

# Vermeidung von Littering im öffentlichen Raum

## 1. Einleitung

Im deutschen Sprachraum gibt es bisher keine einheitlich festgelegte Definition für den Begriff „Littering“. Ein Vergleich zwischen Littering und illegaler Müllentsorgung kann hilfsweise für mehr Klarheit sorgen. Während unter Littering das unachtsame und absichtliche Wegwerfen oder Liegenlassen von Kleinstmüll wie z. B. Take-Away-Produkten oder Zigarettenresten im öffentlichen Raum zu subsumieren ist, handelt es sich bei der illegalen Müllentsorgung um die wissentliche Entledigung von größeren Abfällen zur Beseitigung wie z. B. Baustoffabfällen, Autoreifen, gefüllten Müllsäcken oder Sperrmüll. Einhergehend damit ist auch bei der Ermittlung und Ahndung zu unterscheiden zwischen der Stadtpolizei für das Littering und dem Umweltamt bei illegalen Müllablagerungen. Das Littering ist nach der Gefahrenabwehrverordnung reglementiert und die illegalen Abfallablagerungen sind im Kreislaufwirtschaftsgesetz geregelt.

Eine Reihe von wissenschaftlichen Studien zum Littering im öffentlichen Raum beschreiben dessen Ursachen und die Maßnahmen dagegen. Wegweisend sind hier zwei Studien.

Die Berliner Humboldt-Universität hat im Jahr 2007 im Auftrag mehrerer kommunaler Reinigungsunternehmen eine Studie erstellt, die sich auseinandersetzt mit der Wahrnehmung von Sauberkeit im öffentlichen Raum, mit den Ursachen von Littering und den Maßnahmen gegen Littering sowie einer Feldstudie mit der Evaluation von Anti-Litteringmaßnahmen. Im Jahr 2017 wurde die Folgestudie veröffentlicht.

Die Eidgenössische Technische Hochschule Zürich hat im Jahr 2014 ein Feldexperiment zur Analyse der Wirksamkeit von humorvollen, umweltorientierten und autoritären Plakaten gegen Littering herausgegeben.

Beide Untersuchungen kommen bei der Frage nach den Ursachen für Littering zu übereinstimmenden Ergebnissen. Die Zunahme der Freizeitgestaltung im öffentlichen Raum und die damit einhergehende Zunahme der Mobilität und des Unterwegskonsums der Menschen haben in den letzten 10 bis 20 Jahren zu einem wachsenden Abfallaufkommen und zu häufigeren Littern im öffentlichen Raum geführt.

Es wird zwischen mehreren verschiedenen Typen des Litterns unterschieden. Menschen, denen das Littering-Problem egal ist bzw. die kein Bewusstsein für die schädlichen Auswirkungen ihres Handelns haben. Dann gibt es die unter Gruppenzwang leidenden Menschen, die sich in Kreisen bewegen, in denen das Littern als „cool“ empfunden wird. Diese Gruppen der „coolen Litterer“ haben Anführer, die ihren Status durch Littern festigen wollen. Schließlich gibt es noch die bequemen Menschen, die sich des Problems bewusst sind, aber beispielsweise fehlende Abfallbehälter als Ausrede für ihr abweichendes Handeln angeben. Auf jeden Fall zählen die 18 – 30jährigen zu den Hauptverursachern von Littering.

Bei Befragungen haben ertappte Litterer als Hauptgründe für ihr abweichendes Handeln die eigene Bequemlichkeit angegeben und dass es sich ja nur um kleinere Objekte handele. Demnach werden überwiegend kleine Abfälle gelittert, bei denen möglicherweise die Hemmschwelle für das abweichende Verhalten deutlich geringer ist. Weitere Gründe für die Litterer sind, dass sie keine Konsequenzen erfahren, keine Abfallbehälter in der Nähe seien, sie in Eile seien oder dies Aufgabe der Stadtreinigung sei. Letztgenannter Grund wurde bei der Berliner Studie von den Litterern in der Studie aus 2017 deutlich häufiger genannt als in der aus dem Jahre 2007. Dies ist ein Indiz für das gestiegene Anspruchsdenken an staatliche Instanzen und Aufgaben.

Die hauptsächlich gelitterten Gegenstände sind Take-Away-Verpackungen und Zigarettenkippen, wobei sich das Verhältnis in den letzten 10 Jahren deutlich von den Zigarettenkippen hin zu den Take-Away-Verpackungen verschoben hat. Die überwiegend von Littering betroffenen Orte sind bereits verschmutzte Orte, bei Großveranstaltungen, soziale Brennpunkte, Grillplätze, Eingangsbereiche zu Bahnhöfen des ÖPNV, öffentliche Plätze, Haltestellen des ÖPNV, Grünanlagen und Gehwege.

