



**HOLD
DANMARK
RENT**

Henkastet Affald

Strategi & Værktøjer 2015

Udgivet af:
Hold Danmark Rent

Tekst og koncept:
Morten Asbjørn Jensen (www.asbjornjensen.dk)

Produktionsleder:
Cho-Mee Annemette Kristensen

Layout og grafik:
WellDone / Toke Eskildsen og Tarik Arnautovic

Tryk: FlexGraphic
Oplag: 500

Produceret med støtte fra Miljøstyrelsen,
Dansk Retursystem og McDonald's Danmark.

ISBN: 978-87-7764-032-2

Tryksagen er trykt på Cyclus Print,
100 % post-consumer genbrugsfibre.
Tryksagen er svanemærket.

Forsidefoto samt en række andre fotos er,
med stor venlighed, blevet stillet til rådighed
af fotoklubben foto2010 i Hjørring.
www.foto2010.dk

Forside, fotograf: Ole Stoksted
Breaker kap 1, fotograf: Kim Henriksen
"Skraldetårn" side 12, fotograf: Eli Willadsen
Breaker kap 2, fotograf: Torkild Nielsen
"Fiskenet på pøle" side 18, Kaj Hansen
Breaker kap 3, fotograf: Berrit Pedersen
Breaker kap 4, fotograf: Jette Sørensen
Breaker kap 5, fotograf: Jette Sørensen
Breaker kap 6, fotograf: Morgan Christiansson
Breaker kap 7, fotograf: Morgan Christiansson



Forord

De fleste af os smider ikke affald hjemme hos os selv, og vi kunne ikke drømme om at smide affald hjemme hos vores venner eller familie. Derimod kikser det for mange af os, når vi kommer til at smide affald i naturen, i byerne og langs vejene. Det er i sig selv interessant. Endnu mere interessant er det, at henkastet affald påvirker langt mere end vores gode humør. Derfor er det vigtigt at interessere sig for, hvordan vi ændrer vores adfærd positivt. Det har Hold Danmark Rent arbejdet systematisk med siden 2008.

To ting har især vist sig at skabe resultater: Når det lykkes at engagere og involvere de mange i projekterne; i en bottom-up bevægelse. Og når energien, tonen og budskabet er positivt. Det vækker ildsjælen i os og udgør et vigtigt fundament for arbejdet.

I de seneste år er vi blevet bevidste om, at affald er en vigtig ressource. Vi sparer på pengepungen og på miljøet, når vi gør det rigtigt: mindre affald, mindre plastik og genanvendelse i stor stil. Henkastet affald er affald på den forkerte måde. Det koster at samle det op og håndtere det korrekt. Der er imidlertid også store indirekte omkostninger, når natur- og boligområder bliver mindre attraktive, kriminaliteten stiger, virksomheder og handlende taber indtægt, ejendomspriserne falder, og vores turismebrand bliver besiddt. Det har aldrig været vigtigere at se henkastet affald i en større sammenhæng. Og aldrig mere interessant at gøre noget ved det.

Denne publikation indeholder summen af den viden og de erfaringer, Hold Danmark Rent har samlet de sidste mange år. En del af indholdet stammer fra det betydelige forarbejde og de solide anbefalinger, der førte til, at Hold Danmark Rent blev etableret i 2008. Tak for samarbejdet dengang og al den hjælp og de mange gode erfaringer, der er høstet siden. Tak til Foto2010 i Hjørring, for de fantastisk smukke fotos, vi har fået lov til at bruge i rapporten. Og en særlig tak til de, der har støttet arbejdet og gjort det muligt at realisere denne publikation.

Vi håber at indholdet bliver oplevet som en invitation til alle kommuner, virksomheder, uddannelsesinstitutioner, ildsjæle og potentielle frivillige til nye partnerskaber. Vi glæder os i hvert fald til samarbejdet!



Peter Stig Jakobsen, bestyrelsesformand

Fonden for begrænsning af henkastet affald,
November 2015

Indholds fortegnelse

1.

Om Hold Danmark Rent	11
----------------------	----

1.1 Hvem er vi?	12
1.2 Hvad kan du bruge os til?	13
1.3 Hvordan arbejder vi?	13
1.4 Ønsker for fremtiden	14

3.

Hvordan mindsker vi henkastet affald?	33
---------------------------------------	----

3.1 Hvad er egentlig problemet?	34
3.2 Nudging (positive skub i den rigtige retning)	36
3.3 Handlingskommunikation	41
3.4 Værktøjskasser/eventpakker	43
3.5 Positive budskaber motiverer	46
3.6 Husk fakta – viden modvirker uvidenhed	48
3.7 Opsamling: De 5 vigtigste ting, du skal huske!	49

5.

Hvorfor er arenaer og typer vigtige?	67
--------------------------------------	----

5.1 "Hæmmere" og "fremmere" i det offentlige	68
5.2 Kender du typen?	70
5.3 Børn er en vigtig målgruppe	74
5.4 Lav eksperimenter i den virkelige verden	78
5.5 Opsamling: De 5 vigtigste ting, du skal huske	81

2.

Henkastet affald er en del af en større dagsorden	19
---	----

2.1 Store direkte omkostninger	20
2.2 Negative spiraler og overraskende afledte omkostninger	21
2.3 Affald som ressource i den cirkulære økonomi	24
2.4 To superkontinenter af plastik	27
2.5 Opsamling: De 5 vigtigste ting, du skal huske!	

4.

Hvordan "gearer" vi indsatsen og udbyttet?	53
--	----

4.1 Partnerskaber giver muskler og gennemslagskraft	54
4.2 Frivillighed – potentialet er enormt	57
4.3 Dokumenter og del resultaterne	61
4.4 Opsamling: De 5 vigtigste ting, du skal huske!	63

6.

Hvad ved vi om henkastet affald?	85
----------------------------------	----

6.1 Holdninger	86
6.2 Adfærd	88
6.3 Frivilligpotentiale	92
6.4 Affald er forskelligt	93
6.5 Ansvar	95
6.6 Affalds- og emballagemængder	96

7.

Inspiration	102
-------------	-----

Kom godt

Der findes ikke en universel guide til enhver kampagne eller indsamlingsaktivitet. En vellykket indsats består altid af fire hovedingredienser, der skal blandes rigtigt.

Som med alt kampagnearbejde er det en god idé at bruge sin sunde fornuft. Indhold, budskaber, valg af medier mv. afhænger af kontekst og målgruppen. Gå på opdagelse i rapporten og på Hold Danmark Rents hjemmeside. Her samler og opdaterer vi løbende en lang række inspirerende cases: Hvad var udfordringen, hvordan blev opgaven grebet an, blev der skabt resultater, og hvem kan du kontakte?

Hold Danmark Rent har samlet de vigtigste erfaringer i to huskelister. De er en genvej til at komme hurtigt i gang. For dig, der skal arrangere en kampagne eller en

større aktivitet. Og for dig, der som ildsjæl mest har brug for at komme ud og gøre en forskel nu og her.

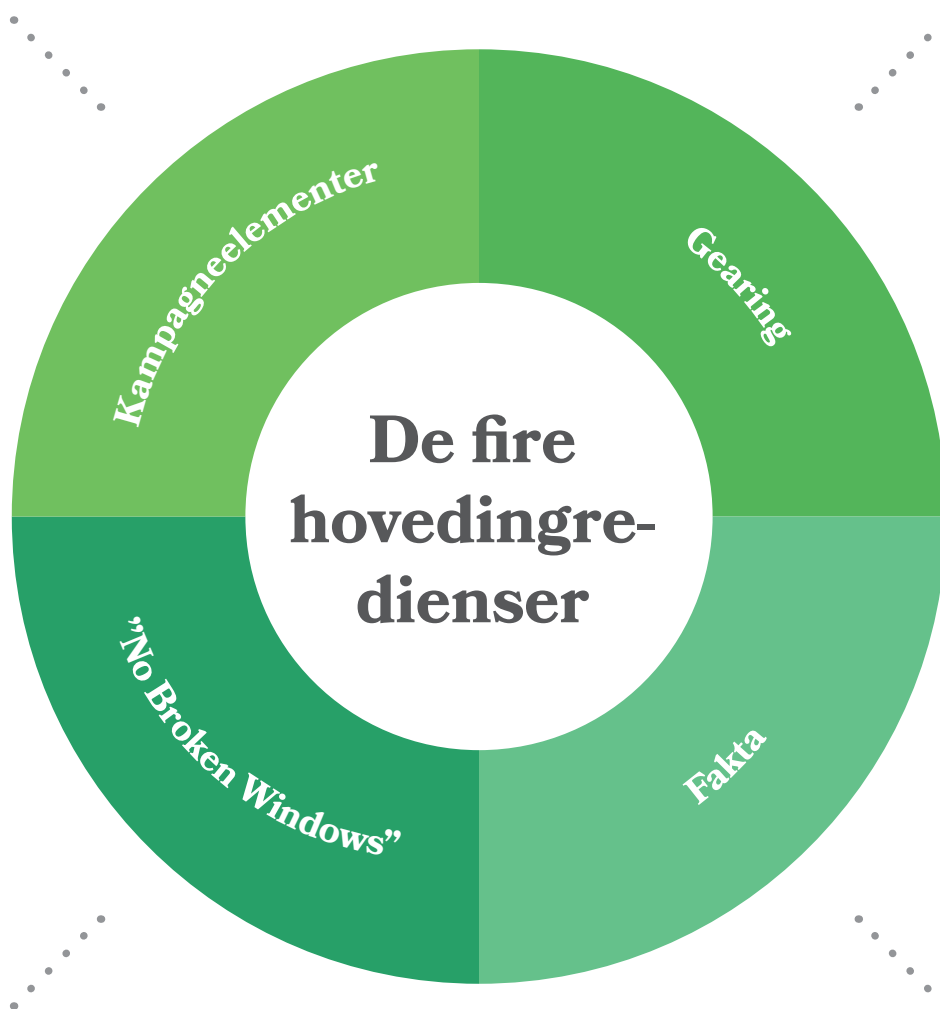
“

Hver 10. i Danmark laver i dag frivilligt arbejde med henkastet affald. Og næsten halvdelen af danskerne er positive over for at involvere sig.
- Befolkningsundersøgelse 2015

i gang...

En flerstrengt indsats er effektiv kampagnestrategi.
Læs mere i kapitel 3

Partnere og frivillige giver flere muskler og større synlighed.
Læs mere i kapitel 4



Få styr på området, så det ikke i sig selv skaber affald
Læs mere i kapitel 5

Få styr på fakta og kend dit henkastede affald.
Læs mere i kapitel 6

Kom hurtigt i gang – selv!

Den korte huskeliste, som hurtigt omsætter tanke til handling.



Vælg aktivitet:
indsamling eller ny indretning i området?



Vælg sted: forening, boligområde, lokalområde?

- det er altid bedst, hvis det er tæt på dit eget hjerte,
- eller den fritidsaktivitet, hobby eller interesse, du dyrker.



Få et godt startråd (fra en eller to, der har gjort noget tilsvarende).



Brug værktøjskasserne – og vejledningerne fra Hold Danmark Rent.



Find de lokale partnere og ildsjæle – og slå dig sammen med dem.



Fortæl om det, du gør – så du inspirerer andre!



Læs de gode råd og mange cases i rapporten. Det er godt brændstof.



Saml et stykke affald op om dagen!

En million danskere samler altid eller ofte affald op efter andre. Især flasker, dåser, plastikflasker og plastikstykker. Det er begyndelsen på en fantastisk bevægelse. Tænk, hvis de begynder at gøre det hver dag – og hvis den ene million bliver til to eller tre millioner mennesker. Det nytter faktisk noget. Hvis vi samtidig genanvender fx aluminiumsdåserne og plastikflaskerne for sig, sparer vi også enorme mængder af energi og ressourcer. Det er en lille indsats med stor effekt for naturen og miljøet.

Kilde: Hold Danmark Rent, Befolkningsundersøgelse 2015.

Kom godt i gang – med en kampagne!

Den lidt længere huskeliste, der minder om alle de vigtigste opgaver i godt tilrettelagt kampagnearbejde.

Problemanalyse

Hvad er egentlig problemet?

- **Undersøg stedet.** Hvilke typer affald bliver smidt, hvem bruger området, hvordan fungerer eksisterende affaldsløsninger? Kort sagt: hvordan tror I, problemerne opstår?
- **Spørg dem, der har fingrene i problemet** – medarbejdere og borgere. Stil dem de samme tre enkle spørgsmål: hvad, hvem, hvornår? Måske generer den enlige pizzabakke mere end de 200 skod ved busstoppestedet?

Skriv en kort konklusion

- Hvad er de **vigtigste tre årsager til, at problemet opstår?**
- Prioriter: Hvad er vigtigst at forsøge at løse først?
- Prioriter: Hvad tror du, er det letteste at løse?

Fej for egen dør

- **Er oprydningsstandarden i orden** – eller skal der oprustes her samtidig med kampagnen.
- Bakker ledelsen op – og har I de projektmedarbejdere, der skal til? Opgaverne spreder sig tit som ringe i vandet, når I først går i gang.

