

# Müll besser trennen

## Eine Aktion des Abfallwirtschaftsbetriebs München zur Trennung und Vermeidung von Abfällen

**Pressegespräch mit Kommunalreferentin Gabriele Friderich am 29. August 2006, um 11 Uhr in der Grütznerstube, Rathaus**

Die Müllvermeidung und die Abfallverwertung haben im Abfallwirtschaftskonzept der Landeshauptstadt München die höchste Priorität. Nur Abfälle, die nicht vermieden oder verwertet werden können, sollen in die Verbrennung kommen. Früher gab es auch noch die Deponierung, die jedoch seit 1993 für Hausmüll in München nicht mehr betrieben wird. Seit Juni 2005 ist das Deponieren unbehandelter Abfälle in Deutschland per Gesetz gänzlich verboten.

Der hohe Stellenwert dieser Maßnahmen zur Verringerung von Abfällen ergibt sich nicht nur aus dem gesetzlichen Auftrag des Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetzes und des Bayerischen Abfallgesetzes. Müll zu vermeiden und Abfälle zu verwerten ist das ureigene Anliegen der Stadt München.

Das Münchner Abfallwirtschaftskonzept gilt weit über München hinaus als vorbildlich und war zu Beginn der 1990er Jahre wegweisend für die gesamte Bundesrepublik. Davon zeugen einerseits die hervorragenden Verwertungsdaten des AWM, andererseits aber auch die vielen Delegationen aus dem In- und Ausland, die den Abfallwirtschaftsbetrieb München AWM besuchen, um sich das System der getrennten Abfallerfassung und die umwelttechnisch hochwertigen Anlagen zur Entsorgung und Verwertung vor Ort anzuschauen.

## **Anlass für die Aktion „MÜLL RICHTIG TRENNEN“**

Es gab für uns zwei Motive, die heute beginnende Aktion zu starten:

- 1.) eine Auffrisch-Aktion für die getrennte Abfallerfassung für alle Münchnerinnen und Münchner
- 2.) das erhöhte Anlieferaufkommen im Heizkraftwerk Nord seit Inkrafttreten des Verbotes zur Ablagerung unbehandelter Abfälle im Sommer 2005 (TA-Siedlungsabfall)

### **zu 1.)**

Es ist eine Tatsache, die sowohl wissenschaftlich erwiesen ist, als auch den praktischen Erfahrungen entspricht, dass das ökologische Abfallverhalten immer wieder einmal eine Auffrischung braucht. Dabei will ich aber gleich vorweg sagen, dass wir eigentlich auf sehr hohem Niveau auffrischen. Denn das Gesamt-Müllaufkommen aus Münchner Haushalten hat sich in den letzten 15 Jahren auf eine jährliche Menge von rund 550.000 t eingepegelt. Das Verhältnis zwischen Restmüll und Wertstoffen hat sich dabei jedoch ganz stark zu Gunsten der Abfallverwertung verschoben. Heute haben wir ein Verhältnis von rund 300.000 t Restmüll gegenüber rund 255.000 t Wertstoffen (Papier 100.000 t, Biomüll 36.000 t, Altglas 26.000 t, Sperrmüll 40.000 t, Metallschrott 11.000 t, Altholz 22.000 t, Gartenabfälle 14.000 t, Kunststoffe 5.000 t, Altkleider 1.2000 t).

### **Zu 2.)**

Seit Inkrafttreten des erwähnten Deponierungsverbotes im Juni 2005, erleben wir in München einen Ansturm von Gewerbemüll auf unser Heizkraftwerk Nord in Unterföhring, der in dieser Höhe nicht verhersehbar war und der zu einer Verknappung der Kapazitäten in der dortigen Müllverbrennungsanlage geführt hat. Im Entsorgungspark Freimann mussten mehrere Tausend Tonnen Müll, sicher in Folien verpackt, sozusagen geparkt werden, um nach und nach im Heizkraftwerk verbrannt werden zu können. Dabei handelt es sich um Müllmengen, die bereits in der Vergangenheit zumindest teilweise per Gesetz hätten angedient werden müssen, als unsere Müllverbrennungsanlage nicht ausgelastet war. Natürlich tut der AWM alles nur mögliche, um die Anliefermengen in den Griff zu bekommen. So hat die Abteilung Marketing und Vertrieb des AWM bereits mehrere Informationsveranstaltungen für das Münchner Gewerbe durchgeführt und auf die Möglichkeiten der betrieblichen Mülltrennung hingewiesen. Das entlastet nicht nur das Kraftwerk, sondern ist zu dem mit finanziellen Einsparungen für die Gewerbebetriebe verbunden.

