
Abfallwirtschaftsbetrieb

Ausschuss für Umwelt und Verkehr
Öffentlich

03.03.2015
TO Nr. 5

Einführung der Bioabfallsammlung im Landkreis Göppingen Kommunikationskonzept

I. Beschlussantrag

Kenntnisnahme.

II. Sach- und Rechtslage, Begründung

1. Beschlusslage

In der Sitzung des Umwelt- und Verkehrsausschusses am 3. Dezember 2013 wurde die Einführung der getrennten Bioabfallsammlung im Landkreis Göppingen mit den folgenden Punkten beschlossen (Beratungsunterlage UVA 2013/59):

1. Die flächendeckende getrennte Bioabfallsammlung im Landkreis Göppingen wird eingeführt.
2. Die Erfassung der Bioabfälle erfolgt wöchentlich mittels Biobeuteln mit 7,5 Liter oder 15 Liter Volumen.
3. Die Betriebsleitung wird beauftragt, im Rahmen der nächsten Abfallgebührenkalkulation zusätzliche mengenorientierte Komponenten beim Restabfall vorzuschlagen und zu berechnen.
4. Die Betriebsleitung wird beauftragt, die getrennte Erfassung, den Transport und die Verwertung des Bioabfalls auszuschreiben.

Um die Motivation zu erhöhen, den Bioabfall direkt am Anfallort mit hoher Trennschärfe zu erfassen, wurde in der UVA-Sitzung am 18. März 2014 beschlossen (Beratungsunterlage UVA 2014/8):

1. Als Anreiz zur Abfalltrennung wird eine weitere Komponente zur mengenorientierten Gebührenerhebung eingeführt.
2. Zusätzlich zum 14-täglichen Abfuhrhythmus wird ein 4-wöchentlicher Turnus als Wahlmöglichkeit angeboten.
3. Die Betriebsleitung wird beauftragt, die 4-wöchentliche Restmüllabfuhr als Alternative zur 14-täglichen Abfuhr in die Gebührenkalkulation und die Abfallwirtschaftssatzung 2015/2016/2017 aufzunehmen.

2. Sammelsystem

Gesammelt werden die Bioabfälle in Kunststoffbeuteln. Zur Wahl stehen Beutel mit 7,5 Litern und mit 15 Litern Volumen. Sie können in extra eingerichteten Verkaufsstellen erworben werden: eine Rolle mit 10 Beuteln à 7,5 Liter kostet 2,50 EUR, eine Rolle mit 10 Beuteln à 15 Liter kostet 5,00 EUR (§ 22a Abfallwirtschaftssatzung).

Spätestens zum Beginn der Sammeltätigkeit am 1. Juli 2015 werden rund 120 Verkaufsstellen im Landkreis Göppingen die Beutelrollen anbieten.

Die gefüllten Biobeutel werden landkreisweit wöchentlich abgefahren.

3. Ergebnisse der Ausschreibung

Der Auftrag wurde im Mai 2014 europaweit ausgeschrieben. Das Ergebnis der Ausschreibung stellte sich wie folgt dar (Beratungsunterlage UVA 2014/33):

Los	Leistung	Auftragnehmer
1	Sammlung von Bioabfall Transport von Bioabfall zur Verwertungsanlage	Heilemann GmbH
2	Hochwertige Verwertung von Bioabfall in einer Vergärungsanlage Stoffliche Verwertung der Gärreste	ETG Entsorgung + Transport GmbH
3	Kombination Los 1 und Los 2 - entfällt -	
4	Lieferung von Beuteln	ETG Entsorgung + Transport GmbH
5	Lieferung von Sammeleimern	Johannes Buchsteiner GmbH & Co. KG
6	Lagerung von Beuteln und Sammeleimern Belieferung der Verkaufsstellen mit Beuteln Auslieferung der Startersets	ETG Entsorgung + Transport GmbH

Der Ausschuss für Umwelt und Verkehr stimmte der Vergabe am 7.10.2014 zu. Die Beauftragung ist am 30. Oktober 2014 erfolgt.