Kampagnekoncept

Vælg temaer og budskaber

- **Prioriter** og beslut jer for, hvad kampagnen/indsatsen skal handle om, hvor den skal foregå og hvem, den skal henvende sig til.
- Husk at **høste "de lavesthængende frugter"**, så I får umiddelbar effekt og succes.

Design aktiviteter/kommunikationens indhold

- **Søg inspiration hos Hold Danmark Rent** (enten her i rapporten eller på hjemmesiden) – eller hos andre, der har lavet noget tilsvarende.
- Overvej, om I med fordel kan trække på professionelle kommunikationsfolk. Det behøver ikke være et kæmpe budget.

Skab noget nyt

Er der plads til eksperimenter og designinnovation?

- **Eksperimenter undervejs.** Prøv med forskellige løsninger og sammenlign resultaterne. Det er en effektiv måde at nærme sig målet på.
- Eksperimenter og prototyper giver ikke altid lige gode resultater. Men i stedet for at fejle, arbejder I med at finde den bedste løsning.

Tænk partnerskaber

Hvem kan I gøre det her sammen med?

- Hvem oplever problemet på samme måde? Fx handelsstandsforeningen, lokale virksomheder, idrætsforeninger, boligselskabet, skolen osv.
- **Hvordan kan I hjælpe hinanden?** Det handler ikke kun om penge. Materialer, sandwich, reklameplads, omtale i nyhedsbreve osv. kan mangedoble synligheden.

Inddrag målgruppen og **spot ildsjælene**

- Er der lokale ildsjæle eller brugergrupper allerede? De har enorm stor kapacitet. Og ofte også stor social indflydelse i lokalområdet.
- Medejerskab er vigtigt. Det er den bedste måde at få effekten til at vare i lang tid. For så bliver I fælles om både opgaven og resultaterne.

Fortæl om det

Er der styr på pressen?

- Lokale medier interesserer sig meget for det her område. Især når I sætter et lokalt problem ind i en større sammenhæng.
- Husk, at journalister altid ønsker sig resultater, gode personer at tale med og gode billeder af aktiviteterne. Vær klar til at levere **fakta og nøgletal**.

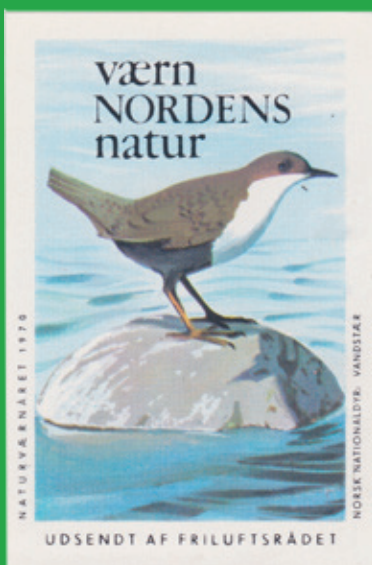
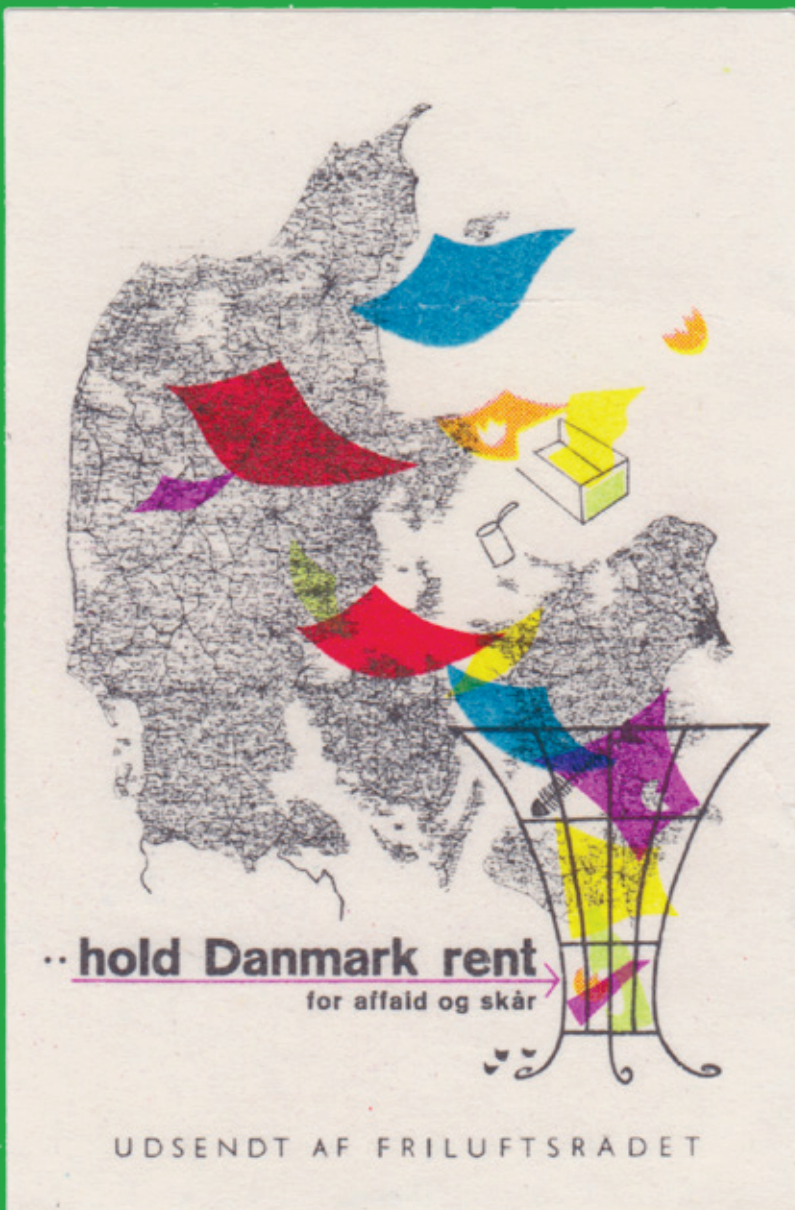
Dokumenter resultaterne og følg op

- Det er utrolig vigtigt at vide, om indsatsen virker. Derfor er det klogt at **dokumentere udgangspunktet – og resultatet bagefter**.
- En optælling/kortlægning er selvfølgelig det ideelle. Men **simpel fotodokumentation** er også meget effektiv. Din egen vurdering af, hvad der virker og ikke virker har også stor betydning.



1

Om Hold Danmark Rent



Hold Danmark Rent har siden 2008 arbejdet for at skabe opmærksomhed, levere viden og effektivisere indsatsen for at mindske mængden af henkastet affald.

Vi tænker holistisk, koordinerer indsatser, gennemfører kampagner, indsamler viden, samarbejder og giver næring til ildsjælene og de mange frivillige. Målet er at være en del af en bottom-up bevægelse, hvor vi er mange, der tager ejerskab for den fælles opgave.

Hold Danmark Rent er sat i verden for at inspirere og påvirke alle i Danmark til ikke at smide affald fra os. Vi siger: “Mindre skrald – mere glæde”, fordi områder med meget henkastet affald også er steder, hvor folk føler sig triste og i yderste konsekvens mere utrygge



Friluftsrådets oblater blev produceret fra 1952 til starten af 1970'erne. Det er små mærkater, man kan slikke bag på og sætte på sine breve. Eller på kladdehæftet. De sætter fokus på naturen og det vigtige i, at vi passer på den.

1.0 Om Hold Danmark Rent

1.1 Hvem er vi?	12
1.2 Hvad kan du bruge os til?	13
1.3 Hvordan arbejder vi?	13
1.4 Ønsker for fremtiden	14

Hvem er vi?

Rene og smukke omgivelser skaber umiddelbar glæde hos mennesker. Derfor arbejder Hold Danmark Rent hele vejen rundt om problemstillingen og inddrager også afledte konsekvenser af henkastet affald i arbejdet.



Hold Danmark Rent indsamler og spreder viden på området, gennemfører adfældsændrende kampagner og koordinerer indsatserne mellem de mange aktører og frivillige, som gør en masse for at nedbringe mængden af henkastet affald.

Hold Danmark Rent ser sig som et videncenter, der hjælper kommuner, frivillige og virksomheder med at effektivisere indsatsen mod henkastet affald.

Hold Danmark Rent lægger også stor vægt på det samarbejde, vi etablerer med de mange, frivillige ildsjæle rundt omkring i landet. Dem ønsker vi at støtte og give næring i deres virke.

Hold Danmark Rent Kendt og på hårdt arbejde

- Hver anden dansker kender Hold Danmark Rent og arbejdet med at bekæmpe henkastet affald.
- Hver fjerde dansker ser eller hører typisk om Hold Danmarks Rents kampagner, når de bliver gennemført.
- Op mod 1 million har selv oplevet eller deltaget i en eller flere af Hold Danmark Rents aktiviteter i 2014.
- Medieomtalen er betydelig og når (i teorien) ud til 62 millioner mennesker – som er det samlede antal læsere af de pågældende medier (Infomedia, 2013).
- 9 ud af 10 mener, der er behov for Hold Danmark Rent.
- 7 ud af 10 mener "i høj grad", der skal gøres noget ved henkastet affald.
- 3 ud af 10 mener, der "slet ikke" eller "i ringe grad" bliver gjort nok.

Kilde: Hold Danmark Rent, Kendskabsanalyse 2014 og Befolkningsundersøgelse 2015.

Hvad kan du bruge os til?

Hold Danmark Rent er en netværksorganisation og et videntcenter. Vi arbejder efter princippet om ringe i vandet: del, søg inspiration, bidrag og drag nytte af andres erfaringer. Så når vi langt ud.

Her er nogle af de mange måder, du kan bruge os og samarbejde med os på:

- Bliv støttemedlem.
- Søg inspiration – i denne rapport, på hjemmesiden og ved vores arrangementer. Her deler vi gode erfaringer fra ind- og udland.
- Bliv partner på en eller flere af vores aktiviteter – og skab bedre resultater sammen med os.
- Køb hjælpemidler og værktøjskasser via webshoppen på vores hjemmeside.
- Få rådgivning. Vi har formentlig det største, samlede overblik i Danmark over, hvad der virker på henkastet affald. Og deler altid gerne ud af vores viden og netværk.
- Brug os som eksperter. Uanset om du er et medie, arrangerer en workshop/konference, arbejder med affaldsstrategi eller selv skal i gang med at udvikle en aktivitet eller kampagne.
- Deltag i kommunkortlægningen. Hvert år kortlægger vi mængderne af henkastet affald i samarbejde med en række kommuner. Jo flere, der deltager, jo bedre data og bedre overblik får vi over henkastet affald i Danmark. Så kan vi dokumentere resultaterne af arbejdet, og du får viden, så du kan målrette indsatsen bedre.

Hvordan arbejder vi?

Hold Danmark Rent arbejder og tænker som en bevægelse, der spotter, stimulerer og selv sætter gang i positive spiraler. Med en positiv tilgang giver Hold Danmark Rent kærlige puf i retning af en bedre adfærd og sætter fokus på de gode eksempler.

Vi tror ikke på løftede pegefingre. Kun med en positiv tilgang kan vi gøre problemet med henkastet affald til vores fælles ansvar og nå langt bedre resultater.

Hold Danmark Rent:

1. er den primære aktør til at forebygge henkastet affald i vores natur, langs vejene og i vores byer.
2. understøtter et stigende antal frivillige initiativer på nationalt niveau, og stimulerer dermed en civilsamlingsbevægelse, hvor forandring skabes nedefra og op.
3. koordinerer, samler og understøtter de mange

aktiviteter, som kommuner, frivillige borgere og virksomheder gennemfører landet over. Og sørger for at udveksle erfaringer imellem dem.

4. skaber og indsamler viden på området, så vi bedre kan målrette arbejdet med at nedbringe de store mængder affald.
5. bidrager til, at der bliver udviklet en fælles europæisk måle- og kortlægningsmetode.

Ønsker for fremtiden

Hold Danmark Rent har været med til at skabe vigtige resultater siden 2008. Fremadrettet ønsker vi at introducere nye tanker, invitere til endnu flere partnerskaber og i det hele taget genudsende en fornyet vision. Her er nogle af de områder, hvor vi ser muligheder for at skabe endnu flere resultater.

Alle efterspørger overblik over aktiviteter, der virker på henkastet affald. De gode eksempler skal indsamles, spredes og nyttiggøres.

- ➔ Hold Danmark Rent ønsker at udvikle og vedligeholde en dynamisk, elektronisk casesamling. Her skal alle kunne søge inspiration blandt de bedste eksempler fra ind- og udland. Og selv dele egne gode erfaringer.

Vi oplever en øget efterspørgsel efter en koordinerende rolle, som kan gå på tværs af de danske kommuner og være med til at styrke samarbejdet imellem dem.

- ➔ Hold Danmark Rent ønsker at facilitere et aktivt kommunenetværk. Dels for at koordinere og understøtte de mange indsatser på området. Dels for at indsamle og sprede national viden, sikre erfaringsudveksling og bygge bro mellem de mange aktører, der arbejder med henkastet affald.

Virksomheder og private aktører kæmper ofte alene med henkastet affald.