Hinsichtlich der Maßnahmen gegen Littering kommen beide Untersuchungen unabhängig voneinander zu dem Ergebnis, dass eine Kombination von mehreren Maßnahmen am wirkungsvollsten gegen Littering ist. Zu diesen Maßnahmen gehören in erster Linie die auffällige Gestaltung der öffentlichen Papierkörbe und deren bedarfsgerechte Platzierung und Leerung. In Verbindung hierzu sollten Plakatkampagnen ausgerichtet auf den Verursacher, die überwiegende gelitterte Abfallart und den betroffenen Ort begleitend durchgeführt werden. Letztere sollten allerdings witzig gestaltet sein, zur Schonung der Umwelt aufrufen und an verinnerlichte Normen appellieren. Der Appell an die verinnerlichteten Normen der Menschen schafft einen inneren Anreiz zur Förderung normorientierten Verhaltens. Die Maßnahmen gegen Littering sollten sich vorrangig an die Hauptlitterer Gruppe der jungen Erwachsenen zwischen 18 und 30 Jahren richten.

Darüber hinaus werden noch weitere positiv wirkende Maßnahmen wie beispielsweise die offene bauliche Gestaltung von Plätzen und Durchgängen oder die Schaffung sozialer Kontrolle benannt, die substantiell zur Verminderung von Littering beitragen können. Vor allem Maßnahmen, die die Verbundenheit zum Wohn- und Arbeitsumfeld ansprechen und gleichzeitig verstärken, können erfolgversprechend sein.

Im öffentlichen Raum zeigt sich die Würde einer Stadt. Dazu bedarf es ein hohes Maß an Zivilcourage, Bürgerbeteiligung und Identifikation mit der Stadt.

## 2. Bisherige Maßnahmen in Wiesbaden

Die vier Handlungsfelder im Kampf gegen illegale Müllablagerungen (Grafik 1)



Es gibt vier Handlungsfelder zur Verbesserung der Situation von illegalen Müllablagerungen und Littering im öffentlichen Raum. Die Prävention, die Intervention, die Kundenorientierung und die Prozessoptimierung. In den drei Handlungsfeldern Prävention, Kundenorientierung und zuletzt auch in der Prozessoptimierung haben die ELW und die Stadt Wiesbaden in den letzten Jahren viele gute Fortschritte gemacht. Einzig im Handlungsfeld Intervention gibt es Defizite im Vergleich zu anderen Städten und auch im Handlungsfeld Prozessoptimierung ist das Ziel Reinigungsverantwortung in eine Hand noch nicht abgeschlossen.

Im Handlungsfeld Prozessoptimierung erfolgte durch die Bündelung von Reinigungsleistungen bei den ELW in den letzten zwei Jahren eine deutliche Verbesserung. So haben die ELW sukzessive die Reinigung von Straßenbegleitgrün, die Anliegerreinigung städtischer Ämter, die Leerung aller Papierkörbe im öffentlichen Raum und die Reinigung von Grünflächen und Kinderspielplätzen übernommen. Dennoch ist die Reinigung vieler öffentlicher Flächen weiterhin in der Verwaltung verschiedener städtischer Ämter. Dies gilt es kurzfristig in die Verantwortung der ELW zu übertragen.

Darüber hinaus ist es auch überlegenswert, alle Dienstleistungen im öffentlichen Raum zusammenzuführen. Hierzu zählt nicht nur die Reinigung der Flächen sondern auch deren Pflege und Unterhaltung. Dies wird bereits in vielen deutschen Städten so praktiziert.

#### Das 4-Stufenmodell der ganzheitlichen Betrachtung des Öffentlichen Raums (Grafik 2)



In Wiesbaden haben wir die 3. Stufe der oben aufgezeigten Organisationsstruktur fast vollendet. Die meisten Synergien im öffentlichen Raum sind allerdings durch die komplette Bündelung aller Dienstleistungen zu erzielen. Die Tendenz in vielen Städten geht hin zu einer ganzheitlichen Betrachtung des Stadtraums. Es wird nicht mehr von Straßen- bzw. Stadtreinigung gesprochen sondern vielmehr von Stadtbildpflege. Diese umfasst neben der Reinigung auch die Pflege und Unterhaltung. Öffentliche Flächen wie Straßen, Wege und Plätze sowie Grünanlagen, Kinderspielplätze, Waldflächen, Friedhöfe, Sportanlagen und Außenanlagen an städtischen Gebäuden sind die Visitenkarte einer Stadt. Die Passantin und der Passant nehmen ein schiefes Straßenschild, Müll auf der Straße, ungepflegtes Straßenbegleitgrün oder ein Schlagloch in der Straße wahr und

ordnen diese Eindrücke der Stadt insgesamt zu. Mängel werden in Wiesbaden von verschiedenen Zuständigkeiten zu unterschiedlichsten Zeiten behoben. Es gibt keine ordnende gebündelte Zuständigkeit für den öffentlichen Raum.