Den größten Anlieferdruck beim Heizkraftwerk München konnte der AWM inzwischen abmildern. Die heute startende Abfalltrennaktion soll dazu einen weiteren Beitrag leisten.

## **Zielsetzungen der Aktion**

Auch bei den Privathaushalten bestehen immer noch Verwertungspotentiale im Restmüll. Und auf diese haben wir es abgesehen. Mit der Kampagne soll das Bewusstsein für den Umgang mit Abfällen wieder mehr geschärft werden. Durch noch bessere Müllvermeidung und –trennung wollen wir den Anteil der getrennt gesammelten Wertstoffe deutlich erhöhen. Die Aktion hat also eine Verbesserung der Trennqualität bei den Bürgerinnen und Bürgern aber auch im Gewerbe zum Ziel. Wichtig für uns ist es dabei, die Bevölkerung als Ganzes zu erreichen und klar zu machen, dass der bewußte Umgang mit dem Müll uns alle etwas angeht. Die Kampagne ist so konzipiert, dass dies zu schaffen ist, wenn wir alle mitmachen.

Wichtige Zielgruppen sind:

- Bewohner im Geschosswohnungsbau, die aufgrund der Anlagengröße und der höheren Anonymität im Mülltonnenhäuschen oder in ihrer Mietnebenkosten-Abrechnung keinen unmittelbaren Erfolg des eigenen Mülltrennverhaltens sehen.
- Hausverwaltungen, die wir als Partner bei der Vermittlung der Abfalltrenn-Botschaften sehen. Über die 250 größten Hausverwaltungen können wir 80 Prozent der Mieter im Münchner Wohnanlagen erreichen.
- Gewerbebetriebe (Anreize zur Kosteneinsparung durch Mülltrennung)
- Öffentliche Einrichtungen (Zielgruppe Beschäftigte sowie Zielgruppe Publikumsverkehr)

## **Maßnahmen der Kampagne**

Wir haben uns für die Umsetzung der Kampagne professionelle Unterstützung geholt. In einem Agenturwettbewerb ging die Agentur Machbar als klarer Sieger hervor. Sie hat uns durch ihre frischen, klaren und direkten Botschaften für eine bessere Abfalltrennung überzeugt. Es wurde bewusst auf den ökologischen Zeigefinger verzichtet. Die Agentur hat sich eine völlig neue Herangehensweise ausgedacht, die genauso einfach wie genial ist: Die Kampagne wendet einen psychologischen Trick an, indem wir beim Lesen der Aktionssprüche stolpern und dabei in ganz witziger Weise die Abfalltrennung verinnerlichen.

Und jetzt lüften wir das Geheimnis der Aktion und zeigen Ihnen die Plakate:

<b>Papiertonne:</b>	<b>PAPI- ERTÜTE,</b>	<b>KART- ON</b>
<b>Biotonne:</b>	<b>UNK- RAUT</b>	<b>OBSTSCH- ALEN</b>
<b>Restmüll:</b>	<b>KAUG- UMMI</b>	<b>TASCHE- NTUCH</b>
<b>Wertstoffhöfe</b>	<b>KLAM- OTTEN</b>	<b>BLECHD- OSEN</b>
<b>Sperrmüll:</b>	<b>MAT- RATZE</b>	
<b>Giftmobil:</b>	<b>MEDIKAM- ENTE</b>	

Wie sie sehen, sind die Worte, bzw. die Gegenstände, die beschrieben werden, falsch getrennt. Der Betrachter versucht nun in Gedanken das Wort richtig zu trennen und damit hat er schon den ersten entscheidenden Schritt getan, denn er hat den Abfall, für den das Wort steht, richtig getrennt. Der Aktionslogan „Müll besser trennen“ löst nun auf, worum es in diesem kleinen Wortspiel gegangen ist: um die Mülltrennung. Dabei schafft die Mehrdeutigkeit des Slogans eine Brücke zwischen dem falsch getrennten Begriff und der Aufforderung, tatsächlich den Müll besser zu trennen.

