day wird in allen Schulhäusern institutionalisiert. Danach könnte das sauberste Schulhaus in Reinach prämiert werden.

6.2.3 Schulen: Auflagen

Am Monatsmarkt wird von Schülerinnen und Schülern ein Infostand betrieben, an welchem zu den Themen Littering und Abfall Informationen aufliegen und Tipps eingeholt werden können.

6.3 Behörden, Werkhof

Die Behörden und die Verwaltung haben eine nicht zu unterschätzende Vorbildfunktion. Der Eingangsbereich, die Schalterbereiche und die Umgebung der Verwaltungsgebäude sind eine Visitenkarte der Gemeinde und haben Signalwirkung für die Bevölkerung. Mit gutem Beispiel vorangehen hat intern wie extern Auswirkungen und fördert ein nachhaltiges Bewusstsein bezüglich Abfallverursachung und Ressourcenschonung. Dies gilt im Besonderen für den Werkhof, da dieser als Kompetenzträger des Themas in der Bevölkerung gilt.

6.3.1 Behörden, Werkhof: Information

Die Strassenreinigung wird über einen vorkommunizierten Zeitraum eingeschränkt. In einem deklarierten Gebiet werden die öffentlichen Abfallkübel nicht geleert.

Der Werkhof veranstaltet zwecks Imagepflege in regelmässigen Abständen einen „Tag der offenen Tür“.

6.3.2 Behörden, Werkhof: Anreiz

Geeignete Werkhofangestellte führen als kompetente und fachlich versierte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Diskussionsrunden und Weiterbildungen mit Bevölkerung und Behörden durch.

Unterflurkübel (grosse in den Boden eingelassene Abfallbehältnisse) werden an neuralgischen Punkten, etwa bei Hauptstrasse Zentrum/Spielplatz etc. installiert.

Der Werkhof kann Ferienjobs anbieten, so können Schüler und Schülerinnen, nebst einem kleinen Einkommen, auch zum Thema Abfall sensibilisiert werden.

6.3.3 Behörden, Werkhof: Auflagen

Eine Abfallsäule aus Plexiglas oder Drahtgitter vor dem Verwaltungsgebäude zeigt der Bevölkerung auf, wie viel Abfall in einer oder zwei Wochen zusammen gekommen ist. Mittels Plakataktionen, Videoclips und entsprechenden Werbemitteln vor Verkaufsstellen werden die Konsumenten und Konsumentinnen auf das Thema Littering hingewiesen.

6.4 Verkaufsstellen Food, Grossisten

Nach einer Studie der Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS) entfallen ca. 30% des öffentlich liegen gelassenen Abfalls auf Mitglieder der IG selber (Charles Vögele, Coop, Migros, Denner, Manor und Valora). Weitere knapp dreissig Prozent kommen von Take-Away-Betrieben. Mehr als die Hälfte des anfallenden Abfalls wird also durch die Unterwegsverpflegung verursacht. Es ist deshalb wichtig, die Läden als Kooperationspartner zu gewinnen und zu betonen, dass eine saubere Tiefgarage oder ein reiner Vorplatz durchaus werbewirksam eingesetzt werden können. Es gilt mit Diplomatie und auf Basis von freiwilligem Engagement die Verkaufsstellen einzubinden.

6.4.1 Verkaufsstellen Food, Grossisten: Information

Bei den Verkaufsstellen eine Umfrage durchführen, um zu erfahren, wer in Reinach schon etwas macht. Die Resultate können zusammengefasst und als „Best Practice“ den Läden wieder zur Verfügung gestellt werden. Schulungen auf freiwilliger Basis zum Thema anbieten.

6.4.2 Verkaufsstellen Food, Grossisten: Anreiz

Für Fastfood-Verkaufsstellen einen „Runden Tisch“ anbieten. Der Austausch untereinander ermöglicht Hilfe zur Selbsthilfe, indem Informationen und fortschrittliche oder modellhafte Betriebe ihr Wissen weitergeben können. Die Gemeinde prämiert vorbildliches Handeln und berichtet darüber.