- ➔ Hold Danmark Rent ønsker at blive en mere synlig ressource for virksomhederne. Ikke mindst for i højere grad at kunne være med til at skabe forpligtende partnerskaber mellem offentlige, private og civile aktører.

En ny frivillighed vokser frem, og viljen til at bringe sig selv i spil for en sag er i høj grad også til stede på miljø- og affaldsområdet. Her er både opfindsomheden og forandringskraften stor.

- ➔ Hold Danmark Rent ønsker at udvikle redskaber, der understøtter de mange frivillige. Både de organiserede og dem, der bidrager på eget initiativ. Vi vil afprøve styrken i frivilligheden gennem konkrete projekter.



Foto: Morten Asbjørn Jensen



2

**Henkastet affald er en del af en
større dagsorden**



Henkastet affald gør ondt i øjnene. Det kolliderer med vores forventninger til, hvordan vi opfører os over for hinanden.

Affald forstyrrer vores oplevelse af et sted, et område eller rammen om mødet med andre mennesker. Er det så ikke bare et luksusproblem? Det korte svar er nej. For henkastet affald er som et isbjerg, hvor det, vi ser, kun udgør en lille del af noget større.

Det lidt længere svar er, at der stadig bliver brugt mange hundrede millioner på at rydde op og fjerne henkastet affald. At henkastet affald forstærker en række negative spiraler. At affald er spildte ressourcer og nye potentialer i en cirkulær økonomi. Og at en stor del af plastikforureningen i havene stammer fra vores byer og er på vej ind i fødekæden som nanoplastik. Tør du vente med at gå i gang?

“

Plastikaffaldet i havene har et areal, der svarer til Afrikas størrelse.

2.0 Henkastet affald er en del af en større dagsorden

2.1	Store direkte omkostninger	20
2.2	Negative spiraler og overraskende afledte omkostninger	21
2.3	Affald som ressource i den cirkulære økonomi	24
2.4	To superkontinenter af plastik	27
2.5	Opsamling: De 5 vigtigste ting, du skal huske!	29

Store direkte omkostninger

I Danmark er de direkte omkostninger til at rydde op i byerne, langs vejene og i naturen på anslået op mod 1 milliard kroner om året.

Der findes intet samlet overblik over eller fælles retningslinjer for at opgøre omkostninger til at håndtere henkastet affald i Danmark. Hverken statsligt eller kommunalt. Det gjorde der ikke i 2007, da Hold Danmark Rent blev etableret. Og det gør der stadig ikke i 2015.

Til gengæld findes der tilstrækkeligt med delvise opgørelse til at slå fast, at omkostningerne er betydelige og udgør op mod en milliard kroner årligt.

En af udfordringerne består i, at henkastet affald har mange "ejere". Kommunerne har ansvaret for at vedligeholde de fleste arealer – gader, kommunale veje, pladser, parker og strande. Staten har ansvaret for motorveje, statsskovene og forsvarsarealer. De private skove og det åbne land håndteres af skovejeren og landmanden. Mens de private arealer bliver håndteret af husejeren/virksomhedsejeren.

Kommunale omkostninger

Hold Danmark Rent har i 2015 besøgt en lang række danske kommuner. Her er udgifterne til henkastet affald blandt andet blevet diskuteret. Få kommuner opgør udgifterne til henkastet affald isoleret. De fleste opgør de samlede udgifter til renhold. Kommunerne vurderer, at det heller ikke altid er hensigtsmæssigt at opgøre udgifterne isoleret. Niveauet af henkastet affald bliver nemlig i høj grad påvirket af, hvordan der fejles, om ukrudt bliver holdt nede og om affaldsspande bliver tømt effektivt.

Vi har modtaget opdaterede data fra 10 kommuner. De fordeler sig over hele landet, store og små samt typiske by- og landkommuner. I tabellen nedenfor er de vist efter kommunistørrelse. Data er anonymiserede.

Tallene giver en indikation af, at kommunerne bruger betydelige summer på renhold om året. Hvis vi ganger de gennemsnitlige omkostninger op med Danmarks indbyggertal, indikerer tallene en samlet kommunal udgift til renhold på lidt over en milliard kroner i 2014.

Store kommuner har imidlertid større udgifter til renhold end mindre kommuner. Og vi kan se, at kommune 1 (den største af de kommuner, Hold Danmark Rent har fået data fra), tilsyneladende har et markant højere renholdningsbudget end resten af landet.

Den gennemsnitlige, årlige udgift UDEN kommune 1 er på kr. 47 pr. indbygger. Hvis vi i stedet bruger dette gennemsnit for de godt fem millioner, der bor uden for denne kommune, og lægger udgiften for kommune 1 til bagefter, giver det et lavere skøn på i alt 450 millioner kroner i 2014.

Øvrige omkostninger

I 2005 anslog Videncenter for Affald, at der bliver smidt godt og vel 500 kg. affald pr. kilometer pr. år på de danske statsveje. Det kostede Vejdirektoratet 51 millioner kroner om året.

På daværende tidspunkt blev det anslået, at Skov- og Naturstyrelsen brugte 10-15 millioner kroner om året på oprydning.

Hertil kommer udgifter hos de private skovejere, landmændene og alle de private grundejere. Her har Hold Danmark Rent ikke haft adgang til nye data. Formentlig er det også meget begrænset, hvad der findes. Det er ikke urealistisk at antage, at de samlede omkostninger for staten, de private skovejere, landmændene og de private grundejere let løber op i flere hundrede millioner kroner om året.

10 danske kommuners udgifter til renhold i 2014

Kommune	Indbyggertal	Udgift (kroner)	Udgift pr. indbygger
Kommune 1	600.000	210.000.000	350
Kommune 2	208.000	12.695.000	61
Kommune 3	90.000	850.000	10
Kommune 4	87.000	5.500.000	63
Kommune 5	61.600	6.300.000	103
Kommune 6	50.000	1.300.000	26
Kommune 7	49.000	1.200.000	25
Kommune 8	45.500	1.646.171	36
Kommune 9	41.000	700.000	17
Kommune 10*)	15.000	212.000	14
Samlet, alle	1.247.100	240.403.171	193
Samlet, uden Kbh	647.100	30.403.171	47

Danmarks indbyggertal, K3 2015 ifølge Danmarks Statistik: 5.678.348

*) Har som eneste kommune opgjort udgiften til henkastet affald isoleret.

Negative spiraler og overraskende afledte omkostninger

Henkastet affald forstærker negative spiraler og har overraskende store afledte omkostninger. Undersøgelser tyder på, at henkastet affald også kan påvirke ejendomspriserne, vores brand som turistland og mulighederne for at drive forretning.

Svineri avler svineri

Amerikanske forskere udviklede helt tilbage i 50'erne "The Broken Window Theory", som vi for længst har fået bekræftet: svineri avler mere svineri. Og områder, som er plaget af affald og hærværk, støder beboerne væk.

Teorien går helt enkelt ud på, at svineri genererer mere svineri. Områder, som har en høj renholdningsstandard, er mindre udsat for henkastet affald end områder med lav renholdningsstandard.

Problemet med henkastet affald kan derfor ikke løses uden en effektiv indsamling af affald samt en smart indretning af uderummene og affaldsløsninger.

Selvom ansvaret for at smide affald ligger hos dem, der smider affaldet, er det nødvendigt at starte med at feje for egen dør. Har vi selv "broken windows"? Hvis ja, bliver vi nødt til at få styr på dem, først. Eller som minimum samtidig med, at vi gennemfører en kampagne eller aktivitet sammen med de målgrupper, vi ønsker ændrer adfærd. Det har vi samlet en del viden om, især i kapitel 5.

Broken Window Theory

Teorien om sammenhængen mellem "uorden" og "kriminalitet" bliver kaldt for Broken Window Theory. Hvis et smadret vindue i en bygning ikke bliver repareret, men efterlades som det er, vil resten af vinduerne snart blive smadret også.

En succesfuld strategi til at bekæmpe forskellige former for vandalisme består i at løse problemerne, mens de er små. Udskift den smadrede rude inden for kort tid, fx inden for en dag eller en uge, og der vil opstå langt mindre efterfølgende hærværk. Hold fortovet rent hver dag, og der er mindre tendens til, at affald hober sig op og til, at brugerne smider affald fra sig på gaden.

Forskere har i flere omgange efterprøvet Broken Window Theory. Flere studier peger på, at hærværk opstår hurtigere i slidte og belastede kvarterer end fx i pæne forstadskvarterer. Men før eller siden bliver slutresultatet det samme.

Der har også været kritik af teorien. Især af dem, der bruger teorien som et argument for at bekæmpe hård kriminalitet efter et "no tolerance scheme". Til gengæld er der enighed om, at hurtig oprydning er en effektiv metode til at bekæmpe mindre forseelser og anti-social adfærd, som fx henkastet affald.

Kilder: Fixing Broken Windows: Restoring Order and Reducing Crime in Our Communities, af George L. Kelling og Catherine Coles, 1996; http://en.wikipedia.org/wiki/Fixing_Broken_Windows og Broken Windows, af James Q. Wilson & George L. Kelling, The Atlantic Monthly, marts 1982.



Sociale omkostninger

Hold Danmark Rent har også selv dokumenteret nogle af de sociale effekter, som henkastet affald har. I en undersøgelse af henkastet affald, der hvor vi bor, viser det sig fx, at hver tredje beboer i etagebyggeri finder andre steder at opholde sig (uden for kvarteret), hvis der ligger meget affald. Det giver dårlig social sammenhængskraft i kvarteret, hvilket påvirker beboerne.

Med afsæt i undersøgelsen, gennemførte Hold Danmark Rent i 2011 projekt "Rent Kvarter" i samarbejde med blandt andet Realdania, R98 og en række boligselskaber. I tre pilotprojekter i boligkvarterer i Ballerup og på Nørrebro, arbejdede beboerne med værktøjskassen "Rent Kvarter".

Projektet viser, at skrald har stor betydning for beboernes oplevelse af det sted, de bor. Og at beboerinvolveringen skaber større medejerskab – og respekt om området for alle. Resultatet er mindre affald og større glæde. Værktøjskassen bliver i dag brugt af mange boligforeninger og boligselskaber.

Indirekte omkostninger er otte gange højere

Affald og et nedslidt område skaber mere kriminalitet. Henkastet affald gør os vrede og i dårligt humør. Det kan føre til skader, punkterede cykler og trafikuheld. Affald påvirker salget hos lokale forretningsdrivende. Det giver rotter og øget dueplage. Affaldsbrande opstår. Husdyr bliver syge eller dør af at spise affald. Huspriserne bliver påvirket negativt af beskidte omgivelser. Turismen bliver påvirket af beskidte strande. Og områder med dårlig renholdelse påvirker beboerne negativt og bremser hele den lokale dynamik.

Indirekte omkostninger, der er utroligt svære at opgøre. Ikke desto mindre har organisationen Keep Britain Tidy gjort forsøget i samarbejde med anerkendte forskere og statistikere. Selvom resultaterne er behæftet med en vis usikkerhed, er resultaterne bemærkelsesværdige:

I Storbritannien bliver der årligt brugt anslået 10 milliarder kroner på at holde rent i byer, parker og andre offentlige områder. De indirekte omkostninger bliver anslået til at udgøre op mod otte gange så meget. Altså 80 milliarder kroner. Om året.

Der er ikke lavet en tilsvarende undersøgelse i Danmark og heller ikke arbejdet med at oversætte de enkelte estimater til danske forhold. I Danmark bruger vi årligt anslået ca. en milliard kroner på at holde rent i byerne, langs vejene og i naturen. Hvis de indirekte omkostninger kan omregnes med samme faktor som i Storbritannien, udgør de op mod otte milliarder kroner om året. Det vil være interessant at gå mere i dybden med.

I analysen fra Storbritannien er den største kilde til de indirekte omkostninger værditabet som følge af mindre attraktive lokalområder. Her sænker negative spiraler dynamikken, den lokale sammenhængskraft og måske også initiativet. Det udgør ca. 60 % af de samlede,

Undersøgelse: Affald ved boligen gør os vrede og kede af det

Affald ved boligen gør os vrede og kede af det

- Henkastet affald ved bopælen påvirker 68% af danskerne negativt. Det ødelægger vores humør, og vi bliver især vrede eller kede af det.

- Etagebyggeri oplever størst gener. 77 % af beboerne oplever "i høj grad" eller "i nogen grad", at der ligger henkastet affald ved boligen.

- Beboerne i etagebyggeri bliver påvirket af meget affald. 30% af beboerne angiver, at de "mister lysten til at være der" eller "finder andre steder" at opholde sig, hvis der er henkastet affald. Det er markant flere end blandt de, der bor i villa (12%) og de, der bor i rækkehus (17%).

- Frivillighedspotentialet er stort: 70% vil gerne deltage i en form for affaldsindsamling, der hvor de bor.

Kilde: Hold Danmark Rent, Analyse af henkastet affald – der hvor vi bor, 2011

indirekte omkostninger. Herefter kommer (turisme)tabet som følge af beskidte strande. Og et forsigtigt estimat, hvor 1 % af ejendomsmassen taber 2,7 % af ejendomsværdien. Øvrige indirekte omkostninger kommer fra fx øget kriminalitet, affaldsbrande samt udgifter til at bekæmpe skadedyr, som fx rotter og duer, og skader som disse forårsager.

