

Bedre kommunikation – bedre plast?

Et forsøg støttet af Miljøstyrelsen



PlanMiljø

Indledning

AffaldPlus-kommunerne har i deres affaldsplaner for 2014-18 besluttet, at der skal indføres nye ordninger for en række genanvendelige materialer for bl.a. at bidrage til opfyldelsen af de nationale mål i Regeringens Ressourcestrategi. I den forbindelse har kommunerne besluttet, at metal, glas og plast (MGP) skal indsamles som én fraktion med henblik på efterfølgende opdeling på et sorteringsanlæg.

Med støtte fra Kommunepuljen gennemfører AffaldPlus i 2017 projektet Øget og bedre plastgenanvendelse, der sigter på at afdække forskellige forhold vedrørende genanvendelse af plast, og som nærværende pjeces er et delresultat af.

Pjecen, du sidder med, opsamler observationer og konklusioner fra projektets undersøgelse af kommunikationsindsatser for øget og bedre sortering af plast i en samlet MGP fraktion.

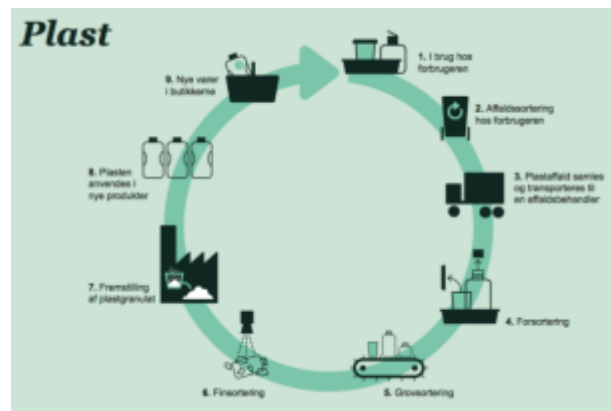
Borgernes evne til at sortere affaldet korrekt har stor betydning for både genanvendelsen og økonomien for de sorteringsanlæg, der håndterer det indsamlede affald. Erfaringer viser, at plast er vanskeligt for borgerne at sortere i den kvalitet, der skal til for at sikre god genanvendelse.

Der er derfor i projektet indsamlet erfaringer med effektiv kommunikation og opstillet en række kommunikationstiltag, som kan bidrage til, at

kommuner og affaldsselskaber opnår den bedst mulige MGP-indsamling af plastaffald fra husholdningerne.

Indsamling og sortering af plast fra husholdninger skal bidrage til en mere effektiv genanvendelse og ressourceudnyttelse af husholdningsaffaldet. Værdikæden for plast fra forbruger til nyt produkt indeholder mange led, og kildesorteringen udgør blot et af de elementer, der i sidste ende skal være på plads for at muliggøre genanvendelse af affaldet som råvarer i ny produktion: Affaldet skal sorteres i husstanden, plasten indsamles, håndteres, sorteres en eller flere gange derefter, granuleres og endelig oparbejdes til nye råvarer.

Figuren fra Miljøstyrelsens kampagne 'Kend dit affald' illustrerer hele værdikæden og de væsentlige aktiviteter for genanvendelse af plast:



Projektets kommunikationsindsats har til formål at støtte op om en effektiv husstandssortering og efterfølgende håndtering af MGP-fraktionen.

Med sigte på at styrke kommunikationsindsatsen i projektet, og også ved igangsætning af den helt udrullede MGP-sortering, er der indsamlet erfaringer og materialer, som andre steder i landet har vist sig givtigt i forhold til at sikre en effektiv samlet værdikæde for indsamling og genanvendelse af udvalgte materialer.

De typiske elementer i en kommunikationsstrategi er alle relevante i denne sammenhæng. Det er

ikke mindst vigtigt at orientere borgerne om de ændringer, der sker – og lytte til deres bekymringer.

Kommunikationsstrategien kan have følgende elementer:

- Mål for kommunikationen
- Målgruppe
- Budskab
- Midler
- Opfølgning.

