

Kitt Nielsen

Emne: VS: Svar til Alex Vanopslagh vedr. kampagnen Genbrug er guld d. 24. januar 2018
sagsnr.: 2018-0043103

Vedhæftede filer: Svar på politikerspørgsmål fra Alex Vanopslagh.pdf

Fra: Christina Puggaard **På vegne af** Anna Schou Johansen

Sendt: 1. februar 2018 15:33

Til: Alex Vanopslagh (Borgerrepræsentationen)

Emne: Svar til Alex Vanopslagh vedr. kampagnen Genbrug er guld d. 24. januar 2018 sagsnr.: 2018-0043103

Kære Alex Vanopslagh.

Tak for din henvendelse fra den 24. januar 2018 til Teknik- og Miljøforvaltningen vedrørende kampagnen Genbrug er guld.

Jeg besvarer dine spørgsmål, da de vedrører mit ansvarsområde i forvaltningen.

Du kan finde svarene på dine spørgsmål i den vedhæftede fil.

Med venlig hilsen

Anna Schou Johansen

Vicedirektør

TMF Stab

KØBENHAVNS KOMMUNE

Teknik- og Miljøforvaltningen



1. februar 2018

Sagsnr.
2018-0043103

Dokumentnr.
2018-0043103-2

Svar på spørgsmål vedr. kampagnen Genbrug er guld

Kære Alex Vanopslagh.

Tak for din henvendelse til Teknik- og Miljøforvaltningen fra den 24. januar 2018 vedrørende opfølgende spørgsmål til kampagnen Genbrug er guld.

Du spørger til, om forvaltningen kan redegøre for CO₂-belastningen ved produktionen af de forskellige kampagner, og om der inden kampagnens påbegyndelse defineres en ønsket effekt og/eller adfærdsændring som følge af kampagnen. Endeligt spørger du også, om der er planlagt nogle effektmålinger.

Dit første spørgsmål er, om forvaltningen har udarbejdet et estimat over CO₂-belastningen ved produktionen af de forskellige kampagner. Forvaltningen har ikke foretaget nogen beregning på CO₂-belastningen ved udformning af kommunikationsmaterialet i forbindelse med affaldskommunikationsaktiviteter.

Dernæst spørger du, om der inden kampagnens påbegyndelse er defineret en ønsket effekt og/eller adfærdsændring som følge af kampagnen.

Københavns Kommune har et overordnet mål om at genanvende 45 % af husholdningsaffaldet i 2018. Målet er fastsat i Ressource- og Affaldsplan 2018, som blev vedtaget af Københavns Borgerrepræsentation den 13. december 2013.

Den definerede adfærdsændring i forbindelse med kommunikationsindsatsen i Genbrug er guld har været at få københavnere til at sortere deres affald – senest med eksplicit fokus på det biologiske/organiske køkkenaffald. I forbindelse med planlægningen af kommunikationsindsatsen i forhold til udrolningen af bioaffaldsordningen i 2017 blev der lavet en forundersøgelse, som gav indblik i, hvad de største barrierer var for at etablere en ny sorteringspraksis, således at kommunikationsindsatsen kunne målrettes til at hjælpe og understøtte etablering af en konkret sorteringspraksis i de københavnske køkkener/hjem.

Sekretariat

Njalsgade 13, 1.
Postboks 457
2300 København S

EAN nummer
5798009809452

Genanvendelsesprocenten for husholdningsaffaldet i Københavns Kommune er steget fra 30 % i 2013 til 38 % i 2017, og her har der været en markant højere genanvendelse i de sidste måneder af 2017, som skyldes, at mange københavnere har taget bioaffaldsordningen til sig og afleverer bioaffald i stor stil.

I 2017 blev der indsamlet 4.330 ton bioaffald, hvilket er 2.330 ton over det fastsatte mål på 2.000 ton. I november og december alene blev der indsamlet 2.099 ton. Opskaleres det til et helt år giver det 12.594 ton.

Det vurderes, at den understøttende kommunikationsindsats har været en vigtig faktor for den positive udvikling i tæt samspil med de praktiske affaldsforanstaltninger og -løsninger, som fremmer københavnernes affaldssortering i hverdagen. Selv om der ved planlægning af kommunikationsindsatsen er blevet defineret konkrete kommunikationsmål, er det en vigtig pointe, at effekten af kommunikationen skal ses i samspil med den praktiske udrulning af materiel.

De konkrete effektmål og kommunikationsmål for bioaffaldsindsatsen er:

Effektmål (indsamlet bioaffald i ton):

- 2.000 ton indsamlet bioaffald i 2017
- 9.500 ton indsamlet bioaffald i 2018

Kommunikationsmål:

- 70 % af husstandene i etageejendomme tilknyttet bioaffaldsordningen ved, at de kan sortere og aflevere bioaffald i biobeholderne i gården/ved ejendommen (kendskab til ordningen)
- 70 % af de berørte villa/rækkehuse ved, at de får en beholder til bioaffald medmindre de framelder denne mulighed
- 50 % af de berørte husstande ved, hvad der må komme i beholderen til bioaffald eller hvor de kan få den viden
- 50 % af de berørte husstande ved, at det nytter at sortere bioaffald.

Afslutningsvist spørger du, om der er planlagt nogle effektmålinger og om detaljerne i disse.

Der bliver aktuelt løbende målt på effekten af bioaffaldsindsatsen, idet indsamlingsmængderne på bioaffald opgøres med jævne mellemrum.

En evaluering af borgernes oplevelse af bioaffaldsindsatsen, inklusiv kommunikationsindsatsen, er netop iværksat, og resultaterne af den forventes at ligge klar i marts/april måned. Resultaterne herfra vil indgå i den videre planlægning og prioritering af kommunikation for

bioindsatsen og affaldssortering generelt for at understøtte en målrettet indsats.

Der blev i 2012 lavet en evaluering af Genbrug er guld-kampagnen, som løb fra primo 2012 til ultimo 2014 samtidig med udrulningen af nye beholdere til plast, metal og elektronik. Evalueringen viste, at det samlede kendskab til kampagnen var 84 %. Kendskabet varierede afhængigt af respondenternes sorteringsvaner: Det var 96 % hos den gruppe, der altid sorterer; 87 % hos den gruppe, der ofte sorterer, og 66 % hos den gruppe, der sjældent eller aldrig sorterer.

Med venlig hilsen

Anna Schou Johansen
Vicedirektør, TMF Stab