



**Abfallwirtschaftsbetrieb
München**

AWM - Pressestelle
Telefon 089 233-31060
Telefax 089 233-31205
arnulf.grundler@muenchen.de
27.11.2007

Müll <> Besser trennen! – „Ich mach´s täglich“

**„Dritte Welle“ der Aktion des Abfallwirtschaftsbetriebs München
AWM zur Trennung und Vermeidung von Abfällen**

**Pressegespräch mit Kommunalreferentin Gabriele Friderich am 27. November 2007,
um 10.30 Uhr in der Grüztnerstube, Rathaus**

Sehr geehrte Damen und Herren,

vergangene Woche war der offizielle Start der dritten und letzten Welle der Abfalltrennkampagne „Müll <> Besser trennen!“.

Bei der letzten Pressekonferenz zu der Abfalltrennkampagne am 13. Juni 2007 konnte ich Ihnen von den ersten Erfolgen der Aktion in Zahlen berichten: Rückgang der Restmüllmenge und eine Steigerung bei den getrennt erfassten Bio- und Papierabfällen.

Seither hat der Abfallwirtschaftsbetrieb München weitere Anstrengungen unternommen, um die Mülltrennung noch mehr ins Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger zu verankern und damit für das ökologische und nachhaltige Abfallkonzept nicht nur zu werben, sondern die Bevölkerung aktiv an der Erhaltung der Sauberkeit und zur Förderung eines nachhaltigen Umgangs mit unseren natürlichen Ressourcen zu beteiligen. Denn genau darum geht es bei der Mülltrennung und der anschließenden Verwertung der erfassten Abfallfraktionen.

Die Münchnerinnen und Münchner sind dabei auf die Inhalte und Angebote unserer Abfalltrennkampagne eingegangen und haben ihre Reststoffe noch besser getrennt als schon bisher.

Hier also die neuesten Erfolgsdaten: Von Januar 2007 bis Oktober 2007 haben sich die erfassten Müllmengen im Vergleich zu den Monaten des Vorjahres wie folgt verändert:

- 6.100 t **weniger** Restmüll (Verringerung um ca. 2,5 Prozent der Gesamtrestmüllmenge bei gleichzeitiger Zunahme der Einwohnerzahl Münchens)
- 4.200 t **mehr** Papier (Steigerung um ca. 5,5 Prozent der Gesamtpapiermenge)
- 6.100 t **mehr** Bio (Steigerung um ca. 11,0 Prozent der Gesamtbioabfallmenge)

Hochgerechnet bis zum Jahresende wird das Pro-Kopf-Aufkommen an Restmüll von 236 kg im Jahr 2006 auf 228 kg im Jahr 2007 sinken. Das ist der niedrigste Wert seit knapp 10 Jahren! Diese schönen Erfolgszahlen wollte ich Ihnen gleich zu Beginn präsentieren. Im weiteren Verlauf möchte ich Ihnen einen kurzen Rückblick geben, welche Maßnahmen im Zuge der Kampagne durchgeführt wurden und wie es jetzt weitergehen wird, wie man sich also die „Dritte Welle der Aktion vorstellen kann“.

1. Aktionsphase Herbst 2006 / Frühjahr 2007

Mit unseren Müll-Trenn-Slogans ist es gelungen, das Thema Mülltrennung stadtwweit zum Gesprächsthema zu machen. Trennwörter wie z.B. PAPI-ERTÜTE, UNKRAUT oder MEDIKAMENTE wurden auf Fahrzeugplakaten, Großflächenplakaten, City-Light-Werbeflächen, Radiospots, Infoscreenwerbung, Infolyer, Aussendungen an Hausverwaltungen, Zeitungsanzeigen, Edgar-Cards, Postern sowie auf einer Aktionswebsite www.muell-besser-trennen.de eingesetzt.

Das Ziel der Aktionsphase 2006/2007, eine allgemeine Sensibilisierung für die Mülltrennung, konnten wir damit erreichen.

2. Aktionsphase Sommer 2007 – Verankerung der Mülltrennung im öffentlichen Bewusstsein

In der zweiten Aktionsphase im Sommer 2007 haben wir die Mülltrennung im öffentlichen Bewusstsein verankert. Das Echo auf die falsch getrennten Wörter war so positiv, dass wir uns für die zweite Aktionsphase nochmals viele neue Trennwörter einfielen ließen.

Trenn-Wörter der zweiten Phase waren unter anderem:

Papiertonne:	KEKSSCH- ACHTEL	PREISS- CHILD	KINOK- ARTE
Biotonne:	HAFERF- LOCKEN	GRASH- ALM	MAI- SKOLBEN

Restmüll:	NUDE- LAUFLAUF	KATZENS- TREU	FEINS- TRÜMPFE
-----------	-------------------	------------------	-------------------

Wiederholt wurden die Radio-Spots, die City-Light-Plakate, Edgar-Cards und Edgar-Bierdeckel und die Infoscreen-Werbung in den U-Bahnhöfen.

Neu hinzu kamen 75.000 Bierdeckel, die in 300 Gaststätten ausgelegt wurden.

Infolyer an alle Münchner Haushalte

Um wirklich alle Münchnerinnen und Münchner zu erreichen, wurden mehr als 500.000 Infolyer „Müll <> Besser trennen!“ an Münchner Haushalte verteilt. Über eine Tabelle konnten Bürgerinnen und Bürger erstmals ganz einfach ihr persönliches Einsparpotential in Euro ausrechnen.