Resume af kommunikationsanbefalinger

- Samarbejde på tværs af værdikæden angives som afgørende. Der er brug for dialog mellem kommuner, indsamlere, borgere og afsætningsstederne for at viderebringe informationer tilbage i værdikæden.
- Der er positive erfaringer med at informere alle led om, hvad der sker med fraktionerne efterfølgende. På den måde vil borgere, indsamlere og medarbejdere få en samlet forståelse for vigtigheden af korrekt sortering.
- Fortællingen om den gode affaldshistorie anbefales: Hvordan indsamles affaldet (uden sammenblanding), hvordan sorteres det, hvor kommer det hen, og hvad kan det bruges til?
- Pisk eller gulerod? De fleste adspurgte kommuner og forsyningselskaber har valgt at fortælle borgerne om, både hvad der må og hvad der ikke må komme i beholderen, hvilket har givet markant bedre resultater på sorteringen.
- Større samlet bebyggelse er generelt dårligere til korrekt affaldssortering sammenlignet med en-familieboliger.
- Ekstra kommunikation omkring jul er anbefalet, da der her forekommer særlige affaldstyper og problematikker.
- Sommerhusområder er særligt problematiske for affaldssortering. Dette skyldes både kommunikationsbarrieren i forskellige sprog og forskellige vaner samt problematiske adgangsforhold for indsamlere, der ofte er dårligere end ved helårshusene.
- Informations-hængere på beholderen opleves som en af de bedste kommunikationsmetoder for bedre sortering. Beholdere med fejlsorteringer tømmer ikke, og fejlen angives på en hænger, så borgerne nemt kan se og rette deres fejl – også for fremtiden.

Mål for kommunikationen

Det skal på forhånd afgøres, hvilke resultater og mål man ønsker at opnå med kommunikationen. Udgangspunktet er, at der MGP-sorteres, og det helt overordnede mål er høj grad af genanvendelse med mindst muligt besvær for borgerne og bedst mulig økonomi.

- Nogle kommuner ønsker, at borgerne skal sortere så lidt som muligt ('al plast er god plast'), idet den "dårlige" plast frasorteres på sorteringsanlæg. Dette vurderes at være nemt for borgerne at forstå og administrere. Det skal overvejes, om man derved "holder borgerne for nar" ved at lade dem sortere affald til genanvendelse, som så alligevel ender i forbrænding.
- Andre kommuner ønsker, at borgerne løfter en større del af sorteringsopgaven og derfor informeres mere detaljeret om, hvad der skal i spanden – og hvad der ikke skal. Dette er dog en mere omfattende kommunikationsopgave for kommunen. Disse kommuner oplever, at borgerne rent faktisk, når systemet er vel implementeret, er velvilligt indstillede for at sortere.

Ligeegyldigt hvilken tilgang man vælger, anbefales det at lave en kommunikationsplan, så borgerne også bliver klædt på til opgaven og ved, hvad der skal ske. Det er vigtigt at orientere borgeren om de ændringer, der sker – og lytte til deres bekymringer.

Særlige udfordringer

Gennem litteraturstudier og interviews er der identificeret en række særlige udfordringer, der skal tages hånd om for at opnå en god genanvendelig fraktion. Generelt oplistes følgende udfordringer:

- Rester (dagrenovation) i dunke og bølter (dårlig tømning).
- Gode ressourcer i poser. Det er i høj grad dåser, der smides i poser. Flere kommuner har ligesom AffaldPlus oplevet, at poser med brugbare materialer ender i rejekt. Sønderborg har haft særskilt kampagne (Facebook, hjemmeside, flyer til husstande) omkring problemet, der dermed er blevet afhjulpet. Aabenraa har med gode resultater mindsket beholderens hul, så hele poser ikke kan kastes i.
- Folie og pap, der ikke er adskilt, fx ølrammer.
- Forvirring omkring forskel på plasttyper. Frederiksberg Kommune har besluttet, at 'Al plast er god plast', hvilket har haft en meget positiv effekt på indsamlingseffektiviteten. Andre kommuner har lavet videoer, der viser forskel på hård og blød plast ('kan trommes på', 'bindes knude på' etc.).

Sortering i større samlede bebyggelser

Etageejendomme har generelt en ringere sortering end enfamilieboliger. Ved etageejendomme er det særligt vigtigt, at der ikke ligger fejlsorteringer i beholderen, da det kan have en bølgeeffekt på de andre beboere i boligområdet, der lærer af hinanden. Derfor kan 'affaldsambassadører', fx viceværter, der er undervist i korrekt affaldssortering, være gavnlige. Beholdere i forskellige farver til forskellige fraktioner anbefales ligeledes, ligesom sorteringsvejledninger på lågene kan være en fordel.