4. Kommunikationskonzept – Bausteine

Die Einführung eines neuen Systems in der Abfallwirtschaft oder Änderungen an einem bestehenden System erfordern im Vorfeld und begleitend besonders intensive Öffentlichkeitsarbeit. Um möglichst viele Bürger zu erreichen, wird die ganze Palette zur Verfügung stehender Informationswege genutzt. Dazu gehören sowohl die bewährten vom AWB herausgegebenen Druckerzeugnisse, themenbezogene Infoblätter und Plakate, die örtliche Presse und Mitteilungsblätter als auch elektronische Medien.

Im Zuge der Beratungen zur Einführung der getrennten Bioabfallsammlung hat der Umwelt- und Verkehrsausschuss mehrfach betont, dass auf eine umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit und Aufklärung der Landkreisbürger über das neue Sammelsystem großer Wert gelegt wird. Die Betriebsleitung wurde angehalten, eine breit an-

gelegte Informationskampagne zu initiieren. Diesem berechtigten Anliegen stand die Betriebsleitung stets offen gegenüber und hat eine intensive und engagierte Umsetzung zugesagt.

Im Einzelnen sind folgende Projekte und Maßnahmen vorgesehen, begonnen oder bereits durchgeführt:

4.1. Internet, Mailadresse und Servicetelefon

Im Dezember 2014 wurde die Website www.bioabfall-gp.de eingerichtet und sowohl mit der Internetseite des Abfallwirtschaftsbetriebs als auch mit der Seite des Landratsamts verlinkt.

Die zugehörige Mailadresse bioabfall@awb-gp.de steht ebenfalls seit Dezember 2014 zur Verfügung.

Die Telefonnummer für Fragen zum Bioabfall lautet seit Januar 2015 07161 202-7766.

Aktuelle Termine, Änderungen und sonstige Hinweise - auch zum Bioabfall - werden wie bisher auf der AWB-Homepage www.awb-gp.de unter der Rubrik „Aktuelles“ publiziert, da viele Bürger gewohnt sind, sich an dieser Stelle zu informieren.

Auch das Landratsamt veröffentlicht wichtige Meldungen des Abfallwirtschaftsbetriebs auf seiner Homepage www.landkreis-goepplingen.de unter der Rubrik „Aktuelles“.

4.2. Abfall ABC

Das Abfall ABC 2015, dessen Verteilung an alle Haushalte im Herbst 2014 erfolgte, enthielt bereits eine Doppelseite mit Informationen über Bioabfall.

4.3. Kundenzeitung mit Schwerpunkt „Bioabfall“

Anfang Februar 2015 erschien eine neue AWB-Kundenzeitung mit Schwerpunkt „Bioabfall“. Informiert wurde über die Gesetzeslage, Inhalt des Biobeutels, Starterset, Klimaschutz und weitere aktuelle Themen aus der Abfallwirtschaft.

4.4. Starterset

Um den Bürgern den Einstieg in das neue System zu erleichtern, werden ab dem 9. März 2015 sogenannte Startersets ausgegeben. Ein Set enthält 1 Vorsortiergefäß und eine Rolle mit 10 Biobeuteln à 15 Liter Volumen. Die Haushalte und Arbeitsstätten haben zusammen mit ihrem Gebührenbescheid 2015 einen Gutschein erhalten, mit dem sie sich ihr Set abholen können. Die Verteilung erfolgt über mobile Ausgabestellen, die in alle Städte und Gemeinden kommen. Damit jedermann die Möglichkeit hat, einen der Termine wahrzunehmen, wird es in jeder Stadt/Gemeinde drei Auslieferungsphasen geben: März/April, Mai/Juni und Juli/August.

4.5. Filstalwelle

Mit der Filstalwelle wurde vereinbart, drei Aufklärungsspots und fünf redaktio-

nelle Beiträge zu senden. Als Einstieg sollen die Bürger dazu angeregt werden, die Biobeutel zu verwenden. Dann wird erklärt, was hinein gehört, und schließlich, wozu die Trennung dient.

In den redaktionellen Beiträgen wird das Thema Bioabfall in größere Zusammenhänge gestellt. Z. B. wird es darum gehen, welchen Beitrag die Bioabfallverwertung zum Umwelt- und Klimaschutz leistet.

