

PROJEKT CLEANFFM

**PRAESENTATION IM RAHMEN DER TAGUNG
„ORDNUNG UND SAUBERKEIT WEITERDENKEN“**

Claudia Gabriel, Leitung Stabsstelle Sauberes Frankfurt

25.11.2019

CLEAN ♥ FFM



INHALT

1. **Projekt #cleanffm** – Ausgangslage und Projekthinhalte
2. **Maßnahmen** – Mehr Material, mehr Personal, häufigere Leerungen und Reinigungstouren
3. **Imagekampagne** – Social Media, Veranstaltungen, Videoreihe „Mehr Frankfurt“
4. **Fazit & Ausblick** – #cleanffm ist angekommen

Projekt #cleanffm

Ausgangslage und Projektinhalte

AUSGANGSLAGE

MEHR NUTZUNGSDRUCK

- Stetig steigende Nachfrage nach Nutzung der öffentlichen Plätze, Straßen und Grünanlagen
- Gründe: steigende Besucherzahlen, steigende Einwohnerzahlen, verändertes Freizeitverhalten, verbesserte Aufenthaltsangebote
→ Mehr Nutzungsdruck führt zu erhöhtem Müllaufkommen, insbesondere Verpackungsmüll („To Go“)



HAUPTPROBLEM

LITTERING & VERPACKUNGEN

- Littering und überfüllte Papierkörbe werden als größtes Verschmutzungsproblem wahrgenommen
- Litterer kommen aus allen sozialen Schichten, Hauptakteure sind junge Erwachsene (21-30 Jahre)
- Gründe: Eile, Bequemlichkeit, Gleichgültigkeit



In 45,7% aller Littering-Fälle befand sich
der Abfallbehälter in unmittelbarer Nähe

MAGISTRATSBESCHLUSS

#CLEANFFM ALS PILOTPROJEKT

- **Laufzeit** als Pilotprojekt zunächst bis Mitte 2019
- **Mittel** von 3 Mio €, davon 1,5 Mio aus eigenem Etat des Dezernats für Umwelt und Frauen (Grünflächenamt, Umweltamt und Stabsstelle Sauberes Frankfurt). 1,5 Mio aus dem allgemeinen Haushalt
- **Umfangreicher Maßnahmenkatalog:**
 - veränderter, zusätzlicher und optimierter Materialeinsatz
 - zusätzliche und/oder veränderte Dienstleistungen sowie zusätzliches Personal
 - Entwicklung und Umsetzung einer gezielten Informations- und Imagekampagne
 - Evaluation des Projektes und ggf. Anpassung der jeweiligen Einzelmaßnahmen

Maßnahmen

Mehr Material, mehr Personal, häufigere Leerungen und Reinigungstouren

MEHR MATERIAL

1.000 NEUE MÜLLEIMER

- 500 im Straßenraum,
500 in Parks, Grünflächen und am Mainufer
- Sichtbarer, aufmerksamkeitsstärker, größer
- „Clean Facts“ informieren und regen auf humorvolle Art und Weise an, das eigene Abfallverhalten zu überdenken