Blød plast

Der er mellem aktørerne divergerende holdninger til blød plast i genanvendelsesbeholderen. Nogle mener, at det er for besværligt ift. den mulige gevinst (både mængde af genanvendelse og økonomi), mens andre er glade for fraktionen, da den kan forbedre økonomien.

Mange fortæller om problemer med, at der sidder rester i folien af fx pap, og at folien er beskidt og derfor frasorteres som rejekt på anlægget. Særskilte kampagner herpå kan forbedre sorteringen markant.

Sæsonkommunikation

Ekstra kommunikation omkring jul er anbefalet, da der her forekommer særlige affaldstyper og problematikker fx:

- Generelt større mængder genanvendeligt affald over juleen
- Juletræsnet er problematiske for sortering
- Gavepapir er ikke til papirbeholderen
- Fyrværkeri
- Ændrede tømningstider.

Sommerhusområder

Sommerhusområder udgør en særlig udfordring for affaldssortering, dels fordi der kan være en kommunikationsbarriere i kraft af forskellige sprog og forskellige vaner (fx sorterer tyskerne affald anderledes, end det typisk sker i Danmark), og dels fordi der fx kan være udfordringer ved adgangsforholdene for indsamlere.

Derfor kan kommunikation på både tysk og engelsk være en fordel.

Affaldsøer i sommerhusområderne kan lette indsamlingen og øge den genanvendelige fraktion markant, og til tider kan en fritagelse fra indsamlingsordningerne være nødvendig, hvis plastfraktionen fra sommerhusområder er så dårlig, at den ødelægger den totale fraktion.



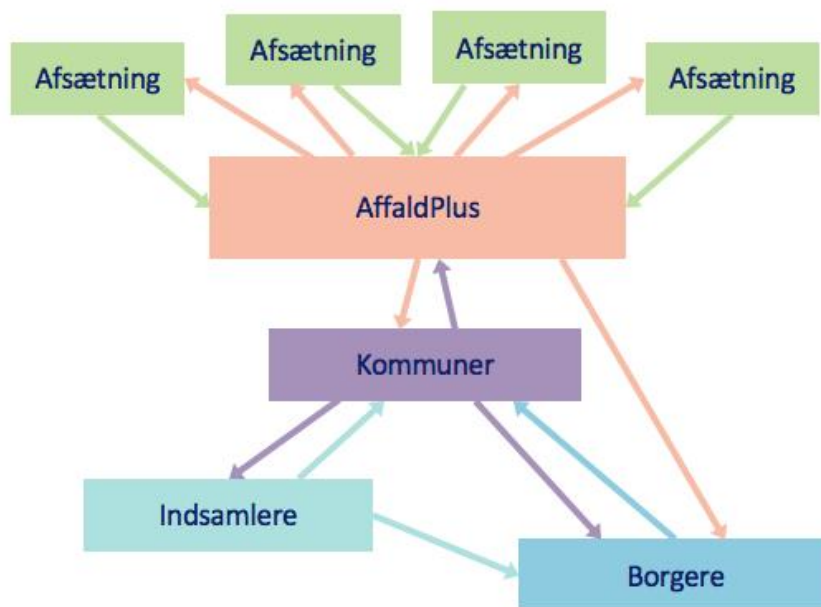
Målgrupper

Projektets undersøgelser har vist, at det er nyttigt at tænke i hele værdikæden, når der kommunikeres om nye affaldsordninger, herunder MGP. De kontaktede kommuner og forsyningsselskaber påpeger, at kommunikationen mellem borger, kommune, forsyningsselskaber, indsamlere og afsætning er med til at forbedre fraktionens mængde og afsætning.

Borgerne skal have en forståelse for, hvilke typer plast der modtages, og samtidigt skal indsamlingsledet skal være klædt på til at håndtere de forskellige fraktioner.

Der er positive erfaringer med at informere alle led om, hvad der sker med fraktionerne efterfølgende, fx ved videomateriale, der viser både overordnet information omkring anlægget, om håndtering af den enkelte fraktion samt hvad disse bliver til. Organisering af (halvårlige) dialogmøder med hele værdikæden anbefales for at udveksle ideer og materialer.