Städte wie z. B. Hürth, Rüsselsheim & Raunheim sowie Nürnberg gehen schon seit vielen Jahren den Weg der einheitlichen Bewirtschaftung des öffentlichen Raums. Hervorzuheben ist hier der Servicebetrieb Öffentlicher Raum in Nürnberg (SÖR). Nürnberg fasst unter einem Dach die Dienstleistungen Orange (Straßenreinigung und Winterdienst), Grün (Stadtgrün und Spielplätze) und Grau (Straßen, Brücken und Beleuchtung) zusammen. Die Vorteile der Bündelung von Aufgaben im öffentlichen Raum sind auch für Wiesbaden offensichtlich. Stadtplanung und Baumaßnahmen im öffentlichen Raum werden besser koordiniert, Schnittstellen zwischen Straßenbau und Grünflächenpflege werden besser abgestimmt, die Förderung bürgerschaftlichen Engagements wie etwa bei der Betreuung von Pflegepatenschaften für Baumscheiben oder Grünflächen iVm. Sauberkeitspatenschaften werden gestärkt und alle Maßnahmen im öffentlichen Raum werden besser koordiniert und wirtschaftlicher geplant und ausgeführt.

Das Handlungsfeld Intervention ist in Wiesbaden im Vergleich zu anderen Großstädten unterdurchschnittlich gut ausgestattet. In Wiesbaden ist beim zuständigen Umweltamt bislang nur eine Vollzeitkraft für die Kontrolle und Ermittlung von illegalen Müllablagerungen im gesamten Stadtgebiet zuständig. Eine weitere Vollzeitkraft ist für die Verfahrensabwicklung zuständig. Im Jahr 2019 konnten somit 39 Bußgeldverfahren gegen illegale Müllablagerungen durchgeführt werden. Im Vergleich hierzu hat die Stadt Wien bei 1,889 Mio. EW (Faktor 1:6,5 für Wi) mit 50 Müllkontrollkräften im Jahr 2019 insgesamt 9.688 Verfahren abgewickelt. Die Stadt Hamburg (EW Faktor 1:6,1) hat mit 31 Kontrollkräften 15.000 Bußgeldverfahren abgeschlossen, die Stadt Hannover (EW Faktor 1:1,8) mit 11 Kontrollkräften 1.099 Bußgeldverfahren und die Stadt Mönchengladbach (EW Faktor 1:0,9) mit 9 Kontrollkräften 750 Bußgeldverfahren.

In diesem Zusammenhang wird deutlich, dass der Aufwand für Kontrolle, Ermittlung und Ahndung von illegalen Müllablagerungen ein hoher ist im Vergleich zu den Ahndungen des Litterings nach der Gefahrenabwehrverordnung. Letzteres wird von der Stadtpolizei im Rahmen von regelmäßigen Kontrollen uniformiert und in zivil ausgeführt. Diese Kontrollen sollten jedoch künftig regelmäßiger und intensiver durchgeführt und mit einer statistischen Erhebung begleitet werden. Letzteres ist grundlegend für Städtevergleiche. In den meisten Fällen der Kontrolltätigkeit der Stadtpolizei bleibt es jedoch bei Ermahnungen. Sehr dringend ist der Handlungsbedarf bei den illegalen Abfallablagerungen.

Die Handlungsfelder Kundenorientierung und Prävention wurden von der Stadt in den letzten Jahren intensiv vorangetrieben. Die Zahl der öffentlichen Papierkörbe wurde seit 2016 um rund 450 erhöht. Davon allein 170 Papierkörbe in den Außenbereichen an Feld- und Waldwegen. Inzwischen haben wir in Wiesbaden knapp 700 Hundekotbeutelspender und damit ein ausgezeichnetes Angebot für Hundebesitzer geschaffen. Deutliches Indiz für diesen Erfolg ist die stetig steigende Zahl an Hundekotbeuteln in den letzten Jahren. Im Jahr 2011 hatten wir eine jährliche Verbrauchsmenge von 1,7 Mio. Beuteln, in 2015 waren es bereits 3,75 Mio. Beutel. Im Jahr 2019 wurden insgesamt 4,8 Mio. Beutel verbraucht und in 2020 hatten wir dann nochmals eine deutliche Steigerung der Verbrauchszahlen gegenüber dem Vorjahr von 14,5% auf 5,41 Mio. Beutel.