Se faktaboks.

Henkastet affald i Storbritannien Anslåede indirekte omkostninger

Lavere huspriser	£ 1.000 millioner
Mindre attraktive lokale områder	£ 5.100 millioner
Minder attraktive strande	£ 1.000 millioner
Kriminalitet	£ 200 millioner
Dårligere mentalt velbefindende	£ 526 millioner

Kilde: Keep Britain Tidy, "The Wider Costs of Litter", 2014.

Studiet er gennemført af Eunomia Research & Consulting Ltd. En stor del af data om kausale sammenhænge stammer fra forskning i USA og Holland. Estimaterne er herefter tilpasset lokale forhold i Storbritannien og opgjort som anslåede, årlige omkostninger.



Den første flaske bliver til flere og ender som en konkurrence i smadret glas og glasskår. Warschauer Strasse Bahnhof i Berlin.

Affald som ressource i den cirkulære økonomi

Henkastet affald er en ressource, og affald indgår som et væsentligt element i cirkulær økonomi. Vi vinder dels ved at sikre, at genanvendelige ressourcer ikke ryger ud af kredsløbet, men kan indgå i ny produktion. Men også når vi synliggør ressourceperspektivet i fx kildesortering hos brugerne – hvilket i sig selv er med til at mindske henkastet affald, bl.a. når det foregår i det offentlige rum.

Cirkulær økonomi handler om at forebygge affald, genbruge produkter og genanvende materialer. I en cirkulær økonomi vil de ressourcer, som ellers ender som affald, indgå i produktionen igen og undgår dermed at forlade kredsløbet.

Grundtanken i den cirkulære økonomi er at genanvende materialer – eller endnu bedre affaldsforebygge – ved at designe produkter, der kan produceres med mindre spild, kan genbruges og repareres og derved indgå i kredsløbet igen og igen. Det globale potentiale i cirkulær økonomi anslås til 7.000 mia. kroner.

Miljøstyrelsen arbejder med cirkulær økonomi

Hvilke er potentialerne i form af de økonomiske og miljømæssige gevinster i den cirkulære økonomi? Det kan myndigheder finde svar på i rapporten *Delivering The Circular Economy – A Toolkit for Policymakers*, Ellen Macarthur Foundation, 2015. Den har Miljøstyrelsen og Erhvervsstyrelsen udarbejdet i samarbejde med The Ellen Macarthur Foundation.

AFFALD SOM RESSOURCE

Et af verdens mest effektive pantsystemer

Dansk Retursystem driver det danske pant- og retursystem med indsamling og genanvendelse af drikkevareemballager med pant. Materialerne er glas, plast og metal. Danske forbrugere leverer 9 ud af 10 tomme engangsemballager retur til pant- og retursystemet.

I 2014 indsamlede Dansk Retursystem over en milliard engangsemballager. 13 procent flere end året før. Systemet bygger på en closed-loop filosofi, hvor indsamlet emballage bliver genanvendt til ny emballage. Der blev indsamlet aluminium nok til at producere knap 500 millioner nye dåser. Det sparer naturen for mange ressourcer.



Foto: Dansk Retursystem

Kilde: www.dansk-retursystem.dk

Sortering i 62 fraktioner i Fredericia

"Vi har faktisk ikke det store problem med henkastet affald i Fredericia" siger Vibeke Hviid, chef for Genbrug og Affald i Fredericia kommune. Det kan meget vel hænge sammen med, at kommunen i mere end 30 år har arbejdet med affaldet som en ressource. Fredericia var en af de første kommuner, der gjorde en ekstraordinær indsats med kildesortering. Både i husholdningerne og de offentlige rum.

I dag har kommunens 3 genbrugspladser åbent til kl. 21.00 i sommerhalvåret. Borgerne sorterer i 53 fraktioner – og pladsernes medarbejdere sorterer yderligere op til i alt 62 forskellige fraktioner. Der bliver kommunikeret aktivt til borgerne om genbrug og genanvendelse – og hele 98 % af borgerne er "tilfredse" eller "meget tilfredse" med affalds- og genbrugsordningerne.

Der er ikke lavet en tilbundsgående analyse af sammenhængen mellem gode affaldssorteringsvaner og mængden af henkastet affald i naturen. Men kommunen er overbevist om, at når borgerne er vant til at se affald som noget, der har værdi, så smider de det også sjældnere fra sig i naturen. Fredericia kommune har i hvert fald meget begrænsede affaldsmængder på indfaldsvejene til Fredericia by.



Kilde: Vibeke Hviid, Affald & Genbrug, Fredericia Kommune eller <http://www.fredericia.dk/Borger/Natur-miljo/Sider/Affald/Affald-og-genbrug.aspx>

UPCYCLING

Because there is no planet B

ECOALF er et bæredygtigt, spansk modebrand. Firmaet upcycler brugte plasticflasker, bildæk, kasserede fiskenet, brugt bomuld og uld samt kaffegrums. Upcycling sker, når kasserede produkter bliver tilført ny værdi over tid og materialet genanvendes igen og igen. Her som stof og materialer af højeste kvalitet til bæredygtigt modetøjsproduktion.

- Genanvendte plastikflasker koster 50 % mindre energi og 60 % mindre luftforurening. Indtil videre har ECOALF genanvendt 40 millioner flasker.
- Genanvendt fiskenet koster 28 % mindre udledning af drivhusgasser og forebygger forurening af havene. 650.000 tons fiskenet er efterladt på havbunden.
- Konventionel bomuldsproduktion koster 2700 liter vand til en t-shirt.
- Kaffegrums bliver til tøjfibre, der tørrer hurtigt, begrænser lugt og yder UV beskyttelse. 20 kopper kaffe bliver til en meter stof.



Foto: Morten Asbjørn Jensen

Kilde: www.ecoalf.com

GumDrop

Tyggegummi er, næst efter cigaretskod, det hyppigste problem med henkastet affald i Danmark. Analyser viser, at der i gennemsnit ligger 212 klatter tyggegummi pr. 300 m² i det offentlige byrum. Det ser ikke bare grimt og ulækkert ud, det koster også kommunerne op imod 10 kr. pr. klat at fjerne!

Hold Danmark Rent har derfor lavet en aftale med det engelske firma GumDrop Ltd., som producerer tyggegummi beholdere. 20 % af materialet består af genanvendt tyggegummi.

Med denne on-the-go beholder har man altid mulighed for at komme af med sit brugte tyggegummi.

Når containeren er fuld, kan den returneres til producenten, og indholdet går tilbage til videre forarbejdning. Det bliver til nye beholdere og andre plastprodukter, herunder undervisningsmaterialer i skolerne.



Kilde: Hold Danmark Rent, www.hdrshop.dk og www.gumdropltd.com

To superkontinenter af plastik

80 % af plastikaffaldet i verdenshavene stammer fra landjorden. Det udgør enorme mængder, der blandt andet samler sig i to »øer« af plastik, der flyder rundt i Stillehavet og Atlanterhavet. Deres areal er vokset, så de svarer til knap 700 gange størrelsen af Danmark – og de forurener vores luft, drikkevand og mad.

Af Anders Zorn, Cand.Scient. i marinibiologi

Vidste du, at de spændende farver i tandpasta i virkeligheden skyldes indfarvede plastikkugler? Vidste du, at mikroskopisk plastik bruges til flere hundrede cremer, herunder skrubbcremer? Og vidste du, at nanoplastik nu findes i den luft, du indånder, den mad du spiser, og det vand du drikker?

Problemet er ikke blevet mindre siden den norske oceanograf og havbiolog Thor Heyerdahl rapporterede om synlig og allestedsnærværende forurening under RA II ekspeditionen i 1970. Tværtimod. Det er mere end sandsynliggjort, at der forlængst er etableret nogle kolossale marine supper bestående af plastik i både Atlanterhavet og Stillehavet.

Atlanterhavssegmentet menes at fylde ca. 2.000 km i længden, hvilket svarer til afstanden fra København til Madrid i fugleflugtslinje. Hvis det synes ubegribeligt, så er det intet at regne for Stillehavssegmentet, hvis areal menes at svare til Afrikas – altså plastikøer i Stillehavet, hvis samlede areal svarer til over 30.000.000 km², eller knap 700 gange Danmarks areal. Det vil tage 300-400 skibe ca. 20 år non-stop 24 timer i døgnet at fjerne denne plastiksuppe.

Verdens 8. superkontinent af plastik er blevet en bizar realitet. Plastikaffaldet består af alt mellem himmel og jord, herunder lightere, kuglepenne, kapsler, engangsflasker, bolde, poser, dunke, badedyr, kajaker, emballage, tandbørster, engangskrus, nylon, bestik, diverse PVC/polystyrenforbindelser, LEGO-klodser, reb, fiskenet m.v. Grundet vind, vejr og solens

UV-stråling bliver plastikdelene over tid findelt og nedbrudt til mindre fragmenter og ender ultimativt som en uappetitlig suppe bestående af plastikaffald, der typisk ligger i et lag på mellem 30 og 60 meters tykkelse i verdenshavene. Over tid fragmenteres det til mikroskopisk nanoplastik og kan være helt ned til ca. 100.000 gange mindre end tykkelsen af et menneskehår.

Kilderne til plastikforureningen er mange, og opstår helt lavpraktisk også i vores hverdag, uden at vi nødvendigvis ved af det. Plastikfibre bruges i stor stil i tekstilindustrien og fx hudcremer og hårsampoo indeholder også plastik. Renseanlæg er endnu ikke bygget til at tilbageholde microplastikfibre i spildevandet med det resultat, at milliarder af mikroskopiske plastfibre ledes uhindret ud i vores marine økosystemer.

650.000 ton fiskenet i havene

Spøgelsesnet er blandt de største dræbere i havene. Ikke alene fanger og kvæler de fisk og havpattedyr. De skyller også op på rev og kyster, hvor de ødelægger koraller og de kystnære økosystemer. Fiskerne skifter typisk net hver 2-3 år. De er af den højeste nylonkvalitet, for at kunne holde til fiskeriet. Det er en af årsagerne til, at de er så problematiske, når de bliver dumpet i havet.

Kilde: ecoalf.com



Foto: zotv/bluecommunity.info

Andre kilder til plastikforurening er skibsfart og boreplatforme. 80 % af plastikforureningen kommer imidlertid fra økosystemer på jorden, i særdeleshed storbyer. Millioner af engangsflasker med tilhørende farvestrålende skruelåg bortskaffes overalt på kloden, og hvor plastikflasken måske ender i en subtropisk gyro i Stillehavet, så risikerer skruelåget – på grund af dets størrelse, farve og form – at ende i fordøjelsessystemet på marine havpattedyr og fugle.

Men hvad er det så for miljøfremmede stoffer og kemikalier, der er i plastik? Det er stoffer med meget fremmedartede betegnelser: Fx phthalater (kemikalier, der blødgør PVC til gummi), flammehæmmere, blykromater (farvestoffer), benzencarboxylsyre (anvendes som isolering i ledninger), og anthracen (en vigtig råvare i gummiproduktionen). Når disse plastikstoffer splittes til mindre dele, har de en ubehagelig tendens til at binde miljøgifte til overfladen – som eksempelvis methylkvikslølv – hvorefter de er under mistanke for at kunne blive ophobet i marine økosystemer.

Herfra er vejen pludselig banet for koncentration af plastik (og dertil bundne miljøgifte) i den marine fødekæde. Derfra er der ikke langt til, at plastikforureningen til sidst ender på vores egen tallerken.

Er ovenstående så et helt urealistisk dommedags scenario? Areallet på oceanernes plastiksupper er ikke øget signifikant de seneste 20 år, selvom tilgangen af plastikaffald fortsætter. Forklaringen kan være ganske simpel, men også tilsvarende skræmmende: Tilgangen af plastikaffald til verdenshavene svarer til den andel, der – i form af nanoplastik – nu bliver optaget af de marine økosystemer. Sagt på almindeligt dansk er det nu sandsynligt, at marine økosystemer er ved at optage og indbygge plastik i deres fødekæder.

Så meget tyder på, at nanoplastik er kommet for at blive: Det er i den luft, vi indånder, det vand vi drikker, og i den mad vi spiser.

9 ud af 10 havfugle har plastik i maven

Australske forskere fra CSIRO har dokumenteret, at op til 90 % af havfuglene har plastik i maven. Det farvestrålende plastikaffald bliver set som fiskeæg – og spist. Det bliver til astronomiske mængder af affald, der fejlagtigt ender som et plastikmåltid. Forskerne forudser, at 99 % af alle havfugle vil have plastik i maven i 2050.