Schulungen durch Profis anbieten und damit den möglichen Gewinn aufzeigen.

6.4.3 Verkaufsstellen Food, Grossisten: Auflagen

In den Baugesuchen von Verkaufsstellen (auch Tankstellenshops, Take-Aways etc.) müssen die Auflagen bezüglich Abfallentsorgung und Beitrag gegen Littering enthalten sein. Die Umsetzung dieser Auflagen wird durch die Gemeindeverwaltung kontrolliert.

6.5 Öffentlicher Raum / Hotspots

Aus dem Handbuch Littering von Berger, Staub und Heeb (2008)
„Littering ist eine Form der „tragedy of the commons“, der Tragödie des Gemeindeguts. Denn das Liegenlassen des eigenen Abfalls hat für den Einzelnen nur Vorteile, das lästige Zusammensammeln oder Herumtragen fällt weg und man begegnet dem zurückgelassenen Abfall nicht mehr“. Die Nachteile hingegen trägt die Gesellschaft, die sich über die Verschmutzung ärgert und die erhöhten Reinigungskosten zu tragen hat. Der Schaden wird auf die Allgemeinheit abgewälzt. Wer seine Abfälle hingegen korrekt entsorgt, verliert. Denn, dieser trägt dafür den Aufwand, ohne dass dies eine spürbare Auswirkung auf die allgemeine Litteringsituation hat. Der öffentliche Effekt des eigenen korrekten Verhaltens ist zu geringfügig und bleibt unsichtbar. Dem gilt es entgegenzuwirken und wo möglich bewusstes und vorbildliches Verhalten sichtbar zu machen.

6.5.1 Öffentlicher Raum / Hotspots: Information

Kübelkapazität an Hotspots überprüfen – ein Konzept dazu erstellen und wo nötig, die adäquaten Massnahmen ergreifen.

Abfälle auf dem Boden mit Kreide umkreisen und so bewusst machen. Dies kann als Projekt oder als Aktion (Abteilungsausflug) durchgeführt werden.

Aktion zum Thema „Zigis sind auch Abfall“ lancieren. Mittels attraktiven Werbemitteln und Plakaten insbesondere an den Haltestellen des ÖV.

6.5.2 Öffentlicher Raum / Hotspots: Anreiz

Bei der Halfpipe Projekt „Drecksack“ aufstellen (grosse Abfallbehälter mit XXL Öffnung). Dies kann bei Brennpunkten wie der Skater-Anlage zu einer Verbesserung der Abfallsituation beitragen. Die Drecksäcke haben ein viel grösseres Fassungsvermögen und eine grössere Füllöffnung. Treffsicherheit wird verbessert.

6.5.3 Öffentlicher Raum / Hotspots: Auflagen

Bussenregelungen oder andere Möglichkeiten der Polizei und der Verwaltung von Reinach müssen regelmässig und in verschiedenen Sprachen abgefasst und kommuniziert werden. Es muss der Bevölkerung klar sein, dass illegale Abfallentsorgung und Littering geahndet und bestraft werden kann.

6.6 Gewerbe / Industrie / Produktion

Beim Gewerbe und bei der Industrie gelten ähnliche Voraussetzungen wie beim Detailhandel: Auch hier gilt es, die richtigen Kooperationspartner zu finden und mögliche Vorteile oder einen möglichen Imagegewinn adäquat zu kommunizieren. Es ist jedoch unerlässlich, dass die Gemeindestandards bekannt sind und eingehalten werden.

6.6.1 Gewerbe / Industrie / Produktion: Information

Standaktionen bei Gewerbeveranstaltungen → wer z.B. 50 Zigarettenstummel sammelt, erhält ein kleines Präsent → kleine Aschenbecher abgeben. An der Gewerbeausstellung kann jeweils über das Thema informiert werden. Auch Innovationen und Neuerung können so kommuniziert werden.