In Puncto Kundenorientierung wurde aber nicht nur die Zahl der Papierkörbe deutlich erhöht sondern gerade auch deren Sichtbarkeit. Mit den „Papiekos“ haben die ELW lustige Figuren auf die Papierkörbe gebracht, die für reichlich Gesprächsstoff in der Stadt sorgen. Allerdings besteht bei der Sichtbarkeit der Papierkörbe noch weiterer Verbesserungsbedarf. Auch die eingangs erwähnte Littering-Studie der Humboldt Universität kommt in ihrer Studie unter dem Punkt 4.1 „Zielstellung und Auswahl von Maßnahmen gegen Littering“ zu dem Schluss, „der Anteil gelitterten Abfalls ging in Experimentalgebiet 2, wo die Maßnahmenkombination aus auffällig gestalteten Abfallbehältern und einer Plakatkampagne eingesetzt wurde, erheblich zurück.“

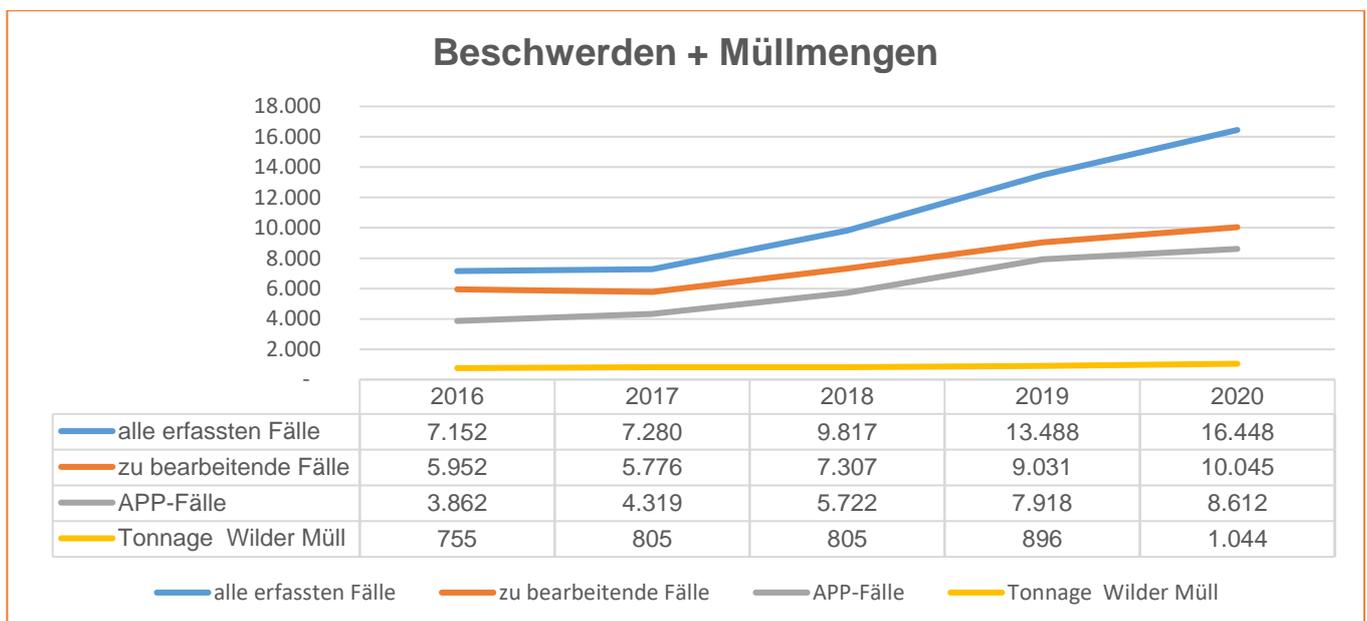
Auch im Handlungsfeld Prävention sind wir in Wiesbaden ausgezeichnet aufgestellt. Wie jede andere deutsche Großstadt auch haben wir einen jährlich wiederkehrenden Reinigungstag, an dem gesellschaftliche Gruppen viele Bereiche innerhalb der Stadt ehrenamtlich säubern. Hinzu kommt seit zwei Jahren der Rhine-Cleanup-Day, den die ELW auch unterstützen. Für die Grundschulkinder wurde ein Theaterstück zum Umgang mit Müll konzipiert und jährlich durchlaufen rund 1000 Schülerinnen und Schüler das Theaterstück. Zurzeit wird das Theaterstück online angesehen. Fast 20 Schulen mit rund 40 Schulklassen beteiligen sich an Sauberkeitspatenschaften. In den 7. Jahrgangsstufen der weiterführenden Schulen werden Workshops zu den Parallelen des Verhaltens im häuslichen Wohnzimmer und dem öffentlichen Raum durchgeführt. Aufgrund der Umstände in der Corona-Pandemie konnten viele dieser Präventionsmaßnahmen im Jahr 2020 nicht durchgeführt werden und dürften auch für das Jahr 2021 größtenteils entfallen.

Die eingangs erwähnten Studien der Humboldt-Universität und der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich zeigen auch die hohe Wirksamkeit von Plakatkampagnen. So fassen die Schweizer zusammen, dass die in der Feldstudie „gefundene Reduktion des Litterings durch humorvolle oder umweltorientierte Plakate um etwa 60% beträchtlich ist.“ Die Berliner Studie lobt die an Kinder und Jugendliche gerichtete Plakatkampagne der Stadt Köln aus dem Jahr 2017 als „ein sehr erfolgreich eingesetztes Mittel“, das „zu erheblichen Verbesserungen der subjektiven und objektiven Sauberkeit beigetragen hat“.