Kilde: <http://www.theguardian.com/environment/2015/sep/01/up-to-90-of-seabirds-have-plastic-in-their-guts-study-finds> og CSIRO (Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation)



Foto: Britta Denise Hadley CSIRO AP

Ekspedition Plastik Danskere til plastikøen ved Bermuda

CASE

Den danske miljøorganisation Plastic Change drog i 2014 på en ekspedition fra Europa til Bermuda for at dokumentere plastikforureningen i havene. Efter sig trak de et mantatrawl, som samlede partikler op fra havoverfladen. Det indsamlede plastik blev sorteret om bord og data blev indberettet til den globale videndatabase over plastikforurening i havene. Det meste plastik er smadret til småstykker eller helt ned i næsten usynlige partikler, under de mange hundrede kilometers rejse ud midt i Atlanten. Det blå hav indeholder tusinder og atter tusinder af ton plastik fra Europa og Nordamerika. I alle farver og forskellige materialer. Ekspeditionen har dokumenteret plastikkens rejse over havene – og de enorme mængder, der samler sig og drejer rundt, hvor havstrømmene ender blindt. Resultaterne indgår blandt i et forskningsprojekt på RUC.

Kilde: www.plasticchange.org



Foto: Lisbeth Engbo



Foto: Plastic Change



Foto: Plastic Change

Henkastet affald er en del af en større dagsorden.

De 5 vigtigste ting, du skal huske!



Henkastet affald er dyrt

- De penge, der bliver investeret i adfærdsændringer, kommer ikke alene tilbage i form af sparede udgifter til renhold. De kommer også tilbage i form af nye samarbejder, partnerskaber og god energi.
- Smukke omgivelser og positiv forandring giver langt større glæde end det modsatte.



De afledte omkostninger er op til otte gange højere end de direkte

- At få skovlen under henkastet affald starter dermed en positiv spiral, som påvirker den sociale sammenhængskraft og dynamik, modvirker kriminalitet og øger værdien af vores bygninger og natur.



Danmarks brand er grønt, blåt og rent

- Det er natur, veje og byer fri for affald en vigtig del af.
- Danmarks turismeindtægter udgør ca. 35 milliarder kroner. Hvert år.



Affald er en ressource

- Henkastet affald og kildesortering i det offentlige rum er en vigtig genvej til at få flere til at interessere sig for øget genanvendelse og sparede ressourcer.
- Ikke alene holder vi op med at smide penge væk. Arbejdet med henkastet affald nudger også befolkningen i retning af en mere cirkulær økonomi.



Plastikhavene er en realitet

- 80 % af alt plastikaffaldet i havene kommer fra vores liv og adfærd på landjorden.
- Hvis ikke andet kan overbevise dig, så bør Anders Zorns kronik kunne. Vi skal alle gøre en indsats. Nu. Hver dag.



A large, white, stylized number '3' is positioned in the upper right quadrant of the image. The background is a photograph of a winter forest scene, heavily tinted with a vibrant green color. Bare tree branches are visible, some covered in a layer of white snow. Several pairs of shoes are hanging from the branches, suggesting a public display or an art installation. The shoes vary in style and color, including sneakers and casual shoes. The overall composition is artistic and thought-provoking, likely related to the text below which discusses mental health and waste.

3

**Hvordan mindsker vi
henkastet affald?**



**ALLE MÅ GERNE
GÅ FORBI**

19

Det bedste råd er, at én type aktivitet eller indsats sjældent bør stå alene. Der findes mange forskellige greb og arbejdsstrategier, når opgaven hedder at ændre holdninger og bekæmpe henkastet affald.

Hvis målet er at skabe effekt, skal arbejdet fokusere både på at forebygge og på at ændre adfærden. Det er ikke nok blot at rydde op. I dette kapitel har vi fokus på kampagnerne, på kommunikationen og på indholdet i arbejdet.

Langt de fleste af os ønsker ikke at smide affald – vi synes det er forkert. Det er det gode udgangspunkt for at arbejde med henkastet affald. For vi skal grundlæggende ikke overbevise vores brugere om, at de skal gøre det rigtige. Vi skal gøre det lettere for dem.

“

Stimulér den positive hensigt - så opfører vi os altid mere hensynsfuldt.

3.0 Hvordan mindsker vi henkastet affald?

3.1	Hvad er egentlig problemet?	34
3.2	Nudging (positive skub i den rigtige retning)	36
3.3	Handlingskommunikation	41
3.4	Værktøjskasser/eventpakker	43
3.5	Positive budskaber motiverer	46
3.6	Husk fakta – viden modvirker uvidenhed	48
3.7	Opsamling: De 5 vigtigste ting, du skal huske!	49

Hvad er egentlig problemet?

Alt for ofte bliver det glemt – eller fejlet af bordet. Men fakta er, at en indledende analyse af problemet er helt afgørende, hvis indsatsen skal lykkes. Det sværeste ved håndteringen af henkastet affald er, at "one campaign never fits all". Typer af affald opfører sig forskelligt. Stedets indretning har stor betydning for, hvor meget der kommer. Og vi kan alle sammen opføre os forskelligt – og skifte fra at være velopdragne til en du-er-selv-ude-om-det-jeg-smider-det attitude.

Problemanalysen er nødvendig. Punktum. Slut. Den tid og de penge, der bliver sparet ved at springe den over, bliver næsten altid brugt flere gange, når aktiviteterne og indsatsen rammer lidt – eller meget – ved siden af. Det behøver til gengæld hverken at være dyrt eller tage lang tid at analysere. Er det alligevel uoverskueligt, er det formentlig et godt sted at hyre professionel hjælp. Der er for stor risiko for at ramme ved siden af skiven ved at lade være.

Her følger de punkter, der bør indgå i enhver problem-analyse.

1. Undersøg stedet

Det behøver ikke at være dyrt eller at tage lang tid. Ofte handler det om at stå der, hvor problemet opstår og sætte sig i problemets sted: Hvad er det for noget affald, der bliver smidt, hvem kommer her, hvornår bliver det smidt, hvordan fungerer de eksisterende affaldsløsninger og hvorfor opstår problemerne?

2. Spørg dem, der har fingrene i problemet

Spørg de medarbejdere, der har fingrene i affaldet – eller spørg naboerne. Stil dem de tre enkle spørgsmål: hvad, hvem, hvornår? Ofte kan det også være en god idé at spørge brugerne, hvordan de oplever problemet. Oplevelsen af, hvilken del af problemet der er størst, afviger måske fra din egen: Den enlige pizzabakke kan sagtens genere mere end de 200 skod ved busstoppestedet. Det er vigtigt viden, når indsatsen skal prioriteres.

3. Hvordan opfører målgruppen sig?

Hvilken adfærd har brugerne på stedet? Udsæt problemområdet og brugerne af området for Typetesten. En af Hold Danmark Rents vigtigste erfaringer er, at en kampagne altid skal tilpasses konteksten. Læs mere om kontekstens betydning i kapitel 5 om hæmmere og fremmere i det offentlige rum.

4. Skriv en kort konklusion på problemanalysen

Saml op og lav en kort konklusion på problemanalysen.

- Hvad generer mest?
- Hvad er de vigtigste tre årsager til, at problemet opstår?
- Hvis du skal prioritere, hvad er så vigtigst at forsøge at løse? Og hvad tror du, er det letteste at løse?
- Er der nogle oplagte, lavthængende frugter, der kan skabe et hurtigt/synligt resultat.

Tag "typetesten"

I udgangspunktet er stort set alle danskere velopdragne. Omgivelserne kan dog påvirke mange til at udvise en anden adfærd. Prøv at observere brugerne og find ud af, hvad der sker. Det kan give vigtigt input, når der skal vælges den rigtige indsats. Læs mere om affaldstyperne i kapitel 5.

VELOPDRAGNE

"Jeg synes, det er en uskik, at andre smider affald fra sig. Derfor ville det aldrig kunne retfærdiggøres, at jeg selv gjorde det." = her er adfærden i orden og området "virker".

BEBREJDERE

"Hvis et sted i forvejen er overstrøet med affald, kan jeg ikke se, hvorfor jeg skulle lade være med at kaste mit eget fra mig." = måske er renholdningsstandarden for dårlig fra starten?

SELVRETFÆRDIGE

"Hvis der ikke bliver holdt rent og sat skraldespande op, er de ansvarlige selv ude om, at der bliver kastet med affald." = måske vanskeligt at forstå forventninger til god opførsel.

FLOVE

"Hvis jeg betragter det som uskyldigt, kan jeg godt finde på at kaste noget fra mig. Men det er lidt pinligt, hvis andre ser det." = måske mangler viden om nedbrydningstid for skod og ispind.



Simpel fotodokumentation kan være en effektiv måde at vise karakteren af et problem. Både før og efter en særlig indsats.

CASE

Dokumentation og test Hold Danmark Rents værktøjskasse til stranden

Formålet med arbejdet er at skabe forandring – at få mere henkastet affald til at ende det rigtige sted; sorteret. I Hold Danmark Rents strandværktøjskasse er der inkluderet et lille testkit. Det er et udmærket eksempel på, at det ikke behøver at være så svært. Til gengæld er det vigtigt:

Undersøg og dokumenter problemet FØR.
Undersøg og dokumenter effekten EFTER.

Testkittet har også den indbyggede pointe, at det er en god idé at teste løsningen i mindre skala, før den bliver implementeret fuldt ud. Det giver mulighed for at opdage fejl. Og for at forbedre løsningen undervejs.

Kilde: Hold Danmark Rent.

TEST

Notér dagligt den indsamlede mængde skrald i felterne samt afkryds vejstatus fra den foregående dag.

Test ansvarlig:

KG SAMLET PÅ STRANDEN & PARKERING (det areal i normalt fjerner affald på)

Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag	TOTAL
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0

KG SAMLET I NYE SPANDE

Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag	TOTAL
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0

Nudging (positive skub i den rigtige retning)

Nudging er de senere år blevet meget omtalt i forbindelse med henkastet affald. Begrebet kommer fra Richard Thaler og Cass Sunstein, der i 2008 skrev bogen "Nudge". Idéen er at rette fokus mod "valgarkitekturen". Her kan man arbejde aktivt med at ændre de fysiske rammer, give os kærlige skub i ryggen og motivere os til at udvise den positive adfærd, vi selv ønsker.

Hold Danmark Rent har fra starten arbejdet ud fra filosofien om positiv adfærdspåvirkning – og har brugt mange nudges i arbejdet med at "skubbe" danskerne lidt tættere på skraldespanden. Og i de senere år også for at få os til at kildesortere undervejs og i det hele taget tænke mere over, at affald er en ressource.

Nudging blev for alvor kendt, da DR2 i 2014 kørte fire udgaver af programmet Vanens Magt. Anne Glad er vært og Sille Krukow ekspert. I programmet undersøger de, designer og tester en række nudges. Og måske vigtigst: dokumenterer en ofte betydelig effekt med en beskeden investering.



Foto: Morten Asbjørn Jensen

NUDGE

"Et nudge er et forsøg på at påvirke menneskers valg og adfærd i en forudsigelig retning uden at begrænse deres valgmuligheder eller ændre afgørende ved handlingsalternativernes omkostninger (herunder økonomi, tid, besvær, sociale sanktioner og lignende). Nudging motiveres af bias i vores individuelle beslutningstagen, og udvirkes ofte ved at gøre brug af de selvsamme fejl. Nudging er en generel betegnelse/kategorisering af systemer, tiltag og design, der skaber en målbar adfærdsændring."

- Richard Thaler & Cass Sunstein

Nudging er kendt blandt danskerne

31 % – hver tredje dansker – ved hvad nudging er, når vi spørger dem. Og endnu vigtigere, når vi beder dem om at forklare det med deres egne ord, svarer de rigtigt: at det er positive skub i en positiv retning, at vise vej og at gøre det sværere at gøre det forkert. Nudging er med andre ord et begreb, som hurtigt er blevet kendt – og anerkendt. Det giver en positiv modtagelse, når nudges indgår i kampanjer.

Kilde: Hold Danmark Rent, Befolkningsundersøgelse 2015

Sådan arbejder du med nudging

Vi har allieret os med Sille Krukow, som her giver sine 10 bedste råd, når du skal arbejde med nudging.

1. Vend fokus: forstå i stedet for at lede efter fejl

Vend fokus fra at kigge på mennesket som dem, der laver fejlene. Og se i stedet på "valgarkitekturen" i omgivelserne. Hvad er det, der fejler? Noget går galt på stedet, for vi ved, at ingen i udgangspunktet ønsker at smide affald.

2. Lav en adfærds kortlægning

Gå ud og se på adfærden, der hvor du har problemet. Indsaml data, hvis det er muligt. Dokumenter adfærden fx med fotos. Udpeg barriererne – de kan være fysiske, sociale og psykologiske (det er i princippet det samme som problemanalysen i afsnit 3.1).

3. Opstil klare mål

Hvilke er målene for den ønskede adfærd – hvornår er vi i mål? Sæt også ord på de ønskede gevinster: hvor meget kan I spare, og hvad er en rimelig investering undervejs.

4. Bryd omgivelserne mest muligt

Husk, at vi orienterer os visuelt i det offentlige rum: Billeder/farver/ikoner er ofte mere effektive end ord. Sørg for opmærksomhed og signaleffekt. Gul og rød er effektive signalfarver.

5. Test løsningen

Producer lavteknologiske prototyper (wrapping-prototyping) for at finde ud af, om løsningen passer på stedet og fungerer for målgruppen. Det handler både om at passe til omgivelserne og skabe opmærksomhed: Løsningerne kan fx "støje" mere i et boligområde end i skoven (Læs mere i afsnit 5.4).