6.7 ÖV / BLT

Eine Studie des Bundesamts für Umwelt (BAFU) hat 2011 erstmals Zahlen zu den Litteringkosten im öffentlichen Verkehr veröffentlicht. Erhoben wurden die Kosten für Fern-, Regional- und Nahverkehr. Die Gesamtsumme für diese drei Bereiche beläuft sich auf 48 Millionen Franken. Die Anti-Littering-Kosten für den Nahverkehr belaufen sich auf 9 Millionen Franken. Nicht enthalten darin sind die Reinigungskosten für die Haltestellen für Tram, Bus oder Postauto. Genau hier verbirgt sich jedoch ein grosser Kostenfaktor; die Littering-Fraktion der Zigaretten, welche mit **36 %** der gesamten Litteringkosten in der Schweiz zu Buche schlagen. Der hohe Kostenanteil, verursacht durch die unsachgemäss entsorgten Zigaretten, ist damit zu begründen, dass Kleinteile auf natürlichen Flächen (Rasen, Kies, Baumscheiben, Hecken) einen überproportional hohen Reinigungsaufwand verursachen. Diese Kosten sind nicht in den ÖV-Litteringkosten enthalten, sondern werden den Gemeinden zugerechnet.

6.7.1 ÖV / BLT: Information

Plakataktionen bei den Haltestellen um die ÖV-Benutzer laufend zu sensibilisieren. Die Reinigungskosten für die Steuerzahler transparent machen.

Mittels eines Schriftzuges auf dem Boden kann das Thema Zigarettenlittering thematisiert werden.

6.7.2 ÖV / BLT: Anreiz

Bei den Haltestellen sollen Aschenbecher montiert werden. Ideal sind kombinierte Abfallkübel mit Aschenbecher. Sie sollen ein dem Standort angepasstes Fassungsvermögen aufweisen.

6.7.3 ÖV / BLT: Auflagen

Abfalldetektive machen Kontrollen in den Hauptverkehrszeiten. Abfallsünder werden angesprochen und auf die Möglichkeit von Bussen hingewiesen. Ein Bussentag ohne Bussen könnte humorvoll darauf hinweisen – „Was haben Sie gespart weil Sie jetzt eben nicht gelittert haben?“

6.8 Veranstaltungen / Events

Events stellen für die Umwelt eine bedeutende Belastung dar: Strassenverkehr, Lärm, Wasserverbrauch, Abwasser, Abfall und Treibhausgase sind die Nebeneffekte einer grossen Menschenansammlung. Ein nachhaltiges Umweltschutzmanagement, die Bereitstellung öffentlicher Verkehrsmittel, der Einsatz erneuerbarer Energie, die Sensibilisierung des Publikums, der Einsatz von Mehrweggeschirr mit Depotsystem, das Fördern regionaler (Food)-Produkte, schonender Umgang mit dem Gelände sowie ein angepasstes Abfallmanagement sind daher mehr als nur wünschenswert. Denn nur allzu oft folgt auf den Event der Abfallkater. Littering, Abfallberge und Scherbentepiche lösen Unwillen aus und werden von allen veranstaltungsbedingten Umweltbelastungen am stärksten wahrgenommen. Die Konsequenz sind einerseits Folgekosten und andererseits Imageschaden.

(nach Handbuch Littering von Berger, Staub und Heeb 2008)

6.8.1 Veranstaltungen / Events: Information

Auch für Anlässe unter 500 Personen soll ein Abfallkonzept gefordert werden. Vorschläge für ein wirksames Depotsystem oder der Einsatz von Mehrweg-Geschirr sind auch für kleinere Anlässe von Bedeutung.

6.9 Jugend

Die aktiven Jugendlichen die beim Projekt mitgewirkt haben, aber auch die interviewten Jugendlichen aus Reinach haben klar aufgezeigt, dass ihnen grundsätzlich viel an einem sauberen Reinach und an sauberen Plätzen liegt. Oftmals recht selbstkritisch haben sie ihr Verhalten oder ihre Faulheit verantwortlich für ihr Handeln gemacht. Wenn wir Littering als Gesellschaftsproblem betrachten, haben Erwachsene und hier insbesondere solche, die professionell mit Jugendlichen arbeiten, eine nicht zu unterschätzende Vorbildfunktion und die Verantwortung, das Fehlverhalten der Jugendlichen zu deklarieren.