Schließlich sind noch die Sauberkeits-Hotline und die Saubere Wiesbaden App zu erwähnen, die gemeinsam dafür sorgen, dass Müll im öffentlichen Raum, wo er nicht sein sollte, von den Bürgerinnen und Bürgern einfach gemeldet werden kann und dann umgehend beseitigt wird. Hotline und Saubere App haben zur verbesserten Prozessoptimierung und Kundenorientierung beigetragen und sind aus einer Gesamtkonzeption für ein noch saubereres Wiesbaden nicht mehr wegzudenken.

Die nachfolgende Grafik des Jahresvergleiches der Fallzahlen von Sauberkeits-Hotline und Saubere Wiesbaden App im Verhältnis zu den gesammelten Müllmengen illegaler Ablagerungen zeigt deutlich, dass die Beliebtheit der Sauberen Wiesbaden App und der Sauberkeits-Hotline in Wiesbaden in den letzten Jahren deutlich angestiegen ist. Jedoch steigen die Müllmengen nicht kongruent zu den Beschwerden. Dies ist ein deutliches Indiz dafür, dass die Bürgerinnen und Bürger in Sachen Sauberkeit in ihrer Stadt viel sensibler geworden sind, aber zugleich nicht deutlich mehr Müll entstanden ist.

### Müllmengen im Verhältnis zu Verschmutzungsmeldungen (Grafik 3)



Allerdings ist das Jahr 2020 aufgrund der Corona bedingten Auswirkungen auf das Freizeitverhalten der Menschen ein besonderer Ausreißer. Die Menschen hatten viel mehr Zeit als zuvor zum Ausmisten, Renovieren, Umbauen u. ä. Die Menschen hatten sich viel mehr in der Natur aufgehalten und dort ihren mitgebrachten Müll einfach gelassen. Dies erklärt die Tatsache, dass die eingesammelte Menge an Wildablagerungen in 2020 nach Jahren der Stabilität erstmalig seit 2014 wieder über 1.000 Tonnen gestiegen ist.

### **3. Beispiele aus anderen Städten**

Als Beispiele für erfolgreiche Sauberheitskampagnen aus anderen Städten ziehen wir Hamburg, Frankfurt a. M. und die österreichische Hauptstadt Wien heran. Grundsätzlich ist festzustellen, dass es sich bei allen um langwierige Prozesse handelt, die mit Partnern ausgeführt werden müssen. Allen Städten gemein ist die oben beschriebene Situation der Reurbanisierung der Städte, der hohen Nutzungsintensität des öffentlichen Raums, der gestiegene Unterwegskonsum und die gestiegenen Ansprüche an die Sauberkeit der Städte iVm. den gesunkenen Haushaltsmitteln für die Reinigung. Bei diesen Entwicklungen sprechen wir von „Mega-Trends“, auf die Städte und Gemeinden adäquat reagieren sollten.

Die Stadtreinigung Hamburg hat Anfang 2018 mit der Ausweitung und Ergänzung ihrer Dienstleistungen begonnen und dabei auch neue Aufgaben wie die Reinigung von Grünanlagen aufgenommen. Zur Ausweitung und Ergänzung zählten u. a. auch die Frequenzerhöhung der Fahrbahnreinigungen pro Woche in Früh- und Spätschicht, die Einführung von Nassreinigungsverfahren in Problembereichen, die Reinigung von Nebenflächen wie Straßenbegleitgrün und sonstigen Straßenrandflächen, der Einsatz von Cleanteams zur kurzfristigen Beseitigung von Verschmutzungen nach Beschwerdeingang und die gezielte Verfolgung von Ordnungswidrigkeiten durch die „Waste-Watcher“. Ganz besonderes Augenmerk hat die Stadtreinigung Hamburg bei ihrer Sauberkeitsoffensive auf die Ausweitung der Papierkörbe gelegt. So wurden rund 1.000 zusätzliche Papierkörbe mit einem Gesamtvolumen von ca. 85.000 Litern montiert und 5 zusätzliche Papierkorbfahrzeuge mit 5 zusätzlichen Fahrern beschafft und eingestellt.

Im Rahmen ihrer Sauberkeitsoffensive ist die Stadtreinigung Hamburg Kooperationen mit Akteurinnen und Akteuren im öffentlichen Raum wie z. B. der Deutschen Bahn und der Deutschen Post eingegangen. Im öffentlichen Raum bewegen sich neben den Bürgerinnen und Bürgern sowie den Besucherinnen und Besuchern einer Stadt auch weitere Akteurinnen und Akteure wie z. B. Postzusteller, die auf Vorratskästen zurückgreifen müssen. Diese Kästen sehen meist durch Beklebungen und Farbschmierereien sehr unsauber aus, was sich negativ auf die Umgebung auswirkt und zusätzlichen Müll anzieht.