6. Mål om det virker

Opnår I de ønskede resultater? Tæl affald, tag fotos, tøm skraldespandene. I en begrænset periode før og efter testen. Så kan I dokumentere resultaterne, og der kan laves cost/benefit beregninger.

7. Målet helliger midlet

Husk, at du ikke skal evaluere om designet er "pænt" eller "godt". Det vigtigste er, om det mindsker mængderne af affald eller fx fremmer kildesortering. Virker det, kan du i en senere udgave udvikle på designet.

8. Vær smidig

Når du piller ved noget det ene sted, kommer der ofte afledte effekter andre steder. Sørg for, at ansvar og handling kan flytte med rundt.

9. Få ledelsens opbakning

Ledelsen skal bakke op med kompetencer, ansvar og resourcer. Og være indstillet på, at en vigtig del af arbejdet består i at eksperimentere med nye typer af indsatser – og at de ikke alle sammen virker perfekt fra starten.

10. Undgå faldgruberne

Hvis adfærds kortlægningen går galt, udpeger du de for kerte udfordringer og barrierer. Heldigvis opdager du det hurtigt, hvis du eksperimenterer low-tech! Hvis du derimod glemmer at eksperimentere i løsningsfasen, risikerer du at bestille en supertanker med skruen i stævn..

Traditionelt vil vi gerne motivere vores målgruppe og få dem til at vælge at ændre adfærd. I nudging er det lige omvendt. Derfor er det vigtigste at ændre fokus: At tage helt nye briller på, når du kigger på dit problem.



Om Sille Krukow

Sille Krukow er adfærdsdesigner og har arbejdet professionelt med nudging siden 2008. Der er flere gode cases på hendes hjemmeside:

www.krukow.net

Kommunernes Landsforening kortlægger nudging i kommunerne

Mange kommuner ser et stort potentiale i at arbejde med nudging inden for blandt andet affaldsområdet. KL har i 2015 fået midler fra Miljøstyrelsen til at indsamle, kortlægge og dele disse erfaringer. Allerede nu tyder videnindsamlingen på, at:

- Næsten alle kommuner er meget interesserede i nudging og ønsker at arbejde med det.
- En del er gået i gang – men der er meget få færdige projekter og dermed endnu kun sparsomme resultater.
- Meget få arbejder isoleret med nudging. Langt de fleste kombinerer nudging med andre typer af kommunikation og aktiviteter.

Kilde: Følg med på KLs hjemmeside. Kontaktperson er Trine Iversen.

Nudge værktøjskasse til strande Testet på Gudmindrup Strand, Odsherred

Udfordring:

Skraldet bliver smidt på stranden og det, der ender i skraldespandene, bliver ikke sorteret. Det ærgrer kommunen. For det er dyrt at kildesortere affaldstyperne (fraktioner) bagefter, når man gerne vil genanvende affaldet. Og skrald på stranden trækker mere skrald til.

Løsning:

Udvikling af et nudge-katalog med en lang række elementer, der hjælper strandgæsterne til at gøre det rigtigt. Komplet værktøjskasse med nudges til stranden.

Hovedprincipper for nudges på stedet:

Farvematching: hver fraktion får sin egen farve og ikoner. Det aktiverer vores ønske om at ramme rigtigt, ligesom da vi som børn matchede den firkantede klods med det firkantede hul i en boks.

Materiel understøttelse: synlig placering af skraldespande (set fra stranden) og flere mærkede spande. Så vi kan orientere os og forstå den ønskede handling helt nede fra strandsandet.

Visualisering: skiltning med præcis de typer af skrald, der afspejler den affaldskontekst, der er fremherskende. Her det typiske strandskrald.

Så fungerer det på tværs af sprog og alder.

Tydelig forventningsafstemning: opsætning af bannere, der markerer at her er en ren strand, som vi passer på. Det gør normen (og dermed forventningen) på stedet tydelig. Det giver tryghed at kende reglerne og aktiverer vores ønske om at være en del af flokken.



Resultat:

Mere skrald indsamlet og stort set rene fraktioner i skraldespandene.

Partnere:

Odsherred Kommune, Hold Danmark Rent og Sille Krukow (som adfærdsdesigner).

Kontakt: www.HoldDanmarkRent.dk



God rygeoplevelse motiverer adfærd Testet på Hovedbanegården, København

Udfordring:

Det er forbudt at ryge både i stationshallen og på personerne på Hovedbanegården. Alt for mange skod ender på jorden uden for stationen. Det giver en beskidt og utryk oplevelse, som er dyr at håndtere, for skod kræver både fejmaskiner og manuel opsamling.

Løsning:

Udvikling af nudge-pakke, der møder den naturlige rygeadfærd: "Vi ryger (sammen), smider skod og slukker det med foden." Koncept for rygeområder, der kan tilpasses og etableres på stationer over hele landet.

Hovedprincipper for nudges på stedet:

Positiv forventningsafstemning: rygere føler sig som jaget vildt. Ændring fra forbudsskilte til positive anvisninger: "Her må du ryge" og "Her må du smide dine skod" virker inviterende.

Materiel understøttelse: Det store, nedgravede askebæger møder rygernes naturlige adfærd – og virker som et dobbeltnudge, da det får flere rygere til at bruge de almindelige udendørs askebægre. Det motiverer til ændret skodadfærd. Gul (signalfarve) afstribning markerer fælles rygeområde. Vejrbeskyttelse gør, at det fungerer i al slags vejr.

Visualisering: Gul skiltning viser vej fra de steder, hvor rygerne typisk står og skodder.

Resultat:

Reduktion af skod på jorden med 30 %. Skønsmæssigt sparer det mindst kr. 10.000,- om måneden i renhold på teststedet.

DSB har implementeret rygeområderne på flere større stationer. Nudgepakken er modulær og skal altid tilpasses til stedet = undersøg lokal rygeadfærd. Sørg for et tydeligt "rum", synlige anvisninger og god placering.

Partnere:

DSB, Københavns Kommune, Hold Danmark Rent, DTU Skylab (nedgravet askebæger) og Sille Krukow (som adfærdsdesigner).

Kontakt: DSB



Ny pantkultur Pantholdere i København

Udendørskulturen giver mange tomte flasker og dåser med pant. Men der er ikke noget rigtig godt sted at gøre af dem. De bliver efterladt på græsset, på fortove, i cykelkurve eller i byens skraldespande. Her skal pantsamlerne lede efter dem. Pantholderne er et pilotprojekt, der nu bliver permanent – et enkelt værktøj på rette tid og sted. De er tænkt som en del af en ny pantkultur, som både gør det let at komme af med dåser og flasker samt gør det let at indsamle panten på en ordentlig måde. Det øger også returproducenten, så fx brugte dåser bliver smeltet om og brugt igen.

Pantholderne er imidlertid også et socialt nudge. For alle brugerne af byens rum, der nu stiller panten i respektfuld øjenhøjde med dem, der samler den ind. Og især for pantsamlerne, der får et bedre arbejdsmiljø. De slipper for at rode i skraldespandene og blive stukket på kanyler, få afføring på sig eller komme til at sprede affaldet på jorden ved siden af. Pantholderne giver også effektiv drift for kommunen, fordi der er mindre oprydning.

Resultatet taler for sig selv: 50% mindre pant i de skraldespande, der har fået en pantholder. Københavns Kommune installerer nu 500 pantholdere rundt omkring i byen, som en fast del af kommunens miljøinventar.

Bag projektet står pantborsen.dk og magasinet Illegal i partnerskab med blandt andet Københavns Kommune, Dansk Retursystem og Vesterbro Lokaludvalg.

Kilde: www.kbh pant.dk samt Københavns Kommune, Byens Drift i Teknik og Miljøforvaltningen.



Foto: KBHpant



Foto: Morten Asbjørn Jensen

Pantholderen var med på Folkemødet 2015 som prototype. Hængt op det rigtige sted ender panten i "altankassen". Så er det let for de frivillige at holde rent på festivalområdet.

Handlingskommunikation

Hvor et nudge handler om valgarkitekturen i omgivelserne, er handlingskommunikation konkrete værktøjer, som hjælper brugeren med at håndtere affaldet korrekt, der hvor de er.

Begrebet handlingskommunikation understreger også, hvad der får en adfærdssædrende kampagne til at skabe resultater: færre annoncer og flere aktiviteter ude i den virkelige verden, der interagerer med målgruppen. Stort set alle er enige om, at det er forkert at smide affald. Giv os værktøjerne, så det bliver lettere at lade være.

Handlingskommunikation er den del af en kampagne, der anviser konkret handling, så målgruppen kan tage aktivt del i løsningen af problemet.

Handlingskommunikation foregår i høj grad ude blandt målgruppen. I og omkring de arenaer og situationer, hvor affaldet bliver smidt. Handlingskommunikation knytter en eller anden form for fysisk oplevelse til kommunikationen.

GumBall sidder i nøgleringen, fx sammen med bilnøglen, og er lige ved hånden, når tyggegummiet netop ikke skal spyttes ud af bilvinduet. Osv. Osv. Kun fantasien sætter grænsen.

Fælles for de værktøjer, som Hold Danmark udvikler er, at de også bliver brugt som et medie. På indpakningen findes der links til relevante hjemmesider. Sponsorlogoer fra de partnere, der hjælper med at gøre projektet og sagen større. Og en enkel vejledning til, hvordan værktøjet hjælper med en hensigtsmæssigt håndtering af affaldet.

Ram plet i brændpunktet

Det handler om at få arbejdet budskabet fysisk ind hos modtageren. Fordi vi lærer, når vi oplever. Og fordi vi ændrer handling, når vi bliver i stand til at gøre det. Nemt og sjovt.

Det er i virkeligheden lidt som kontaktpunkter, brugerpunkter og brændpunkter, når vi skal i kontakt med en målgruppe. Et kontaktpunkt er dér, hvor vi ikke kan undgå at møde budskabet – fx i reklameblokken på tv. Her er det tilfældigt om budskab og modtager matcher hinanden. Brugerpunktet, derimod, er ligesom køledisken i supermarkedet. Her er der større chance for, at præsentationen af en ny frostpizza møder interessen hos dem, der er ude at købe ind. Her er kommunikationen varmere. Brændpunktet opstår derimod, når vi kan smage grillpølserne ved køledisken – i grillsæsonen. Her er grillpølsen svaret på behovet hos rigtig mange forbrugere.

Handlingskommunikation er værktøjer, der møder et behov præcis der, hvor det opstår for brugeren. Derfor rammer handlingskommunikation meget ofte ned i brændpunkter.

Lommeskraldeposen er til stede i et brændpunkt for bilisterne, når de får den ved rasteplassen – fordi det løser problemet med affald i bilen, når de kører videre. Og for trailløberne, når de møder den på ruten i skoven – fordi det gør det let at bevare naturen smuk.

Lommeaskebægeret er en generøs gave til rygerne, der føler sig jaget udenfor – fordi det virker uanset hvor, der ryges. Strandaskebægeret er i al sin enkelhed en funktionel løsning, der både er let at sætte i sandet og tage med sig bagefter – i et brændpunkt for strandrygeren.

Blomsterpiger uddeler lommeaskebægre Smukfest i Skanderborg

Festivalen arbejder meget med at skabe en smuk og ren oplevelse. Her er cigaretskod en reel udfordring. Den møder Smukfest med handlingskommunikation, der bliver iscenesat på den fineste måde: Blomsterpiger, der uddeler roser og lommeaskebægre, når gæsterne kommer ind på pladsen. Lommeaskebægeret er værktøjet, der gør det let at passe på det smukke: skod i askebægeret i stedet for at smide det på jorden. Blomsterne bliver en del af scenen og landskabet. De er et symbol på brandet = den smukke fest. Det giver festivalen – helt bogstaveligt – videre til gæsterne, som overtager det medansvar, blomsterstafetten giver. I 2015 uddelte Smukfest 30.000 lommeaskebægre og 8500 roser.



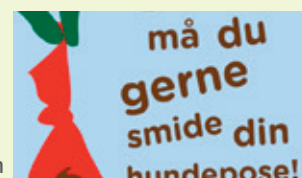
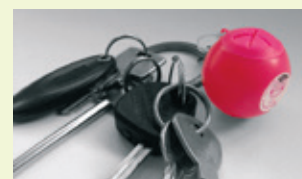
Foto: Nicolai Eisenreich

Kontakt: Smukfest (Blomsterpigerne) og Hold Danmark Rent.

Værktøj der virker på farten

Hold Danmark Rent har produceret en række forskellige værktøjer. De bliver solgt i webshoppen og er blevet uddelt i forbindelse med kampagner og aktiviteter:

- Lommeskraldeposen indeholder 10 meter "endeløs" skraldepose. Så skærer brugeren en pose i præcis den størrelse, der skal bruges. I bilen, på skovturen, i kanoen osv. > 100.000 er uddelt eller solgt.
- Trailskraldeposen er en mindre og fladere udgave med 10 poser. Den er lettere at have med på fx løbeturen. > 110.000 er uddelt eller solgt.
- Lommeaskebægeret er en en lugt- og varmeisoleret beholder i blødt materiale i formatet 7x7x1 cm, som kan tømmes og genbruges mange gange. > 500.000 er uddelt eller solgt.
- Strandaskkebægeret er et lamineret postkort, der kan foldes som et kræmmerhus og stikkes ned i sandet. > 15.000 er blevet uddelt.
- Hundeklistermærker, som man kan sætte på sin skraldespand, der nu skal stå i skel. Service til hundeejerne på villavejen, hvor der er langt mellem offentlige skraldespande. > 75.000 er blevet uddelt eller solgt.
- GumDrop on-the-go tyggegummibeholder. Nyt produkt, som både fjerner de klistrede klatter og lader dem indgå i kredsløbet til genanvendelse.