6.9.1 Jugend: Information

Ferienjobs für Jugendliche oder ein bezahltes Einbinden bei Veranstaltungen (Projekt Trash Heroes). So können Jugendliche für das Thema sensibilisiert werden. Eine funktionierende und saubere Halfpipe bleibt eher sauber → Verantwortliche Jugendliche bestimmen und diese in ihrer Aufgabe auch coachen.

6.9.2 Jugend: Anreiz

Jugendliche könnten in einem Wettbewerb ein oder mehrere Littering-Graffitis sprayen. Eine Plakat- oder Collageaktion (ausserschulisch) zum Thema, mit Prämierung der besten Arbeiten.

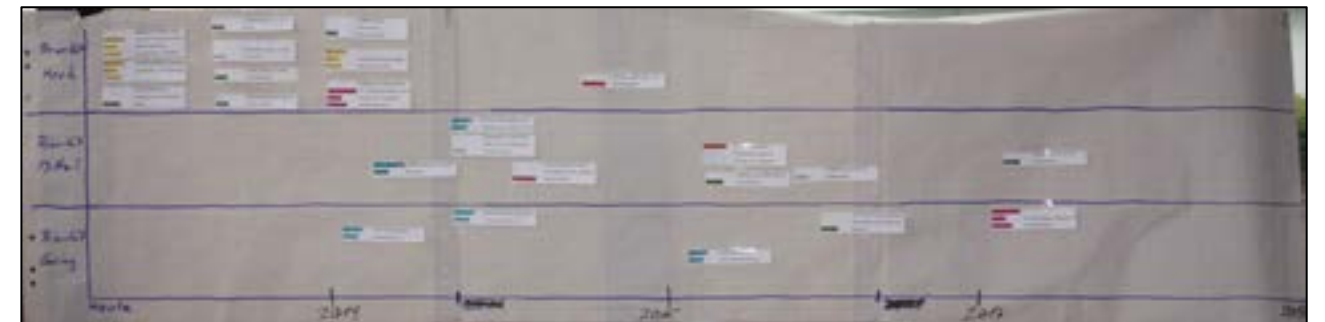
6.9.3 Jugend: Auflagen

Jugendliche immer wieder an den von ihnen genutzten Hotspots aufsuchen und über das Littering-Thema reden. In Peergroups Verantwortliche eruieren und diesen gewisse Kompetenzen übertragen. Ein Jugendlicher, welcher die Handynummer vom Verantwortlichen der Interventionsstelle direkt erhalten hat, ist eher bereit, anzurufen.

7. Nachhaltigkeit

Die über 40 Ideen und Lösungsansätze, welche im Bericht in die drei Handlungsebenen aufgeteilt wurden, sind von der Prozessleitung auf neutrale Kärtchen kopiert worden. Die Kärtchen, welche in Stichworten die Ideen und Lösungsansätze enthielten, konnten nun von allen Mitgliedern der Steuergruppe mittels Punkten priorisiert werden. Alle konnten, mittels Vergabe von neun Punkten, ihre Favoriten bezeichnen. Bei dieser ersten Selektion wurden ungefähr die Hälfte der Ideen nicht priorisiert. Diese sind im Massnahmenkatalog als Ideenpool separat aufgeführt und stehen so bei Bedarf zur Verfügung.

Die ausgewählten Themen wurden anschliessend einer zweiten und letzten Selektion der Steuergruppe unterzogen. Dieser Schritt enthielt eine horizontale Zeitachse von heute bis zum Ende der Legislatur 2016 und eine vertikale Prioritätenachse (siehe Bild). Alle Ideen und Lösungsansätze wurden so nochmals zeitlich und in ihrer Dringlichkeit zugeordnet.



Die so gemeinsam bewerteten Lösungsvorschläge wurden anschliessend von PEOPLETALK in eine Tabelle eingefügt (siehe Anhang). Der Projektbericht und die im Anhang angefügte Tabelle werden der Projektleitung zur Weiterbearbeitung des Themas Littering zur Verfügung stehen. Die priorisierten Massnahmen werden gemeindeintern nochmals überarbeitet und anschliessend zu Händen des Gemeinderates weitergeleitet.