Fra AffaldPlus' perspektiv anbefales det dermed, at der sigtes på kommunikation til og med såvel borgere som indsamlere, kommuner og aftagere.



Borgerne skal have en forståelse for, hvilke typer plast der skal udsorteres, og hvilken stand platen skal være i. Derudover er det vigtigt at informere om værdikæden, så borgerne ikke er i tvivl om, at deres sorteringsbestræbelser bærer frugt. Såvel AffaldPlus som kommuner og indsamlere bør kommunikere med borgerne.

AffaldPlus skal særligt kunne videreformidle budskaber fra indsamlings- og afsætningsresultater til kommuner og borgere. AffaldPlus kan desuden være mellemed og facilitere kommunikation mellem kommunerne.

Afsætningen skal kunne give tal tilbage til AffaldPlus omkring reel genanvendelse og fx hvilke typer produkter, der kommer ud af fraktionerne. Gode historier der kan videregives ned i værdikæden.

Kommunerne har den direkte kommunikation med borgerne. Der er gode erfaringer med seminarer, hvor erfaringer deles og indsatsen diskuteres, ligesom ideer og materialer udveksles for at styrke værdikæden.

Indsamlerne skal være klædt på til at håndtere de forskellige fraktioner. Dette kræver god og jævnlig kommunikation omkring, hvordan indsamlerne skal forholde sig til fejlsorteringer, og evt. hvornår beholdere skal afvises. Det er vigtigt, at indsamlerne ikke komprimerer affaldet, da dette besværliggør den efterfølgende sortering. Kommunerne fra andre 'MGP-områder' har typisk dette indarbejdet i udbudskrav. Dialogmøder med indsamlerne giver mulighed for at informere om, hvordan man kan minimere omlastning og den naturlige komprimering af affaldets egen vægt samt hvilke vogne, der er bedst ift. komprimering/ikke komprimering. Der foregår hos alle selskaber løbende kontrol og stikprøver af indsamlere for at sikre sig, at indsamlerne overholder krav til beholdernes sorteringsgrad. Endelig kan det være værdifuldt at støtte indsamlerne i at kommunikere med borgerne.

Budskab

Budskabet vil i første omgang rette sig mod borgerne, som skal støttes i at gennemføre en effektiv sortering i husstandene.

Gode temaer til kommunikation:

- Hvordan skal der sorteres i husstandene – hvad kan gå med i MGP-fraktionen, og hvad kan ikke
- Hvordan indsamles affaldet? Her uddybes det ofte, hvordan indsamlingsvognene kan tømme beholderne, uden at de todelte kamre bliver blandet sammen
- Hvad sker der på affaldets videre vej? Fortælling og gerne illustration af, hvordan sorteringsanlægget fungerer
- Hvor kommer plasten hen, og hvad kan den bruges til?
- Gode og sjove fakta omkring genanvendelse kan i øvrigt findes på www.kendditaffald.dk.

Der findes mange gode erfaringer med at fortælle historien omkring genanvendelse og dermed motivere borgerne til at deltage aktivt i indsatsen.

AffaldPlus plastforsøg

Med sigte på at undersøge, om uddeling af kortfattet, illustrativ kommunikation til husstande kan forbedre kvaliteten af udsorteret plast, iværksatte AffaldPlus i sommeren 2017 et plastsorteringsforsøg. Man uddelte postkort til en række husstande i hhv. Næstved og Faxe med information om, hvilke typer plast der er vigtige at få med i sorteringen.



Efter 8 uger indsamledes affaldsfraktionen fra de to forsøgssteder samt to referencesteder i hhv. Faxe og Næstved, hvor der ikke var blevet uddelt postkort med information.

Resultatet viste, at der blev indsamlet mere plast i forsøgsområderne end i referenceområderne svarende til 3,4 kilo plast per husstand om året mod knap 2,6 kilo plast per husstand om året i referenceområderne. Til gengæld var affaldsfraktionen mindre ren i forsøgsstederne med en højere andel af fejlsortering.

Konklusionen på forsøget er, at kommunikation øger de indsamlede mængder, men får også fejlsorteringen til at stige.