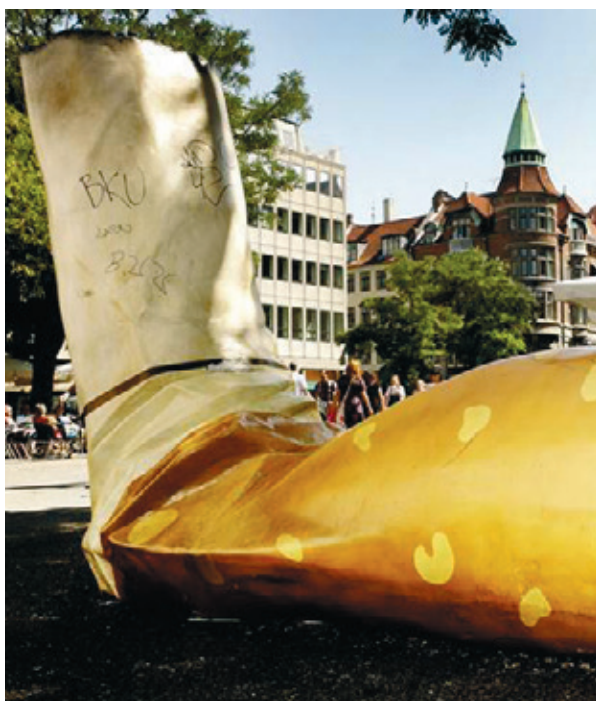


Kilde: www.holddanmarkrent.dk

Værktøjskasser/eventpakker

Vi lærer, når vi oplever. Og det understøtter vores adfærd. Det er en del af det, der sker med handlingsværktøjerne. Det er godt at samle værktøjer, viden og gode råd i pakker. Lige til at gå til for andre, som gerne vil i gang.

Siden 2010 har Hold Danmark rent udviklet en række værktøjskasser til forskellige målgrupper og forskellige typer af problemer med henkastet affald.



Hvad er en værktøjskasse? En værktøjskasse er en samling af viden, vejledninger, materialer og værktøjer. Værktøjskasserne skal gøre foreninger, ildsjæle, virksomheder, kommuner og andre interesserede i stand til hurtigt at komme i gang med projekter eller kampagner.

Mange kommuner, virksomheder og ildsjæle bestiller og bruger "Saml op!" kassen. Her er alt udstyr og de gode råd til at gennemføre en mindre affaldsopsamling. Der er udviklet en særlig værktøjskasse til stranden – inklusiv nudgingværktøj. En værktøjskasse til boligområder. Og en lille, kompakt kampagne til rygerne, så de smider skod de rigtige steder.

Husk, at værktøjskasserne også er med til at sikre, at aktiviteterne bliver mere grundigt forberedt. Og kan være det, der får flere til at deltage eller at aktiviteten udvikler sig til noget større i foreningen eller i lokalområdet. Værktøjskasserne tilfører et professionelt niveau til arbejdet, som kan tiltrække flere partnere; som sponsorer eller som egentlige deltagere. Eller bidrager til at medierne vil dække aktiviteten.

Vi lærer, når vi oplever

Oplevelser, events og fysiske værktøjer sørger for, at en kampagne kommer ud i den virkelige verden. I al sin enkelhed er det en af de vigtigste læringer fra læringsteorien: Al læring kommer fra vores evne til at sanse, filtrere og danne mønstre i det, vi sanser. Jo større sansesystem vi stimulerer, jo flere kanaler har vi sanset erfaringen på.

Hvordan formidler man bedst opskriften på Osso Buco, så modtageren bliver inspireret til selv at prøve kræfter med retten?

- Den klassiske opskrift med ingredienslisten og en vejledning.
- Den klassiske opskrift sammen med et foto af den færdige ret.
- Tilberedning af retten i supermarkedet ved køledisken. Formidlet af en charmerende kok, mens vi kan dufte krydderurterne, "smage" kødet når det braser i gryden og prøve den færdige ret.
- Tilberedning af retten i supermarkedet – men suppleret med små poser med Osso Buco krydderier samt opskriften og link til madlavningsvideoen.

Svaret er selvfølgelig det sidste. For her kommunikerer vi til flere sanser på én gang.



Værktøjskasser

Hjælper aktiviteter og kampagner godt i gang, fordi kassen indeholder en blanding af gode råd, konkrete vejledninger og de værktøjer og hjælpemidler, der skal til for at komme i gang.

En værktøjskasse indeholder:

- Vejledning og tjeklister
- Plakater, klistermærker
- Invitationer og udkast til pressemeddelse
- Fysiske værktøjer til aktiviteten. Fx handsker, veste, snappere og sække
- Handlingsværktøjer, fx lommeaskebægre og -poser
- Evalueringsskema og resultatlister.

Kort sagt, det vigtigste man har brug for, når man selv skal organisere og gennemføre en aktivitet. Før, under og efter. Værktøjskasserne er også lette at skalere op, fx til større events.



Kontakt: www.HoldDanmarkRent.dk

INDSAMLINGER

1000-vis af ambassadører

At deltage i en fysisk event, hvor man samler op – og affaldssorterer – sammen med sine børn, venner og andre frivillige, er også handlings-kommunikation. Både fordi vi tager sagen i egen hånd, og fordi vi lærer den gode adfærd med kroppen. Deltagerne bliver affaldsambassadører.

Danmarks Naturfredningsforening gennemfører hvert år landets største affaldsindsamling i april måned. Skoler kan deltage og samle ind i ugen op til den store indsamling, der foregår en søndag. Dåser bliver indsamlet separat, så materialet kan blive genanvendt. I 2015 deltog 110.000 personer, heraf 90.000 skolebørn, i 1268 lokalt organiserede indsamlinger over hele landet. I alt blev der samlet mere end 132 tons affald og 120.000 dåser i naturen.



Foto: Danmarks Naturfredningsforening

Hold Sverige Rent gennemfører årligt "affalds-samlere dagene" hvor skoler, foreninger, boligforeninger og frivillige samler affald. I 2015 deltog 805.570 personer. Det er ca. hver 12. svensker, der på den måde er blevet gjort til affaldsambassadør.

Kilder: www.dn.dk og www.hsr.se

2 Minute Beach Clean

Et indsamlingsevent kan også gøres utroligt enkelt. Det er det britiske 2 Minute Beach Clean et godt eksempel på: "Pick it – Tag it – Post it – Recycle it". Så enkelt gør Beachclean.net det for os, at gøre noget nu og her: Saml affald op, når du er på stranden. Tag et billede af det og post det på twitter, instagram eller facebook og mærk det med #2minutebeachclean. Sorter det og put det i den rigtige skraldespand, når du er færdig.

Startet af en lille, lokal organisation i Cornwall uden midler. Med opfordringen til alle om at blive en del af en virtuel bevægelse, der spreder sig som ringe i vandet. Nogle steder bliver 2 Minute Beach Clean til et stort event, fx i forbindelse med temadage på stranden. Mottoet er: Vi renser strandene – et stykke affald ad gangen!

Kilde: www.beachclean.net



Positive budskaber motiverer

Vi ved godt, at de fleste mennesker reagerer på en løftet pegefinger ved at dreje den videre til den næste. Hold Danmark Rent arbejder konsekvent med det positive budskab i alle sine aktiviteter og kampagner.

Den gode energi smitter mindst lige så meget som den dårlige. Med den vigtige forskel, at den gode energi har vi lyst til at være i nærheden af. Det gælder ikke for den dårlige.

Hold Danmark Rent tror på glæden og det positive budskab. Det indgår ligefrem i vores mission. Derfor er det også helt gennemgående, at enhver aktivitet og kampagne tager afsæt i de positive budskaber.

Faktisk anbefaler vi at undgå at moralisere. Brug i stedet et humoristisk tvist, når det der skal formidles er lidt svært. Det er med til at sikre, at flere tager budskabet til sig frem for at pege det videre til sidemanden med et: "Det handler ikke om mig".

Et konkret eksempel fra dagligdagen kan hjælpe med at illustrere pointen: Vi kender alle de forskellige udgaver af moralske pegefingre, som hænger rundt omkring på toiletterne. Vi bliver opfordret til at "bruge børsten", til at "vise hensyn" eller måske endda ligefrem til at "droppe egoismen og tænk på den næste". Selvom det er lidt tungt stof, kan det sagtens gøres med humor.



Foto: Morten Asbjørn Jensen

I stedet for at sætte en rød streg over hunden, er det en positiv opfordring i stedet at byde den velkommen til at dufte til blomsterne – udefra.



Foto: Morten Asbjørn Jensen

Humoren får os til at grine ad os selv.

HUMOR AFVÆBNER DEN LØFTEDE PEGEFINGER

Dog Poo Fairy

Skiltning i det offentlige rum indgår i mange kampagner. Ofte har de et element af en løftet pegefinger. Humor og ironi er effektivt til at afvæbne pegefingeren, så vi tager budskabet positivt til os.

Keep Britain Tidy har i mange år arbejdet med humoren. Det er Dog Poo Fairy et godt eksempel på. Vi ved godt, at tandfeen ikke findes – men elsker historien. Vi ved godt, at Klokkeblomsts tryllestøv er fantasi – men elsker historien. Og vi ved godt, at "Hundelortefeen" ikke kommer og samler op efter vores hund.

Ud over at afvæbne os, trækker budskabet os også tilbage til barndommen, hvor de fleste af os har fået grundlagt vores gode affaldsmoral.

Kilde: www.keepbritaintidy.org



Talende affald

Hold Danmark Rent har brugt talende skilte i en del af sine kampagner. Budskabet og tonen er altid positiv. Det virker at appellere til vores gode moral i stedet for til vores dårlige samvittighed.

Skiltet fra Vejkampagnen tildeler affaldet følelser: Kaffekruset ligger og fryser i ensomhed. Det vil meget hellere op til sine venner i skraldespanden.

Kilde: www.holddanmarkrent.dk



Husk fakta – viden modvirker uvidenhed

Viden afliver myter og kan hjælpe os til at flytte en problemstilling højere op på vores indre dagsorden. Og viden er en vigtig del af klangbunden for enhver indsats eller kampagne, fordi der eksisterer mange myter om affald og nedbrydningstider.

Blandt befolkningen er der ikke helt ens oplevelser af, hvad der er affald. Og især ikke hvad angår det, der kan sniges i kategorien ”organisk affald”.

Mange rygere betragter ikke cigaretskod som affald men som noget, det er naturligt at smide. Til trods for, at et skod er op mod 5 år om at blive nedbrudt. En isvind i sandet forsvinder hurtigt, tror mange. Nej, den ligger der i op til 10 år, fordi den er lamineret.

Og hvad er egentlig reglerne for æbleskrog, bananskræl og appelsinskræl? Er det affald eller bare god gødning på naboens plæne?

Værdien-af-umagen-i-at-gøre-noget-ved-det er også væsentlig fakta. Det er beregningen fra Uppsala Kommune et godt eksempel på. Det koster op mod 10 kroner at fjerne et stykke tyggegummi fra byens pladser.

Simpelthen fordi det sidder utrolig godt fast, kræver specialudstyr og ofte helt manuel behandling. Det er et tal, der vil få de fleste til at tænke sig om en ekstra gang.

20 øre eller 3,40 kr?

Uppsala Kommune i Sverige har anslået, at det koster skat-teyderne 20 øre at tømme et stykke papir fra en papirkurv og 3,40 kr. at få det samlet op fra gaden.

Nedbrydningstider for affald

Når affald bliver smidt i naturen, begynder det at forsvinde. Noget tager kun få uger, før det er nedbrudt. Andre ting tager mere end 1.000 år.

- Døde dyr, madrester og hundelorte: ca. 2 uger
- Appelsin- og bananskræller: 2-5 uger
- Mælkekartoner: op til 2 år
- Ispapir: op til 2 år
- Cigaretskod: 1-5 år
- Tyggegummi: op til 5 år
- Tøj: op til 5 år
- Ispinde: op til 10 år
- Møbler: 13 år
- Materialer i nylon: 30-40 år
- Kapsler: ca. 100 år
- Plastikposer: op til 500 år
- Plastikflasker: op til 500 år
- Dåser: op til 500 år
- Cykler: mere end 1.000 år
- Glasemballage: op til 1.000.000 år
- Tabte mobiltelefoner og batterier: mere end 1.000 år. De indeholder også giftige stoffer, som forurener naturen.

Kilde: www.holddanmarkrent.dk, www.dn.dk og www.affald.dk



Foto: Morten Asbjørn Jensen

Vidste du, at der hvert år bliver brugt 1,2 millioner hundeposer i Københavns Kommune? Det sætter ansvaret i perspektiv for hundeejerne. Og opgaven på spidsen for kommunen.