8. Ausblick

„Steter Tropfen höhlt den Stein“ - Littering widerspiegelt eine gesellschaftliche Entwicklung. Vieles muss immer schneller gehen und die individuellen Bedürfnisse der Menschen werden immer stärker gewichtet. Es gilt, mittels kontinuierlicher Information und Sensibilisierung, ein Bewusstsein zu schaffen, welches an die Verantwortung eines jeden appelliert. Kleine und grössere Projekte, wie sie in den letzten Monaten in Reinach durchgeführt wurden, sind ein geeignetes Mittel, um eine Verminderung des Litteringaufkommens im öffentlichen Raum zu erreichen. Eine gut ausbalancierte Mischung aus Information, Sensibilisierung, Anreizsystemen, aber auch Repression zeigt Wirkung. Das Abfallproblem wird aber eine stetige Aufgabe bleiben und bei allen Verantwortlichen ein grosses Mass an Engagement erfordern. Das grosse allgemeine Interesse und die differenzierten Aussagen zum Thema, seitens der Interviewten, aber auch von den Steuergruppenmitgliedern, lassen keinen Zweifel offen, dass dieses Thema weiterhin auf der Agenda bleiben wird. Die neue Website dazu www.littering-toolbox.ch kann möglicherweise zur Ideenvielfalt beitragen.

Die Projektleiter von PEOPLETALK wünschen der Gemeinde Reinach und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei der Umsetzung viel Erfolg und stehen auch in Zukunft bei Bedarf weiterhin als Ansprechpartner zur Verfügung.

An dieser Stelle bedanken sich Georgio Wiss (Prozessleitung) und Roy Buschbaum (Produktionsleitung) ganz herzlich bei allen Beteiligten für die zur Verfügung gestellte Zeit und die gute Zusammenarbeit.

9. Literaturverzeichnis

Berger, T., Heeb, J. & Staub, A. (2008). Handbuch Littering, Eine Praxishilfe zur Entwicklung von Massnahmen gegen Littering. Aarau: seecon GmbH