Pilotprojekt in Moosach

Mit dem Pilotprojekt in Moosach hat der AWM gezeigt, wie eine optimale Abfalltrennung auch in Großwohnanlagen erreicht werden kann. Innerhalb des Testgebietes richtete der AWM seine Aufmerksamkeit in erster Linie auf Wohnanlagen, bei denen das Restmüll-Behältervolumen um ein Vielfaches größer war wie das Wertstoff-Behältervolumen.

Durch konkrete Vor-Ort-Maßnahmen (Beratungsstände, Hauswurfsendungen in vier Sprachen (Deutsch, Türkisch, Kroatisch und Serbisch), eigene Aushänge für Schwarze Bretter, Tonnenaufkleber, Tonnenhausplakate, Beteiligung an Moosacher Stadtteilstefeste) wurden die Bürger aus Großwohnanlagen zur besseren Mülltrennung angeregt und dabei unterstützt.

Am 20. November 2007 startete nun die „dritte Welle“ der Abfalltrennkampagne.

Schwerpunkt und Ziel dieser abschließenden Phase ist es, das Wir-Gefühl bei der Münchner Bevölkerung für die Abfalltrennung nachhaltig zu stärken. Etwa nach dem Motto: Wenn es alle tun, ist der gemeinschaftliche Anreiz für jeden einzelnen höher, ebenfalls dabei zu sein.

Hierfür wurden im Abfallwirtschaftsbetrieb München in Zusammenarbeit mit der Agentur Machbar neue Bild-Text-Motive entwickelt. Sie zeigen Personen – so genannte „Testimonials“ – in alltäglichen Lebenssituationen, die sich zum „aktiven Mülltrennen“ bekennen.

Der Leitsatz der Motive ist

„Ich mach’s“ / „Wir machen’s ...“ !

So entstanden die Slogans:

„Wir machen’s schon lange“

„Ich mach’s im Garten“

„Ich mach’s in der Küche“

„Ich mach’s täglich“

„Ich mach’s für die Umwelt“

„Wir machen’s mit den Nachbarn“

Die Mehrdeutigkeit weckt Aufmerksamkeit beim Betrachter. Sofort danach erfolgt die unmittelbare Auflösung durch die sympathischen Werbefiguren und den Aktionslogan:

„Müll <> Besser Trennen!“

und erklärt sofort, was da gemacht wird – nämlich das, was für alle die „natürlichste Sache der Welt“ sein sollte: den Müll besser zu trennen.

Manchen mögen die Slogans vielleicht etwas zu frech für einen kommunalen Betrieb erscheinen. Wir wollten aber bewusst einen Kontrast zu den bisherigen Sprüchen mit der „falschen“ Mülltrennung setzen und durch die Werbefiguren das Gemeinschaftsgefühl stärken und so zum Mitmachen anregen.

Ab sofort sind die Motive – die mit Einzelpersonen, Paaren, Privatpersonen und Berufstätigen sozusagen einen Querschnitt der Kunden des AWM darstellen – auf allen unseren 360 Fahrzeugen zu sehen, des weiteren auch auf 240 Citylight-Plakaten in den U-Bahnhöfen, auf Bierdeckeln und Edgarkarten in 400 Cafés, Bars und Kneipen. Die Infoscreen-Flächen in U-Bahnhöfen zeigen entsprechende Animationen. Flankierend laufen Radiospots auf Radio Energy und Radio Gong.

Ziel der Kampagne erreicht

Mit der „dritten Welle“ geht die Abfalltrennkampagne ihrem Ende entgegen. Unsere Fahrzeuge werden bis zum Frühjahr mit den Plakaten auf Münchens Straßen zu sehen sein. Ziel der Kampagne war es, die Wertstoffmenge aus Münchner Haushalten um 5% zu erhöhen und die Restmüllmenge, bzw. die Fehlwürfe zu reduzieren. Die ersten Ergebnisse zeigen, dass die Abfalltrennkampagne ihr Ziel nicht nur erreicht sondern sogar – Dank der tatkräftigen Unterstützung der Münchner Bevölkerung – übertroffen hat.

Damit steht die Aktion ganz in der Tradition unserer früheren erfolgreichen Kampagnen zur Mülltrennung und Abfallvermeidung, die München schon in der Vergangenheit auf ein sehr hohes Niveau der Mülltrennung brachten. Ich wünsche mir, dass sich viele Münchnerinnen und Münchner von der Müll-Trenn-Lust anstecken lassen und weiter mitmachen.

Zusammenfassend kann man sagen: Die Aktion ist

1. gut für die Reduzierung der Restmüllmengen in den Haushalten und damit gut für die Umwelt und ressourcenschonend, wenn weniger Restmüll verbrannt werden muss und mehr Wertstoffe wiederverwertet werden können
2. gut für den Geldbeutel, wenn kleinere oder weniger Restmülltonnen bestellt werden können
3. gut für das Image als saubere, umweltfreundliche Großstadt.

Mehr Informationen und Referenzbilder zur Verwendung für Print und Internet auf der vorliegenden CD-ROM und im Internet unter www.muell-besser-trennen.de

Abfallwirtschaftsbetrieb München AWM

1. Werkleiterin Gabriele Friderich, Kommunalreferentin der Landeshauptstadt München

2. Werkleiter Helmut Schmidt

Büro der Kommunalreferentin: Silke Pesik Telefon 233-28955, E-Mail: silke.pesik@muenchen.de

Pressearbeit AWM: Arnulf Grundler, Tel. 233-31060, Fax 233-31205 E-Mail: arnulf.grundler@muenchen.de