Kommunikationsmidler

De mange potentielle kommunikationsmidler har hver deres fortrin ift. specifikke målgrupper og de formulerede mål og resultater – erfaringerne er:

- Facebook
Samtlige interviewede aktører nævner Facebook som en hovedkilde til kommunikation til borgerne – og ikke mindst den yngre generation. Her lægges sorteringsvejledninger og videoer op, og mediet giver et godt overblik over, hvilke kommunikationstiltag der vækker opmærksomhed (ved antallet af 'likes' og delinger)
- Hjemmeside
Der er gode erfaringer med at samle informationer på siden - også foldere, pjecer, undersøgelser og opgørelser. Flere har oprettet en hjemmeside alene til at informere omkring genanvendeligt affald, fx Næstved, Vesthimmerland og Aarhus Kommune. Det kan i den forbindelse anbefales at søgemaskineoptimere (SEO), så borgerne let finder frem til kommunens side med informationer ved fx at søge på 'affald' og kommunens navn
- Skraldebiler - skiftende informationsreklamer på siderne af vognene
- Lokale gratisaviser - der er dog en stigende tendens til husstande med 'aviser nej tak'
- Video
Der er gode erfaringer med at illustrere genanvendelsesprocessen med video. En midlertidig løsning kunne være at benytte sig af Miljøstyrelsens videoer, indtil der kan produceres videoer specifikt for AffaldPlus. Erfaringer viser, at myterne hænger ved, og det er vigtigt at vise, at affaldet fx ikke sammenblandes i indsamlingen. Derfor har flere kommuner været glade for at bruge de officielle videoer fra Miljøstyrelsen
- Farvekoder og sorteringsvejledninger på beholdere i større samlet bebyggelse
- Stand på messer og genbrugsstationer
- Direkte borgerkontakt
Medarbejdere i kommunen skal være godt klædt på til at tage sig af borgerhenvendelser, særligt i starten. Rebild Kommune oplærer kollegaer i både borgerservice og i Natur og Miljø til at svare på henvendelser om affald fra borgerne
- Borgerinddragelse
Med borgerinddragelse kan man udnytte borgernes viden og initiativ til at udvikle ydelsernes indhold og kvalitet og tilrette systemet efter borgernes ønsker og behov. Borgerinddragelse har været succesfuld i bl.a. Hvidovre (Katzenmark), Holbæk og Esbjerg

- SMS-service mv.
Der er gode erfaringer med SMS-service, så borgerne husker at sætte beholderen ud til vejen. Der er ligeledes gode erfaringer med skoleprojekter, fx havde Vejen Kommune et projekt omkring indsamling af batterier, hvor der typisk årligt indsamles 5 tons, men under projektet samlede skolerne 8,5 tons ind på bare tre uger.
- Informations-hængere – Afvisning af beholdere
Mange kommuner og affaldsselskaber har gjort brug af såkaldte informations-hængere. Ved at lade beholdere med fejlsorteringer stå og efterlade en hænger på beholderen, hvor fejlen er angivet, har man registreret en forbedret sortering.

Informationshængerer er nem for indsamlere at hænge på beholderen med en afkrydsning af, hvad problemet er. Hængerer giver tydelig og enkel information til borgeren om, hvilken fejl der er begået, så de kan ændre dette fremover. Erfaringer viser, at det sjældent er den samme hustand, der laver fejlsorteringer flere gange i træk, når de har modtaget en hænger. Man skal ifølge de interviewede kommuner ikke være bange for at afvise beholderen - det giver

gode resultater i form af bedre sortering efterfølgende.

Det anbefales at have flere forskellige hængere opdelt i problemtyper, fx affald sorteret i poser, ikke tømte beholdere, sne på stien, dagrenovation etc.

Indsamlerne skal kunne bedømme, hvornår en beholder skal afvises, og det anbefales at lave en vejledning med billeder til indsamlerne med information om, hvornår beholdere ikke kan godkendes og derfor ikke skal tømmes. Man kan også tilbyde mini-kurser til indsamlerne.

Opfølgning

Erfaringer viser, at der i starten vil være særligt god respons og blive indsamlet større mængder genanvendelige materialer. Efter noget tid vil nyhedens interesse have lagt sig, og mængderne vil blive lidt mindre. Derefter stabiliserer niveauet sig.

Ved kommunikationsindsatser kan niveauet øges igen, primært ved at fejlsorteringer kommes til livs, men også ved indsatser på særlige områder. Det foreliggende projekt indeholder netop en opfølgning på kommunikationsindsatsen.