Bundesamt für Umwelt (BAFU) Studie „Littering kostet“ 2011

Stiftung praktischer Umweltschutz Schweiz (PUSCH): www.umweltschutz.ch

Reiden 06.06.2013

Für PEOPLETALK Georgio Wiss

10. Anhang

10.1. Tabelle Interventionsebenen

Interventionsebenen	Beratung Information Sensibilisierung	Anreiz	Regelwerk Auflagen
Bevölkerung	Einen begrenzten Ort (Platz im Zentrum) über eine längere Zeit (ca. 2 Wochen) nicht reinigen. Verwesungszeitenaktion (Info Ecomusée)	Gelegentlich im Wochenblatt, Homepage etc. auf schon Vorhandenes, wie zum Beispiel den Frischwarenmarkt aufmerksam machen.	Zivilcourage fördern mit Preisvergabe Litteringschulung für Profis aus Jugendarbeit, Polizei, Schule, Politik usw.
Schulen	Film „LITTERING ISCH MISCHT“ als Lehrmittel in der Sekundarschule. Clean up Day institutionalisieren. Abfallpädagogik auf Sek. u. WMS Niveau ausbauen	Jährliche stufengerechte Sensibilisierungsaktion	Am Monatsmarkt einen Stand durch Schülerinnen und Schüler betreiben zum Thema Littering und Abfall allgemein.
Behörden / Werkhof	Diskussionsrunde/Weiterbildung mit Bevölkerung und Behörden. Papierkörbe über eine gewisse Zeit nicht leeren. Werkhofimage bearbeiten → Tag der offenen Tür. Zivilcourage fördern.	Diskussionsrunden u. Weiterbildungen mit Bevölkerung und Behörden. Unterflurkübel bei Hauptstrasse / Spielplatz etc. Ferienjob beim Werkhof = Litteringsensibilisierung	Abfallsäule vor der Gemeindeverwaltung. Vor Verkaufsstellen Plakataktionen.
Verkaufsstellen / Food / Grossisten	Umfrage durchführen – Wer macht was heute schon? Filmclips gegen Littering für Verkaufsstellen	Für Fastfood-Verkaufsstellen Runder Tisch Hilfe zur Selbsthilfe/ Projekte Best Practice Beispiele für Verkaufsstellen. Öko-Label. Prämierungen. Schulungen.	Vor den Verkaufsstellen Plakataktionen mit Hinweisen auf Littering. Hinweis, dass Hauskehricht nicht in den Abfalleimern bei den Verkaufsstellen entsorgt werden darf.
öffentlicher Raum / Hotspots	Kübelkapazität an Hotspots überprüfen – Konzept dazu. Abfälle auf dem Boden mit Kreide umkreisen und so illustrieren. Aktion zum Thema „Zigis sind auch Abfall“	Halfpipe	Jugendinterventionsstelle bekannter machen.
Gewerbe / Industrie / Produktion	Standaktionen → wer z.B. 50 Zigarettenstummel sammelt, erhält kleines Präsent → Gratis-Aschenbecher abgeben		
ÖV / BLT	Plakataktionen bei den Haltestellen. Schriftzug auf dem Boden zum Thema	Aschenbecher bei Haltestellen. Kombinierte Kübel	Kontrollen in der Rush-hour. Bussentag- was haben sie gespart!
Veranstaltungen / Events	Mehrweg-Konzept auch für kleinere Anlässe (bis 500 Personen)		
Jugend	Ferienjob für Jugendliche oder für Veranstaltungen (Trash Heroes) → Sensibilisierung Jugendliche. Eine funktionierende und saubere Halfpipe – bleibt eher sauber → Verantwortliche bestimmen	Littering-Graffiti Anti-Litteringplakate mit Wettbewerb	Immer und immer wieder das Gespräch suchen an den Hot Spots.

10.2. Tabelle Massnahmenkatalog Littering 2013 - 2016

2013					
Massnahme	Interventionsebene	Priorität	Termin	Zuständigkeit	Budget
Aktion zum Thema „Zigis sind auch Abfall“ lancieren. Mittels attraktiven Werbemitteln / Plakaten	Öffentlicher Raum / Hotspots	Hoch	Sommer	Umwelt / Energie	CHF -
Kübelkapazität an Hotspots überprüfen - Konzept dazu	Öffentlicher Raum / Hotspots	Hoch	Sommer	Werkhof	
Aschenbecher bei Haltestellen. Kombinierte Kübel	ÖV / BLT	Hoch	Sommer	MVE	
Abfallpädagogik auf allen Stufen (Daueraufgabe)	Schule	Hoch		Umwelt / Energie	
Gespräch suchen an den Hot Spots (Daueraufgabe)	Jugend	Hoch		Polizei / JA	
Clean up Day in allen Schulhäusern	Schule	Hoch	September	Schulleitung	
Film „Littering isch Mischt“ als Lehrmittel	Schule	Hoch		Schulleitung	
Total					CHF -

2014					
Massnahme	Interventionsebene	Priorität	Termin	Zuständigkeit	Budget
Abfalltrennung, Verwendung 100%- Recyclingpapier in den Schulhäusern	Schule	Hoch		Umwelt / Energie	CHF -
Jugendinterventionsstelle bekannter machen	Öffentlicher Raum / Hotspots	Hoch		Kommunikation	
Auflagen für Baugesuche für Tankstellenshops, Take-Aways etc. bezüglich Abfallentsorgung	Verkaufsstellen / Food / Grossisten	Hoch		SBS	
Abfallkonzept für unter 500 Personen	Veranstaltungen / Events	Mittel		Umwelt / Energie	
Vor Verkaufsstellen Plakataktionen gegen Littering	Behörden / Werkhof	Gering		Umwelt / Energie	
Ferien- Sackgeldjob beim Werkhof zum Abfallräumen	Behörden / Werkhof	Mittel		Werkhof	
Ferienjob für Jugendliche oder für Veranstaltungen (Trash Heroes)	Jugend	Mittel		IGOR	
Werkhofimage bearbeiten - Tag der offenen Tür	Behörden / Werkhof	Gering		Werkhof	
Verwesungszeitenaktion mit Plakaten oder anderen Werbemitteln	Bevölkerung	Mittel		Umwelt / Energie	
Zivilcourage fördern mit Preisvergabe	Bevölkerung	Hoch		Umwelt / Energie	
Total					CHF -