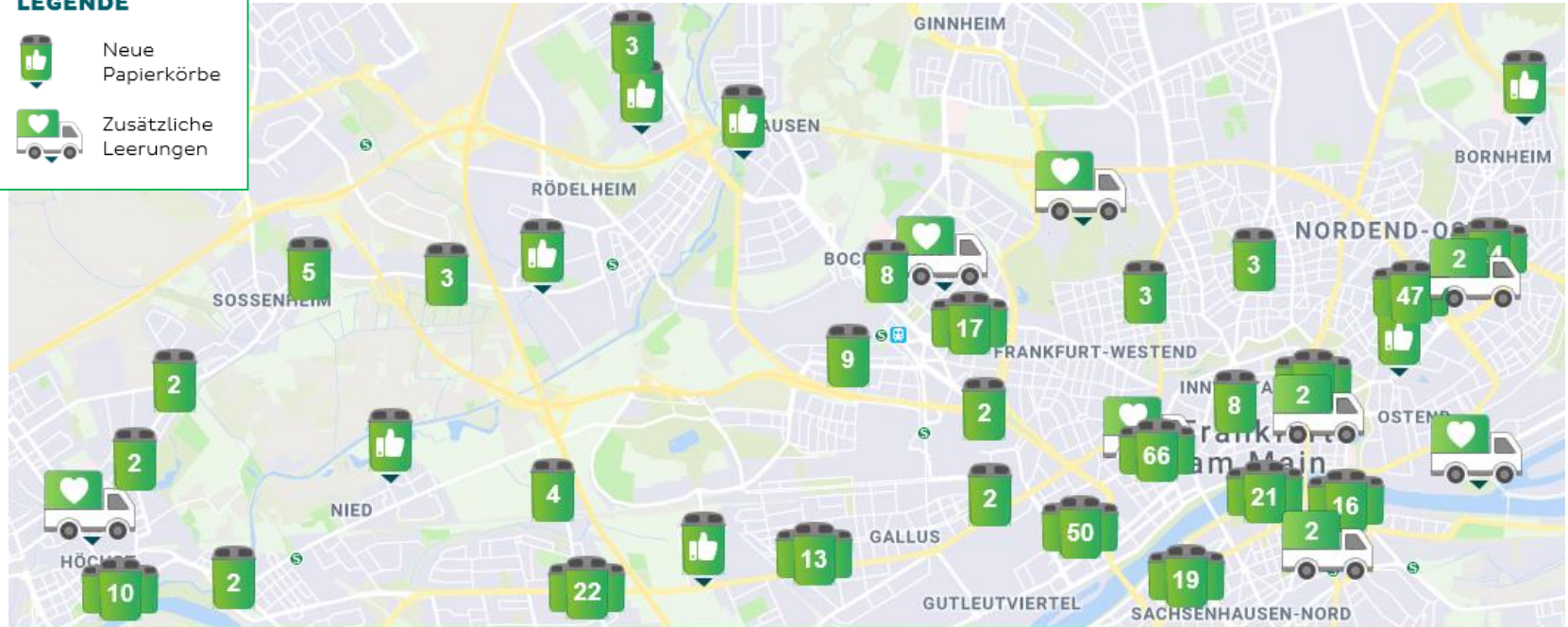
Der Graue / Grünflächen



V3000 / Straßenraum

LEGENDE

-  Neue
Papierkörbe
-  Zusätzliche
Leerungen



Standorte der #cleanffm Abfallbehälter

MEHR PERSONAL

SAUBERKEITS- BOTSCHAFTER

- 28 Sauberkeitsbotschafter*innen mit 199 Einsätzen in Grünanlagen und Parks
- Freundliche Ansprache zum Thema Müll(verhalten) und Vorstellung der Kampagne
- Zusätzlich: Teilnahme an Veranstaltungen und Putzaktionen
→ hoher Wiedererkennungswert und bedeutende Akzeptanz erkennbar



MEHR PERSONAL

PARK- WÄCHTER

- Ziel: Einhaltung der städtischen Grünanlagensatzung
- Einsatzgebiete: Ostpark, Rebstockpark, Mainufer, Lohrpark, Mainufer Höchst, Günthersburgpark
- Präsenz und Aufklärung zur Verhinderung von Verstößen und Vermeidung von Konflikten



MEHR PERSONAL

#CLEANFFM TEAM DER FES GMBH

- 11 zusätzliche Mitarbeiter der FES GmbH
- Zusatzreinigungen u.a. an Hauptwache, Zeil, Konstablerwache, Bahnhofsviertel, Höchster Altstadt, Alt-Sachsenhausen
- Konstante Evaluation durch zwei Mitarbeiter der Qualitätssicherung der FES GmbH
→ insbesondere die Sonntagsreinigung hat sich bewährt



MEHR MATERIAL STADT- SAUGER

- Zur Aufnahme von Kleinstverschmutzungen wie Kronkorken und Zigarettenstummeln sowie Fäkalien
- Einsatz in schwer zu reinigenden Bereichen mit unebenem Untergrund (z.B. Kopfsteinpflaster)



INNOVATIVE PROJEKTE

GUM WALLS & MEINUNGSFILTER

- 2 Pilotprojekte gegen die Verschmutzung durch Zigarettenkippen und Kaugummi
- 6 Meinungsfilter installiert an Party- und -Versammlungshotspots, 5 Gum Walls auf Frankfurts Einkaufsmeile „Zeil“
- Humorvolle Tonalität zur Bewusstseinsmachung der Problematik