Die Stadtreinigung Hamburg verfolgt bei ihren Bestrebungen der Sauberkeitsoffensive sechs grundsätzliche Ziele des Senats:

- Spürbare Verbesserung der Sauberkeit
- Bündelung von Zuständigkeiten bei der Stadtreinigung Hamburg
- Verlässliche Regelreinigung
- Einfache Meldung von Verschmutzungen & deren zeitnahe Beseitigung
- Strukturelle finanzielle Absicherung über eine Straßenreinigungsgebühr
- Mehr Mittel für die Pflege der Parks

In den Rankings des britischen Nachrichtenmagazins „The Economist“ zu den lebenswertesten Städten weltweit landet Hamburg in den letzten Jahren regelmäßig in den Top 20 oder Top 10 vor anderen deutschen Städten wie München, Berlin, Frankfurt und Düsseldorf. Dies schreibt Hamburg auch seiner Sauberkeitsoffensive zu.

In Folge einer Studie des Open Urban Institutes zur Wahrnehmung und Bewertung von Sauberkeit am Beispiel der Stadt Frankfurt hat die Stabsstelle Sauberes Frankfurt in Kooperation mit dem Frankfurter Entsorgungs- und Service Unternehmen (FES) im Jahr 2017 die Initiative cleanffm ins Leben gerufen.

An der Studie haben 1.569 Menschen aus Frankfurt teilgenommen und ihre subjektive Einschätzung der Sauberkeit in der Stadt abgegeben. Dabei wurde herausgearbeitet, welche Ansprüche die Anwohner an die Sauberkeit haben und welche Aspekte der Unsauberkeit stärker ins Gewicht fallen als andere. So spielen auch Variationen der Einschätzung nach Stadtteil und Alter eine wesentliche Rolle und welche Orte als besonders unsauber wahrgenommen werden.

Neu im Vergleich zu den im Kapitel Einleitung genannten Studien ist bei der Frankfurter Studie die monetäre Bewertung für Sauberkeitsmaßnahmen. Im Rahmen der Befragung konnte ermittelt werden, wieviel Geld den Befragten die Verbesserung des Sauberkeitszustandes von der Stufe sehr verschmutzt zur Stufe weniger verschmutzt über die Stufe noch weniger verschmutzt bis hin zur Stufe sauber wert ist. Dabei konnten die Befragten bis zu 130 fiktive Euro auf die 3 Verbesserungsschritte verteilen. Die höchsten Geldbeträge und damit gleichbedeutend die höchste Bedeutung in den Verbesserungsschritten von 13 Verschmutzungskategorien wurden in den folgenden 6 Kategorien genannt:

- Papierkörbe
- Littering
- Wilde Müllablagerung
- Glasscherben
- Sperrmüll
- Hundekot

Für die Kampagne cleanffm wurden somit das Littering und die Papierkörbe als das Hauptproblem in der Stadt Frankfurt ausgemacht. In der Frankfurter Feldstudie hat sich auch gezeigt, dass Litterer aus allen sozialen Schichten kommen, aber die Hauptakteure des Littering bei den jungen Erwachsenen (21-30 Jahre) zu finden sind. Ebenso wie in den o. g. Studien werden als Gründe des Litterings Bequemlichkeit und Gleichgültigkeit angegeben. Demzufolge konzentriert sich der Ansatz von cleanffm auf das Miteinbeziehen der Verursacher von Verschmutzungen und nicht auf das Belehren. Das Ziel ist der Aufbau einer aktiven Community, mit deren Hilfe alle gesellschaftlichen Gruppen erreicht werden sollen.

Zu den Maßnahmen gehören vor allem neue Papierkörbe, die größer und sichtbarer als die alten sind und somit mehr Aufmerksamkeit erzeugen. So werden die Flächen der größeren Papierkörbe zur Werbung der Kampagne und für informative Sprüche genutzt. Außerdem wurden Sauberkeitsbotschafter (meist im Alter der Zielgruppe) eingestellt, die mit ihrer freundlichen Ansprache gezielt Jugendliche und junge Erwachsene auf das richtige Müllverhalten aufmerksam machen.

Ebenso wie die Stadt Hamburg hat auch Frankfurt Kooperationspartner für seine Kampagne angeworben, um neben den Akteuren im öffentlichen Raum auch Sponsoren und prominente Fürsprecher für die Kampagne zu gewinnen. Im Rahmen der Kampagne finden bei diversen Frankfurter Festen Aktionen wie z. B. abfallarmes Feiern statt.

Die Stadt Wien bringt die saubere Stadt auf eine kurze Formel: Sauberkeit ist das Ergebnis einer Summe vieler Maßnahmen. Aber nicht das allein hat dazu geführt, dass die Stadt Wien bereits seit Jahren in verschiedenen Rankings ganz oben in der Liste der lebenswertesten Städte weltweit auftaucht.

