



Entsorgungs-Betriebe
der Stadt Ulm
Beschlussvorlage



Sachbearbeitung	EBU		
Datum	22.02.2022		
Geschäftszeichen	EBU-GS		
Beschlussorgan	Betriebsausschuss Entsorgung	Sitzung am 06.04.2022	TOP
Behandlung	öffentlich		GD 098/22

Betreff: Kampagne gegen die zunehmende Vermüllung ("Littering-Kampagne")

Anlagen:

Antrag:

Den Bericht über die Planung einer Littering-Kampagne zur Kenntnis zu nehmen.

Thomas Mayer
Betriebsleiter

Zur Mitzeichnung an:	Bearbeitungsvermerke Geschäftsstelle des Gemeinderats:
BM ₃ , C ₃ , OB	Eingang OB/G
	Versand an GR
	Niederschrift §
	Anlage Nr.

Sachdarstellung:

Aus der von 2007 - 2010 laufenden Aktion „ulmsauber“ sind verschiedene Maßnahmen hervorgegangen, die bis heute wirken. Neben der Neustrukturierung der Stadtreinigung und der Aufstellung zahlreicher zusätzlicher Papierkörbe mit Aschern sowie Hundekotstationen wurden z. B. die Putzpatenschaften (heute über 220 Ehrenamtliche) ins Leben gerufen. Regelmäßig finden sogenannte „Putzete“-Aktionen statt, bei denen Vereine, Familien und andere freiwilligen Helfer Müll aufsammeln.

Leider nimmt die Vermüllung der Stadt dennoch seit einigen Jahren wieder zu, so dass in der Zwischenzeit „Müll-Kontrolleure“ eingeführt wurden oder wie zuletzt 2021 „Müll-Scouts“ an Hotspots unterwegs waren. Bedingt durch die zunehmende To-Go-Mentalität und der Trend zum Feiern im Freien, was auch durch die Corona-bedingte Schließung der Gastronomie befeuert wurde, nehmen Verschmutzungen der Innenstadt durch Einwegbehälter, Zigarettenkippen und anderen Abfällen trotz aller Maßnahmen nicht nur in Ulm, sondern auch bundesweit sichtbar zu.

Der Verband kommunaler Unternehmer (VKU) beschäftigt sich regelmäßig, zuletzt in einer Studie 2020 mit dem „Littering“ (dt. Vermüllung) und mit kommunalen Maßnahmen für die Stadtsauberkeit.

Demnach sind Hauptverursacher des Littering junge Erwachsene (18 - 30 Jahre) und Jugendliche (14 - 17 Jahre), aber auch über 50-Jährige werfen Müll, primär Hundekot, häufiger weg als früher. Ursachen des Littering sind personenbezogene Gründe (Bequemlichkeit, Faulheit, Erziehung) wie auch situationsbezogene Gründe (überfüllte Papierkörbe, Verpackungsüberfluss). Insbesondere soziale Brennpunkte, Grillplätze, bereits verschmutzte Gebiete und öffentliche Plätze und Gehwege sind Orte, die von Littering betroffen sind.

Als erfolgversprechende Maßnahmen gegen die Vermüllung sieht der VKU eine Kombination aus der Verbesserung der situativen Bedingungen (Infrastruktur) und der Sensibilisierung der Bevölkerung für die Themen Stadtsauberkeit. Hinzu kommt die zielgruppenspezifische Ansprache der Verursacher (junge Erwachsene/Jugendliche, Raucher, Hundehalter) sowie die Stärkung der Verbundenheit zum Wohnort (Aktionskampagnen, Patenschaften, soziale Kontrolle).

In Ulm gibt es über 1.200 öffentliche Papierkörbe, größtenteils mit Aschern ausgestattet. Diese werden durchschnittlich drei- bis viermal wöchentlich geleert. An verschiedenen Standorten in der Stadt wurden sogenannte „Solarpresshaie“ (Abfallbehälter, die durch Verpressen der Abfälle eine größere Kapazität haben) oder Großbehältnisse (z. B. Gitterkörbe an der Donauwiese) aufgestellt. Im Sommer 2021 wurde die Anzahl der Papierkörbe durch zusätzliche mobile Abfalleimer und die orangefarbenen „Schwörmontagstonnen“ zeitweise erhöht. Dennoch ist leider zu beobachten, dass sehr viel Müll einfach fallengelassen wird, auch wenn sich ein Abfalleimer in direkter Nähe befindet.

Wesentliche Folgerung aus der VKU-Studie ist somit, dass in Ulm insbesondere Maßnahmen zur Sensibilisierung der Bevölkerung erforderlich sind und durch eine direkte zielgruppenspezifische Ansprache sowie die Stärkung der Verbundenheit zum Wohnort/Stadtteil erfolgversprechende Ansätze abgeleitet werden können.

Die EBU planen daher eine groß angelegte öffentlichkeitswirksame Kampagne, die sich schwerpunktmäßig auf das Thema „Littering“ konzentriert, aber auch Themen wie die Abfallvermeidung, Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und Umwelt-/Klimaschutz enthält.

Das bisher vorliegende Grobkonzept sieht insbesondere folgende Aktionen vor:

- Medienwirksame Veranstaltungen (große Auftaktveranstaltung, Happenings an Littering-Hotspots, After-Party-Clean-Ups)
- Straßenplakatwerbung („Ulmer Köpfe“, Besondere Plakataktionen)
- Hörfunkbeiträge und Kurzfilme in sozialen Medien
- Aufkleber für die Mülleimer
- Give-Aways (z. B. Taschenaschenbecher u. ä.)

Wünschenswert ist auch die Zusammenarbeit mit verschiedenen Fachbereichen/Abteilungen und nichtstädtischen Kooperationspartnern, um die bestehenden Strukturen vor Ort zu nutzen.

Wichtig ist, dass die Kampagne langfristig ausgelegt wird. Kurzfristige Aktionen oder Maßnahmen nach dem Gießkannenprinzip erreichen keine nachhaltige Wirkung. Bewusstseinsänderung ist nur durch wiederkehrende Maßnahmen möglich. Als Laufzeit der Kampagne sind daher mindestens drei Jahre anzusetzen.

Der genaue Inhalt der Kampagne soll durch die Abfallberatung der EBU gemeinsam mit einer Agentur konzipiert werden. Aktuell wurden mögliche Agenturen angeschrieben, die die EBU bei der Konzeption und Umsetzung der Kampagne unterstützen könnten.

Die EBU werden weiter über die geplante Littering-Kampagne berichten.