Imagekampagne

Social Media, Veranstaltungen, Videoreihe „Mehr Frankfurt“

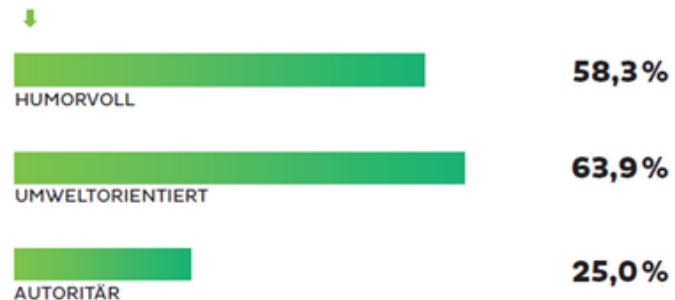
IMAGEKAMPAGNE

MITEINBEZIEHEN STATT BELEHREN

- Internet und soziale Medien zur direkten Kommunikation, insbesondere mit junger Zielgruppe
- Junge, moderne, humorvolle und umweltorientierte Tonalität
- Nahbare und sympathische Ansprache und persönliche Anreden wie „du“, „wir“

Miteinbeziehen, statt belehren

FELDSTUDIE: VERRINGERUNG DER LITTERINGMENGE UNTER EINSATZ
VON ANTI-LITTERING-PLAKATEN MIT DER TONALITÄT HUMORVOLL,
AUTORITÄR UND UMWELTORIENTIERT



IMAGEKAMPAGNE

IN DIE KÖPFE UND HERZEN KOMMEN

1. **Kampagne** – Entwicklung, Etablierung und Ausbau
2. **Aufmerksamkeit** – Das Thema im Bewusstsein der Stadtgesellschaft verankern
3. **Beteiligung** – Menschen dauerhaft involvieren
4. **Interaktion** – Verantwortung teilen und Ideen verarbeiten
5. **Umdenken** – Bewusstsein und Verhalten nachhaltig ändern



6x
große, stadtteil-
übergreifende
Veranstaltungen



9x
Stammtisch



22x
Putzaktionen



12x
Veranstaltungen
von Partnern



12x
sonstige
Aktionen

61x

war #cleanffm 2019 bei

Events aktiv

VERANSTALTUNGEN

#CLEANFFM STAMMTISCH

- Mitmach- und Informationsangebot für die #cleanffm Community zum Vernetzen, Mitreden und Austauschen
- 1x pro Monat wechselndes Thema aus den Bereichen Müllvermeidung, Umweltschutz und Nachhaltigkeit
- Wechselnde Locations zur Einbeziehung aller Stadtteile



VERANSTALTUNGEN

FRANKFURT CLEANUP

- Stadtweiter Putztag in Zusammenarbeit mit der FES am 21.09., dem World Cleanup Day
- Zentrale Aktion am Mainufer mit der Umweltdezernentin Rosemarie Heilig
- Ergebnis: ca. 1.000 Freiwillige, ca. 4t Abfall
- Prävention und Aufklärung übersetzt in konkretes Handeln → „Wir packen mit an!“

