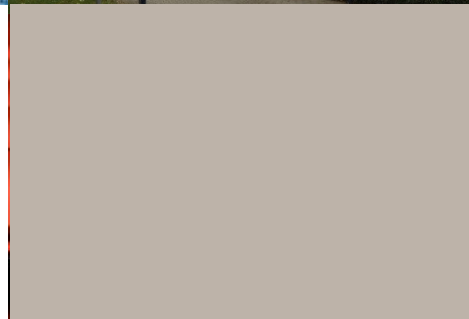


# Gladsaxe Kommune

Opsamling - Møde med viceværter i Værebros Park

23. juni 2015



Det overordnede formål med fokusgruppen/workshoppen var:

- At sikre, at eksperterne (viceværterne) bliver en aktiv del af kampagnen
- At få konkrete løsningsforslag til, hvad der skal afprøves i kampagneperioden med henblik på at finde løsninger, som forbedrer affaldssorteringen i Værebros Park

Kampagnestart forventes at være ultimo september. Før kampagnen skydes i gang, afholdes møde med repræsentanter for viceværter og andre relevante interessenter.

## **DAB, viceværterne:**

- Stefan, ejendomsinspektør
- Villy, ejendomsleder
- Peter, titelansat på ejendomskontoret
- Tommy, daglig leder for viceværterne
- Izair, vicevært

## **Beboere:**

- Ingelise, afd.bestyrelsen, formand for blokråd og legepladser (boet 19 år i VP)
- Martin, beboer (enlig, store børn flyttet hjemmefra)
- Susanne, beboer (to voksne + to teenagebørn, fem år i VP)

## **Samarbejde:**

Der er et godt samarbejde mellem afd. Bestyrelsen og viceværterne

Ud over konklusionerne fra brugerundersøgelsen var det vigtigt at få viceværternes og beboernes erfaring med målgruppen (beboerne), og hvad de væsentligste udfordringer med affaldssorteringen er:

## **Målgrupper:**

- Ca. 25 % er ligeglade med affaldssortering (og ikke til at nå)
- Mange sociale (og andre) udfordringer, som er vigtigere end affald
- Sproglige og kulturelle barrierer, som betyder, at mange ikke forstår information eller ved, hvorfor og hvordan man sorterer affaldet (en meget forskelligartet målgruppe)

## **Samarbejde:**

- Godt forhold ml. viceværter og beboere
- Tager snakken med beboere, hvis viceværterne ser "fejl"
- Blokfolkene er ofte i dialog med andre beboere

Udfordringerne i forhold til at få beboerne til at sortere affaldet korrekt kan overordnet deles op i følgende overskrifter:

## **Kommunikation**

- Beboerne ser/læser/forstår ikke informationsmateriale
- Beboerne opsøger ikke selv information – og ved ikke, at de gør det forkert
- Manglende forståelse for *hvorfor* og *hvordan* man sorterer

## **Containerne og det fysiske**

- Placering (adskilt, både ved opgang og ved storskraldrum)
- Manglende container til restaffald (giver restaffald i de øvrige)
- Renovatør af og til ustabil
- Overfyldning og fejlsortering (og henkastet affald) giver mere fejlsortering

I forhold til DAB og viceværternes arbejde i Værebros Park opleves følgende udfordringer:

## **Økonomisk**

- Eftersortering af affaldet vil fremover blive dyrt for DAB (og i sidste ende for beboerne)
- Viceværterne bruger (for) meget tid på at rydde op etc. – tid, som kunne være brugt mere effektivt og på mere serviceorienterede opgaver (= man kunne få mere for pengene ved bedre affaldssortering)

## **Samarbejde med kommunen**

- Føler ikke, at man er inddraget nok i processen, da containerne blev introduceret
- Ønsker at kommunen tager diskussionen med renovatøren

## Udvælgelse af en enkelt blok

I forbindelse med den kampagne, som skal løbe af stablen i efteråret 2015, foreslås det, at der udvælges en enkelt blok.

- Vælg en af de lave blokke med få problemer
- Afprøv en skræddersyet løsning til den udvalgte blok
- Mulighed for at engagere beboere og målrette kommunikationsindsatsen
- Mulighed for at sammenligne resultater med de øvrige blokke, som ikke er engageret i kampagnen, for at vurdere, om tiltagene virker.

# Løsningsforslag (det fysiske)

## **Containere/indretning:**

- Samle alle fraktioner, så containerne står samlet
- Overveje færre containere og evt. ny placering
- Placering tæt på blokkene (så der ikke er for langt at gå for beboerne)
- Have en restaffaldscontainer sammen med containere til genanvendeligt affald

## **Storskrald:**

- Bemandet storskraldsplads, fx med aftenåbent
- Container (eller plads) til ukurant affald – eller affald, man er i tvivl om
- Lave mini-genbrugsbutik/-plads med ting, der er for gode til at smide ud (på længere sigt, skal evt. bemandes af beboere)

## **Skaktene:**

- Luk skakten (hvis der gives tilladelse til det)



# Løsningsforslag (involvering)

For at skabe engagement og viden blandt beboerne blev det foreslået, at en central del af kampagnen skal fokusere på at involvere beboerne:

- Gå efter ildsjæle i første omgang (størst chance for succes)
- Engagere pensionister (hjemmegående) som en slags "små blå mænd"
- Uddanne beboere i affaldssortering (fx som frivillige lokale affaldsguides og/eller generelle mini-kurser/møder for alle i opgangen)
- Engagere børnene
- Lade frivillige (lokale affaldsguides eller "små blå mænd") gå med en vicevært rundt en dag/formiddag
- Hyre affaldsguides til at være ved containerne og vejlede beboerne, fx 2-3 eftermiddage om ugen i kampagneperioden

Der ligger en stor opgave i at "nå" beboerne med informationen om, *hvordan* affaldet skal sorteres, og for at forklare, *hvorfor* det er vigtigt at man sorterer affaldet.

Kommunikationen og informationsmaterialerne skal:

- Benytte visuelle virkemidler frem for ord (entydig kommunikation uanset sprog)
- Forklare med tydelige billeder/illustrationer, hvordan affaldet skal sorteres
- Vise tydeligt med billeder/illustrationer, hvilket affald der skal i hvilken container
- Fortælle historien om, hvad der sker med affaldet (så folk forstår, hvorfor det er vigtigt at sortere affaldet)
- Fortælle om den økonomiske gevinst (og de økonomiske konsekvenser af *ikke* at sortere = huslejestigninger)
- Være massiv og vedholdende (fordi man ikke rammer alle første gang)

Hvis vi skal nå ud til beboerne med information, er det vigtigt at ramme dem der, hvor de er modtagelige for at høre om affaldssortering/føler at informationen er relevant.

## **Direkte, personlig kontakt:**

- Viceværter som vejledere/kontaktpersoner
- Affaldsguides (både lokale "små blå mænd" og guides i bestemte tidsrum ved containere)
- Beboerkontoret

## **Visuel kommunikation:**

- Skiltning ved og på containere og ved storskrald
- Skiltning ved skakt
- Skiltning på viceværternes biler/køretøjer i området

## **Distribution af materialer, nyheder etc.:**

- Værebroposten, Facebookgrupper
- Mails og SMS

## **18. August 2015** – drøftelse af oplæg til kampagne:

- Indretning af containerpladser
- Involvering
- Kommunikationsmaterialer

## **August/september** – Forberedelse:

- Aftaler med involverede (renovatør, viceværter, DAB, interessenter)
- Etablering
- Produktion af materialer (skilte, foldere, klistermærker etc.)

## **Oktober/november**

- Gennemførelse af kampagne