#### **Unsere Kampagne zeichnet sich also durch folgende Merkmale aus**

- Einfach und direkt in der Ansprache
- Hoher Aufmerksamkeitsfaktor
- Plakativ: Kräftige Farben erzielen Aufmerksamkeit
- Lust-Auf-Mehr-Faktor: Freuen Sie sich nicht auch schon auf das nächste Motiv?
- Preiswert: Es müssen fast keine Grafiken/Fotos produziert werden
- Einfach anwendbar in den verschiedensten Formatgrößen, Kommunikationsmittel
- Mehrsprachige und über die Wortwahl ist eine zielgruppengerechte Ansprache möglich
- Funktioniert unmittelbar als Image-Kampagne
- Lustiger und selbstironischer Einstieg, ohne dass dadurch das Thema verwässert wird

## Die Maßnahmen der Aktion

- Die Plakataktion wird ab 1. September bis Frühjahr 2007 mit immer neuen Motiven laufen (mit ca. 230 Großflächenplakate, ca. 180 Citi-Light-Werbeflächen etwa an Trambahn-Haltestellen)
- Zwei XXL-Großflächenplakaten (sogenannte Blow-Up-Banner), montiert an einem Gebäude Ecke Weinstraße-Perusastraße
- Edgar-Karten (das sind Postkarten, die in Bars und Restaurants kostenlos ausliegen)
- Radiospots (für zwei Wochen 6 X pro Tag auf Radio Charivari, Radio Arabella, Radio Gong)
- Infoscreen
- Infolyer
- Aussendungen an Münchner Hausverwaltungen
- Kundenveranstaltung „Modenschau am BH-Ost“ am 14. September
- Promotionteams mit Infoständen bei öffentlichen Veranstaltungen
- Plakatierung in städtischen Referaten (es gibt dazu einen Verteiler mit ca. 250 Plakatierungsstellen)
- Banner und Plakate für die Wertstoffhöfe des AWM für den Entsorgungspark Freimann, die Betriebshöfe und das Foyer der AWM-Zentrale am Georg-Brauchle-Ring
- Ausstattung städtischer Kantinen
- Tonnenaufkleber für alle 390.000 Restmüll-, Bio- und Papiertonnen
- Aktions-Website mit einem Onlinespiel, das Sie hier und heute gleich ausprobieren können.

## Aufbau der Aktion in mehreren Phasen

### Phase 1 – Sensibilisierung der Trennmoral jedes Einzelnen

Kurzfristiges Ziel ist eine allgemeine Sensibilisierung der Trennmoral jedes Einzelnen. Idealerweise tritt anstelle der Entscheidung „Ich werfe Müll weg“ die Entscheidung „Ich werfe Altpapier (Kunststoffverpackungen, etc.) weg“.

### Phase 2 – Verankerung im öffentlichen Bewusstsein

Langfristiges Ziel ist die Verankerung der Trennmoral und des Müllvermeidens als Konsens im öffentlichen Bewusstsein. Nicht nur „Es ist wichtig, dass ich meinen Müll richtig trenne“, sondern „Es ist wichtig, dass wir alle unseren Müll richtig trennen.“ Denn wenn alle mitmachen, ist auch der kol

lektive Anreiz für jeden Einzelnen höher, sich zu beteiligen. Niemand kann sich dann mehr damit herausreden, dass ja sowieso keiner richtig seinen Müll trennt, und es deshalb nicht so wichtig ist, wenn man es auch mal nicht so genau nimmt.

### **Viel Erfolg für die Kampagne!**

Ich finde das Konzept für die neue Abfalltrennkampagne sehr charmant, und in der gestalterischen Umsetzung äußerst kreativ und gelungen – kurz gesagt, ich bin begeistert und konnte gar nicht genug bekommen von den lustigen Müll-Trenn-Wörtern.

Damit steht die Aktion ganz in der Tradition unserer früheren Kampagnen zur Mülltrennung und Abfallvermeidung, die ebenfalls nicht nur auf künstlich hohem Niveau waren, sondern vor allem den gewünschten Erfolg brachten. Ich kann mir vorstellen, dass viele Münchnerinnen und Münchner sich von der Müll-Trenn-Lust anstecken lassen und dann in der Praxis auch mitmachen und die Botschaft beherzigen.

Damit wird München dem Ruf als Champion der Abfalltrennung im internationalen Großstadtvergleich gerecht.

Die Aktion ist

- gut für die Reduzierung der Restmüllmengen in den Haushalten
- gut für den Geldbeutel, wenn kleinere oder weniger Restmülltonnen bestellt werden können
- gut für die Schonung von Müllverbrennungskapazitäten
- gut für das Image des AWM
- gut für den internationalen Ruf Münchens als saubere umweltfreundliche Großstadt.

Dem AWM wünsche ich gutes Gelingen und allen Bürgerinnen und Bürgern viel Spaß und viel Erfolg beim - MÜLL BESSER TRENNEN -

---

#### **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](mailto:silke.pesik@muenchen.de)

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