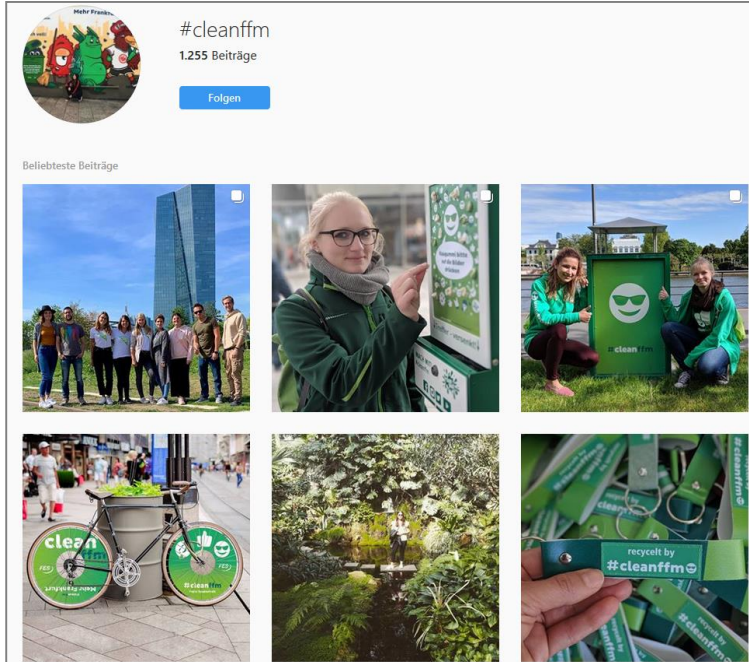


IMAGEKAMPAGNE

HANDLUNGSFELD SOCIAL MEDIA

- Herausragende Stellung innerhalb der Kampagne, Etablieren einer aktiven Online-Community → Dialog in Echtzeit
- Kanäle: Facebook, Instagram, Youtube, Twitter mit aktuell insgesamt 4.200 Fans
- Hashtag #cleanffm zum Aufbau von Reichweite





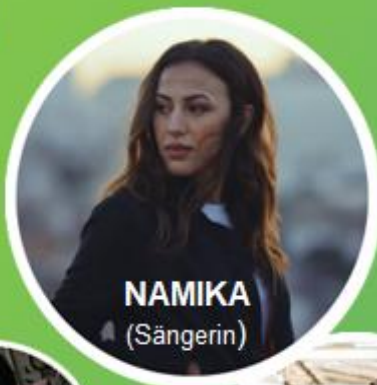
1.265 Instagram-Beiträge unter Nutzung des Hashtags #cleanffm
 → Diskussion ist angestoßen, Thema rückt ins Bewusstsein

PROMI PATEN

cleanffm♥



MAINGOLD
(Band)



NAMIKA
(Sängerin)



PETER FISCHER
(Präsident Eintracht Frankfurt)



JO VAN NELSEN
(Regisseur)



KORASH KABIR
(Sportler)



JÜRGEN RASPER
(Moderator HR3)



SIBYLLE NICOLAI
(Moderatorin ZDF)



FEE
(Sängerin)



MAJA WOLFF
(Verantwortliche
Grüne Soße Festival)



TIMO KILLER
(Moderator
YouFM)



PETER LACK
(Moderator HR3)



SUSANKA BERSIN
(Moderatorin YouFM)



HENNI NACHTSHEIM
(Kabarettist Badesalz)

VIDEOPROJEKT

CLIPREIHE „MEHR FRANKFURT“

- Prominente Frankfurter*innen sprechen über ihre Beziehung zur Stadt
- Appell für Sauberkeit: „Wir haben mehr von unserer Stadt, wenn wir sie gemeinsam sauber halten.“
- Ausspielung auf Social Media Kanälen von #cleanffm und der prominenten Fürsprecher, Kinowerbung seit November 2018 in 3 Frankfurter Kinos



[Youtube](#) [Desktop](#)

PARTNERSCHAFTEN



UNTERNEHMENSGRUPPE
NASSAUISCHE HEIMSTÄTTE
WOHNSTADT



Fazit & Ausblick

#cleanffm ist angekommen

ZIEL

IN DIE KÖPFE UND HERZEN KOMMEN

1. **Kampagne** – Entwicklung, Etablierung und Ausbau
2. **Aufmerksamkeit** – Das Thema im Bewusstsein der Stadtgesellschaft verankern
3. **Beteiligung** – Menschen dauerhaft involvieren
4. **Interaktion** – Verantwortung teilen und Ideen verarbeiten
5. **Umdenken** – Bewusstsein und Verhalten nachhaltig ändern



Status Quo

ERKENNTNISSE

#CLEANFFM IST ANGEKOMMEN

- **Richtig und erfolgreich:** Sämtliche Maßnahmen zur Verbesserung der Infrastruktur (mehr Material, mehr Personal, zusätzliche Reinigungen, geänderte Leerungsintervalle...)
- **Wesentlicher Erfolgsfaktor:** Enge Verknüpfung der Maßnahmen mit der Imagekampagne
 - Die öffentliche Aufmerksamkeit für das Thema ist erzeugt
 - Die persönliche Präsenz (Stabsstelle und Sauberkeitsbotschafter*innen) hat Leute bewegt mitzumachen und Verantwortung zu übernehmen (Bsp. Patenschaft der Calisthenics)
 - Die humorvolle Ansprache hat sich bewährt
- **Fazit:** Die Stadt setzt mit Infrastruktur, Kampagne und auch Sanktionen den Rahmen, aber nur gemeinsam mit der Bevölkerung kann Frankfurt sauberer werden!



[Online](#) Desktop

VIELEN DANK 