Die Aktion Saubere Stadt startete in Wien im Jahr 2006 mit einem umfassenden Maßnahmenpaket. Dabei setzt Wien auf eine ausgedehnte Infrastruktur für eine saubere Stadt. Dazu zählen fast 21.000 auffällig gestaltete Papierkörbe, rund 1.200 frei stehende Aschenrohre in Zigarettenform und knapp

3.000 Hundekotbeutelspender. Ebenso wichtig für die Kampagne ist die Arbeit der „Waste Watcher“, die neben ihrer Ansprache und Beratung auch zum Erteilen von Ordnungswidrigkeiten befugt sind. Schließlich zielt die Kampagne ab auf die Eigenverantwortung und Mithilfe der Wiener Bevölkerung und auch der Berufspendlerinnen und –pendler sowie die Touristinnen und Touristen.

Mit den drei Säulen Bewusstseinsbildung, Servicesteigerung und Sanktionsmöglichkeiten werden die konkreten Probleme wie z. B. das Liegenlassen von Hundekot oder das Littern von Zigarettenresten konsequent angegangen. Begleitend hat Wien ein „Misttelefon“ und eine Sauberkeits-App mit einem Beschwerdemanagement, diverse Putzaktionen wie den Frühjahrsputz und Sauberkeitsmessungen. Außerdem werden auch Einflüsse auf die wahrgenommene Sauberkeit abseits der üblichen Straßenreinigung wie beispielsweise illegale Plakatierungen und Farbschmierereien, verwahrloste Stadtmöbel oder Pflasterflächen und unangenehme Gerüche durch Wildpinkler angegangen.

Ganz entscheidend für die Sauberkeitskampagne in Wien sind die 50 hauptamtlichen Waste Watcher und die rund 400 ausgebildeten Mitarbeiter von den knapp 1.100 Straßenkehrerinnen und –kehrer der Wiener Stadtreinigung, die neben der Aufklärung auch Organstrafen in Höhe von 50€ oder Anzeigen bis zu 2.000€ erteilen. Die eingenommenen Strafgebühren werden zweckgebunden für Sauberkeitsmaßnahmen verwendet. Im Jahr 2019 haben die Waste Watcher insgesamt 9.688 Amtshandlungen (Ermahnung, Organstrafe, Anzeige) vollzogen, davon betrafen 381 den Hundekot und 8.754 Zigarettenreste.

#### **4. Zusammenfassung und weitere Maßnahmen**

Vor allem die Beispiele der oben genannten drei Städte zeigen, dass wir in Wiesbaden bereits viele gute Aktionen in Sachen Sauberkeit in der Stadt ausführen. Es zeigt sich auch, dass einige Städte erst dem Wiesbadener Vorbild gefolgt sind. So hat die Stadt Hamburg ihre veraltete App für Mängelmeldungen im Jahr 2017 angepasst und sich dabei an der Sauberen Wiesbaden App mit ihrer einfachen Bedienbarkeit und ihrem niedrighschwelligem Zugang orientiert.

Neben der sehr gut angenommenen Sauberen Wiesbaden App betreiben die ELW auch wie andere Großstädte im deutschen Sprachraum ein Qualitätsbewertungssystem. Mittels dessen werden zufällig ausgewählte Straßenabschnitte nach objektiven Kriterien in ihrem Sauberkeitszustand bewertet. Durch die im Jahr zusammenkommende Vielzahl von Bewertungen zu unterschiedlichsten Tages- und Jahreszeiten entsteht ein objektives Sauberkeitsbild von Straßen und Stadtbezirken. Bei den Auswertungen können bestimmte Objekte herausgefiltert werden wie z. B. nur Papierkörbe oder nur Bushaltestellen. Es kann aber auch nach bestimmten Verschmutzungstatbeständen wie z. B. Hundekot oder Kleinstmüll selektiert werden. Diese Qualitätssicherung eröffnet im Rahmen ihrer Auswertung auch Hinweise auf Verschmutzungsschwerpunkte in bestimmten Verschmutzungskategorien. Wird beispielsweise bei einer Straße sehr häufig Hundekot als Grund für eine negative Sauberkeitsbewertung angegeben, kann daraufhin die Stadtpolizei gezielt zu Kontrollen veranlasst werden.

Vieles von den Maßnahmen, die die Städte Frankfurt, Hamburg und Wien in ihren Sauberkeitsoffensiven praktizieren, findet also auch in Wiesbaden bereits seit einiger Zeit erfolgreich Anwendung. Dennoch müssen wir in Wiesbaden noch weitere Verbesserungen vorantreiben.