4.6. Kinospot

In Zusammenarbeit mit der Frey Film GmbH, Ravensburg, wurde ein neuer Kinospot konzipiert, der demnächst in den Göppinger und Geislinger Kinos anläuft. Es geht um Lebensmittelabfälle, die unglücklich sind, weil sie nutzlos im Restmüll ihr Dasein fristen. Dann dürfen sie in den Biobeutel, um mit anderen Bioabfällen zur Energieproduktion genutzt zu werden.

4.7. Pressemitteilungen und Anzeigen

Wie gut eingespielt die Kooperation mit der örtlichen Presse ist, zeigt sich aktuell bei der Berichterstattung über die Einführung der Bioabfallsammlung im Landkreis. Presse und Mitteilungsblätter der Gemeinden werden zeitnah vom Abfallwirtschaftsbetrieb über Planungen und Vorhaben informiert und die entsprechenden Berichte erreichen die Bürger meistens bereits am darauffolgenden Tag. Die Presstexte werden parallel auf den Internetseiten des Landratsamtes und des Abfallwirtschaftsbetriebs unter der Rubrik Pressemitteilungen veröffentlicht.

Auch Anzeigen in der Tageszeitung und in den Mitteilungsblättern werden im Einzelfall geschaltet - aktuell zur Veröffentlichung der Termine für die Ausgabe der Startersets.

4.8. Weitere Informationsmaterialien zum Thema „Bioabfall“

- Infozettel, Plakate und Aufkleber in den Verkaufsstellen für Biobeutel als Hinweis und Wegweiser für die Bürger
- Flyer in drei Sprachen (deutsch, russisch, türkisch) zu den Startersets mit Anleitung zur richtigen Trennung
- Mülltonnenanhänger im Mai 2015 als direkten Hinweis darauf, dass in der Abfallwirtschaft demnächst etwas Neues kommt
- Freistempler im Abfallwirtschaftsbetrieb mit „Bio“-Logo.

5. Handlungsalternativen

5.1. Keine zusätzlichen Kommunikationsmaßnahmen

Aufwendige Kampagnen zur Information und Motivation der Bevölkerung sind zeit- und kostenintensiv. Bei der Einführung eines neuen Systems kommt es erfahrungsgemäß zu einer Flut von Anrufen, Mails und Leserbriefen. Die Betriebsleitung ist mit dem Umwelt- und Verkehrsausschuss der Auffassung, dass durch die Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit wie beispielsweise gedruckte Medien und elektronische Verbreitungskanäle auf mögliche Bedenken oder Fra-

gen der Bürger eingegangen werden kann und solche Unsicherheiten im besten Fall im Vorfeld der eigentlichen Einführung des Systems ausgeräumt werden. Die Motivation der Bürger zur Nutzung des Biobeutelsystems kann nur durch gezielte Information angeregt und gesteigert werden. Deshalb wird eine Reduzierung des Kommunikationskonzeptes nicht empfohlen.

5.2. Erweiterung des Konzeptes

Anregungen des Ausschusses für Umwelt und Verkehr für weitere Bausteine werden gerne ins Konzept aufgenommen und umgesetzt.

6. Finanzielle Auswirkungen/Folgekosten

Die Einführung eines neuen Systems wie die Bioabfallsammlung und -verwertung erfordert im Vorfeld eine intensive und umfassende Öffentlichkeitsarbeit mit Nutzung möglichst unterschiedlicher Medien und Verbreitungschanäle. Die Aufwendungen hierfür sind im Wirtschaftsplan und in der Abfallgebührenkalkulation 2015/2016/2017 berücksichtigt. Im Wirtschaftsplan 2015 wurde ein Planansatz von insgesamt 386.260 Euro für die Öffentlichkeitsarbeit eingestellt.

7. Zukunftsleitbild/Verwaltungsleitbild - Von den genannten Zielen sind be- rührt:

Zukunfts- und Verwaltungsleitbild	Übereinstimmung/Konflikt				
	1 = Übereinstimmung, 5 = keine Übereinstimmung				
	1	2	3	4	5
Zukunft der Lebensstile	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zukunft der Klimasituation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zukunft der Energienutzung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kundenorientierung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Identifikation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Außenwirkung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

VI. Internetfreigabe

Freigegeben für die Veröffentlichung im Internet.