2015					
Massnahme	Interventionsebene	Priorität	Termin	Zuständigkeit	Budget
Informationspolitik / Kampagne bezüglich Bussen und Auflagen	Bevölkerung	Mittel		Umwelt / Energie	CHF -
Schriftzug auf dem Boden zum Thema	ÖV / BLT	Mittel		Umwelt / Energie	
Anti-Litteringplakate mit Wettbewerb	Jugend	Mittel		Umwelt / Energie	
Abfallsäule vor der Gemeindeverwaltung	Behörden / Werkhof	Gering		Umwelt / Energie	
Kontrollen in der Rush-hour Bussentag- was haben Sie gespart!	ÖV / BLT	Gering			
Total					CHF -

2016					
Massnahme	Interventionsebene	Priorität	Termin	Zuständigkeit	Budget
Plakataktionen bei den Haltestellen.	ÖV / BLT	Mittel		Umwelt / Energie	CHF -
Filmclips gegen Littering für Verkaufsstellen	Verkaufsstellen / Food / Grossisten	Gering		Umwelt / Energie	
Total					CHF -

Ideenpool zu Littering 2013-2016	
Platz nicht reinigen	Bevölkerung
Mehrsprachige Merkblätter zur Abfallentsorgung	Bevölkerung
Thema Abfall in Deutschsprachkursen	Bevölkerung
Werbung für Frischwarenmarkt	Bevölkerung
Schulung für die Profis aus Jugendarbeit, Polizei, Schule usw.	Bevölkerung
Exkursionen Sekundarstufe, Kehrichtverbrennung, Recyclingfirmen, Werkhof	Schule
Monatsmarkt Schülerstand zum Thema Littering und Abfall	Schule
Diskussionsrunde/Weiterbildung mit Bevölkerung und Behörden	Behörden / Werkhof
Unterflurkübel bei Hauptstrasse/Spielplatz	Behörden / Werkhof
Umfrage durchführen – wer macht was heute schon?	Verkaufsstellen / Food / Grossisten
Für Fastfood-Verkaufsstellen runder Tisch	Verkaufsstellen / Food / Grossisten
Best Practice Beispiele für Verkaufsstellen	Verkaufsstellen / Food / Grossisten
Öko-Label und Prämierungen	Verkaufsstellen / Food / Grossisten
Plakataktionen mit Hinweisen auf Littering und korrekte Entsorgung des Hauskehrichts	Verkaufsstellen / Food / Grossisten
Abfälle auf dem Boden mit Kreide umkreisen (Abteilungsaktion)	Öffentlicher Raum / Hotspots
Halfpipe Projekt Drecksack initiieren	Öffentlicher Raum / Hotspots
Gewerbeveranstaltungen: Standaktion, z.B. 50 Zigarettenstummel = kleines Präsent, kl. Aschenbecher abgeben, Information zu Littering	Gewerbe / Industrie / Produktion
Verantwortliche Jugendliche bei Halfpipe coachen	Jugend
Littering-Graffiti	Jugend

Kontakt

Verein PEOPLETALK
Postfach 2116
5001 Aarau
info@peopletalk.ch
www.peopletalk.ch
www.reinach.peopletalk.ch

Projektträgerin

G e m e i n d e R e i n a c h

Die Stadt vor der Stadt

www.reinach-bl.ch

Projektunterstützung

SWISSLOS
Basel-Landschaft



Bau- und Umweltschutzdirektion
Kanton Basel-Landschaft
Amt für Umweltschutz und Energie



ANTON SAXER
ABFALL-TRANSLOGISTIK