- Im Handlungsfeld Intervention sollte der konsequente Einsatz von Müllkontrollen gegen illegal abgelagerten Abfall und allgemeines Littering verstärkt sowie der bestehende gesetzliche Bußgeldrahmen voll ausgeschöpft werden.
- Im Handlungsfeld Prozessoptimierung sollten die ganzheitliche Betrachtung und die Bündelung aller Dienstleistungen im öffentlichen Raum weiter vorangetrieben werden.

- Im Handlungsfeld Kundenorientierung sollte die deutliche Erkennbarkeit aller öffentlichen Abfallbehälter hergestellt werden.
- Im Handlungsfeld Prävention sollte eine Plakatkampagne initiiert werden, die positive Verhaltensänderungen bei den Zielgruppen bewirkt.
- Im Handlungsfeld Prävention sollte im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit die Maßnahme der „Müll-Scouts“ etabliert werden. Denkbar ist hier aber auch nach dem Vorbild der Städte Hamburg und Wien die Kombination mit den Müllkontrollen zu sog. Waste-Watchern.

Entscheidend wird die Wirkung der Maßnahmenkombination sein, wie dies die Erfahrungen der anderen Städte bereits zeigen. Eine sehr gute Ergänzung ist auch der gezielte Einsatz von Stadtteilkümmerern, so wie wir dies bis vor zwei Jahren im Inneren Westend durch eine Zusammenarbeit von ELW und Kubis e. V. mit dem Stadtteilhausmeister bereits hatten. Die direkte Ansprache hat meist eine nachhaltigere Wirkung als bloße Infoblätter und Plakate. Es geht um die Förderung der dauerhaften Verhaltensänderung der Menschen, damit positive Anti-Littering Normen verinnerlicht werden. Es geht auch um die Schaffung einer „Kiez-Identität“, damit die Menschen mehr auf das saubere Erscheinungsbild ihres unmittelbaren Wohnumfeldes achten.

Anti-Littering Maßnahmen sollten nach den Erkenntnissen der Berliner Studie an der Wohnortverbundenheit ansetzen (z. B. mit Patenschaften und Aktionskampagnen wie regionalen Sauberkeitsaktionen). Mit der Stärkung der Verbundenheit wächst auch die soziale Kontrolle, die einen positiven Einfluss auf das Sozialverhalten auch der Menschen hat, die nicht in dem Stadtteil leben.

Die moderne Hirnforschung hat nachgewiesen, dass die Menschen am besten lernen oder sich verändern, wenn sie von einer Sache begeistert sind. Eine Sauberkeitskampagne in Wiesbaden muss bei den Menschen Begeisterung für eine saubere Stadt auslösen und sie dazu veranlassen, entweder erst gar keinen gelitterten Müll entstehen zu lassen oder diesen umgehend zu beseitigen, damit kein weiterer dazu kommt. Eine Sauberkeitskampagne kann die Menschen zu einer nachhaltigen Veränderung nur einladen, sie aber nicht dazu zwingen. Je mehr Menschen sich an guten Beispielen beteiligen, wirkt dies viel mehr, als wenn den Verhaltensabweichlerinnen und Verhaltensabweichlern Vorhaltungen gemacht werden.

Bevor eine auf Wiesbadener Verhältnisse abgestimmte Sauberkeitskampagne gestartet wird, bedarf es einer grundsätzlichen Erhebung bzw. Analyse der Ist-Situation. Eine repräsentative Befragung ausschließlich der Wiesbadener Bevölkerung durch das Amt für Statistik und Stadtforschung kann Aufschluss über Einstellungen zur Sauberkeit geben. Auf Basis dieser Befragung können dann Zielgruppen und Handlungsfelder einer Kampagne definiert werden.

Die Sauberkeitskampagne für Wiesbaden sollte identitätsstiftend, begeisternd und nachhaltig sein, so dass Sauberkeit zur Herzensangelegenheit aller in Wiesbaden lebenden und arbeitenden Menschen wird. Die Kampagne erzeugt ein besonderes, ein eigenes Lebensgefühl. Dabei können bestimmte Lebenssituationen wie z. B. ein Umzug mit der adäquaten Müllbeseitigung wie der kostenlosen Sperrmüllanmeldung verbunden werden. Es gilt, diese typischen Lebenssituationen aufzuzeigen und dafür eine geeignete Lösung anzubieten. Raucherinnen und Raucher an Bushaltestellen finden eindeutig gestaltete Aschenbecher vor, bevor sie in den Bus einsteigen.

Wenn wir uns deutlich machen, dass die Sauberkeit der Wirkfaktor von Sicherheit, zumindest von der subjektiv empfundenen Sicherheit der Bürgerinnen und Bürger ist, dann kann es gelingen, das gemeinsame Lebensgefühl für Sauberkeit herzustellen. Dabei wird auch die Verzahnung von Verwaltungshandeln mit dem engagierten Bürgersinn eine wesentliche Rolle spielen. Hierzu müssen die erforderlichen Organisationsstrukturen für den über Jahre andauernden Prozess geschaffen werden.