Hvordan mindsker vi henkastet affald?

De 5 vigtigste ting, du skal huske!



Start med problemanalysen!

- Tal med dem, der har fingrene i suppen. De kender problemets personlighed og ved ofte, hvor skoen trykker.
- 10 eller 20 timer med en adfærdsdesigner eller en ekspert i byrumsindretning kan ofte være rigtig godt givet ud. Husk: Målet er at finde fejlene på stedet – ikke hos menneskene!



Hvad er der galt med omgivelserne?

- Tænk: noget går galt her, for alle brugerne vil helst lade være med at smide affald.
- Er valgarkitekturen i orden og er de nuværende løsninger de rigtige. Måske er der behov for et nudge eller to, for at hjælpe os derhen?



Kombiner forskellige typer af indsatser

- Kombinationen af handlingskommunikation og nudges er effektiv, fordi vi både arbejder med valgarkitekturen i omgivelserne og det fysiske værktøj, brugeren kan tage med sig på farten. Samtidig.
- Husk at ruste op på oprydningen, så rengøringsstandarden kan holdes høj. Så virker alt det andet arbejde meget bedre.



Omsæt gode erfaringer til værktøjskasser

- Ved at samle vejledninger, informationsmaterialer, fysiske værktøjer og kontaktpersoner fra en bestemt kampagneindsats, bliver det let for andre at komme hurtigt i gang.



HUSK One never fits all

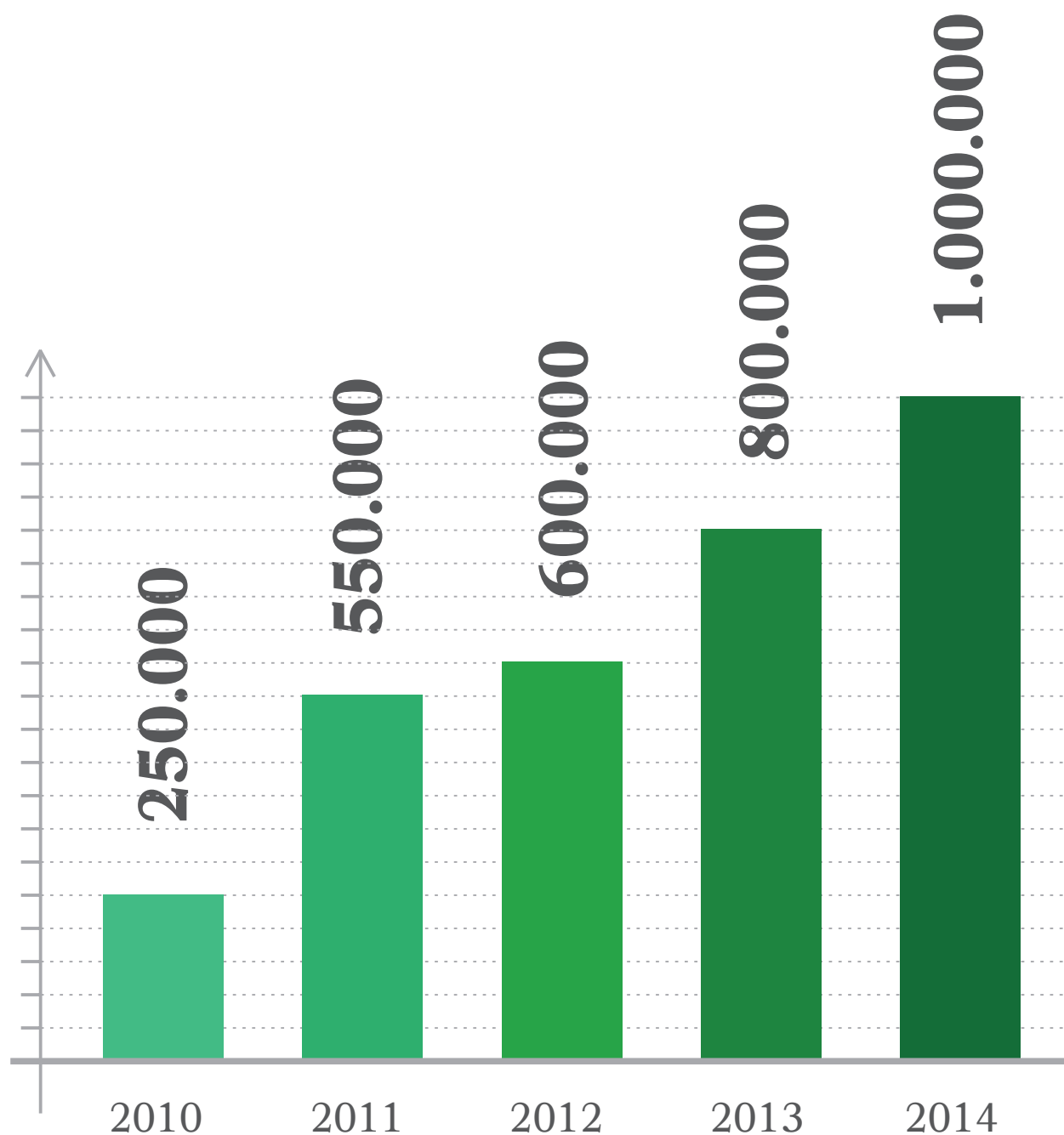
- Selvom mange værktøjer og erfaringer kan reproduceres, skal de ALTID tilpasses til det konkrete sted, det konkrete affaldsproblem og de konkrete brugere.



4

Hvordan "gearer" vi
indsatsen og udbyttet?

Deltagere i aktiviteter fra Hold Danmark Rent



Kilde: Hold Danmark Rent, Kendskabsanalyser

Gearing er en mekanisme, hvor vi forstærker vores input op til et højere output.

Når vi cykler hjælper gearingen os med at køre hurtigere, end vi drejer pedalerne rundt. Eller ved en investering, hvor vi øger det potentielle udbytte af investeringen ved at låne ekstra penge at investere for.

Det samme gør sig gældende, når vi arbejder med henkastet affald. Indsatsen bliver gearet, når vi fra starten indgår parternskaber med virksomheder og organisationer, som øger antallet af hænder og eksponeringen, så vi når længere ud. Vi gearer det potentielle udbytte ved at knytte ildsjælene til os og aktivere det enorme frivillige potentiale, fordi vi forankrer medejerskabet. Og endelig gearer vi effekten, når vi deler vores erfaringer og stiller dem til rådighed for andre, som får lettere ved at gentage det, der virker.

“

Partnerskaber og samarbejdet med frivillige ildsjæle er en af hovedårsagerne til, at Hold Danmark Rent er nået så langt ud med sine budskaber

4.0 Hvordan "gearer" vi indsatsen og udbyttet?

4.1 Partnerskaber giver muskler og gennemslagskraft	54
4.2 Frivillighed – potentialet er enormt	57
4.3 Dokumenter og del resultaterne	61
4.4 Opsamling: De 5 vigtigste ting, du skal huske!	63

Partnerskaber giver muskler og gennemslagskraft

Som professionel aktør er partnerskaber vejen til at mangedoble ressourcer, antal hjælpere og udbredelsen af aktiviteterne. Det gode partnerskab har noget for begge parter. Så forbliver alle motiveret i samarbejdet.

Hold Danmark Rent arbejder i partnerskaber med det private, offentlige og frivillige Danmark. Det gør det muligt at gennemføre en del af kampagnerne over en årrække – og løbende udvikle partnerskabet. Partnerne leverer økonomisk støtte, tid, materialer, medieplads og adgang til eksempelvis deres egne butikker og restauranter.

Der findes ikke én måde at indgå, aftale og udvikle et partnerskab på. Her er imidlertid seks gode råd:

1. Et partnerskab skal være på begges betingelser

Det vil sige, at det ikke kun skal have den ene – og faste form – som passer jer selv. Tænk derfor også i modtagerens behov, når du henvender dig til en potentiel partner. Hvordan ser verden ud fra deres perspektiv? Hvad er der på spil for deres forretning, sagsområde eller forening?

2. Et partnerskab bringer projektet nye steder hen

Vær fleksibel og kreativ. Men også forberedt på, at partnerskabet bringer din kampagne et andet sted hen, end du først havde forestillet dig. Til gengæld bliver det større, fordi I er mange flere om at løfte opgaven.

3. Ressourcer er meget mere end penge

Det er tit svært at hente kontante bidrag ud af partnerskaberne. Den store værdi ligger i hænder, der tager fra på opgaverne, medlemmer og medarbejdere, der bliver til frivillige samt i de ekstra opgaver, der kan løftes, når I er flere. Kontaktfladen bliver også meget større; til journalister eller til partnernes medier og medlemsblade. Det får aktiviteten meget længere ud, hvilket øger effekten.

4. Bring forskellige kompetencer sammen

En virksomhed, en kommune og en forening kan noget forskelligt og har forskellige faciliteter og ressourcer at lægge ind i aktiviteten. Det giver flere værktøjer at rykke med – og alle får ny indsigt undervejs.

5. Et partnerskabsprojekt skal ledes

Roller og forventninger skal være tydelige og veldefinerede fra starten. Det er den ene del af ledelsesopgaven. Den anden del er at huske at styre processen uden at slå kreativiteten ihjel. Det handler om at nyttiggøre potentialerne. Her ligger partnerskabernes største styrke.

6. Ethvert partnerskab er begyndelsen til det næste

Husk at fejre succeser og evaluere den fælles indsats. Hold fast i det, der har været godt i partnerskabet – og fokuser på, hvad I ellers kan gøre godt sammen?

PENGE DER AKTIVERER PARTNERSKABER

Cykeltrailerne i Stouby

I 2014 modtog Stouby og Omegns Lokalråd kr. 56.000 fra Miljøministeriets grønne pulje til at indkøbe to affaldscykler med trailere. Det er resultatet af et stærkt, tredobbelt partnerskab mellem lokalrådet, den lokale Spar Købmand og kommunen. Alle borgere kan låne nøglen til skuret hos Købmanden, hvis de føler trang til at køre en tur med cyklerne. Affaldet kan afleveres hos købmanden. Kommunen henter det. Og den lokale frivillig gruppe har vist, at de på blot en måned kan rense ca. 60 km kommunale veje for bunker af plastik, papir og flasker samt mere end 700 dåser.

Det er især medlemmer af Stouby og Omegns Lokalråd, KFUM-spejderne og "Klub Frivillig", der samler ind. Initiativet smitter af på borgerne, som tænker mere over deres affaldssadfærd. Alle har det samme ønske om at passe på naturen – og især at undgå, at iturevne dåser fra vejkanterne ender på marken blandt dyr og afgrøder. Sloganet for partnerskabet er: "Stouby – det grønne sogn, hvor vi selv rydder op!"



Kontakt: Stouby og Omegns Lokalråd.

Cigarette Litter Prevention Program (USA)

Funding – Application – Local action! I USA er der i langt højere grad tradition for, at virksomheder går ind som økonomiske sponsorer og direkte aktører i det, vi i Danmark betragter som offentlige opgaver. Det er Cigarette Litter Prevention Program et godt eksempel på. Programmet bliver organiseret af Keep America Beautiful (KAB). Texas er en af de stater, hvor programmet bliver rullet ud lokalt. Her viser erfaringerne, at mængden af cigaretskod bliver reduceret med i gennemsnit 56 % i de områder, der deltager. Princippet er, at KAB udvikler programmets simple strategi, værktøjer til at samle og organisere ligesindede samt fx lommeaskebægre og bilaskebægre, der kan bruges. Keep Texas Beautiful sørger for at sprede kendskabet til programmet og modtager og behandler

ansøgninger. Ansøgningerne kommer fra ildsjæle, der har dannet en lokal CLPP Task Force, der ofte består af lokale virksomhedsledere, frivillige og kommunale institutioner. Støttepuljerne udgør typisk \$ 1000 eller \$ 2000. Selv om programmet er meget formaliseret, så er hele initiativdelen lagt ud til lokale ildsjæle, der selv implementerer og følger op på aktiviteterne. Det sikrer medejerskabet og stor dynamik.



Kontakt: www.kab.org og www.ktb.org/programs/litter-prevention/cigarette-litter-prevention-program.aspx

Vejkampagnen Partnerskabet med de mange interessenter

CASE

Udfordring:

Vejkampagnen er blevet gennemført af Hold Danmark Rent hvert efterår fra 2010 til 2014. Kampagnen sætter fokus på det skrald, bilisterne efterlader langs vejene og på rastepladserne.

Løsning:

Kampagnens succes skyldes i høj grad de mange – og brede partnerskaber. FDM har skrevet om den i deres medlemsblad og delt lommeskraldeposer ud fra deres 20 testcentre. Kampagneplakater og reklamer på tankpistolerne mødte kunderne på alle landets 160 Q8 stationer. På McDonalds restauranter blev gæsterne mødt af kampagneplakater og medarbejdere i veste, der delte lommeskraldeposer ud. En række kommuner delte kampagnematerialer ud til deres borgere. Lastbiltransport.dk og Business Danmark synliggjorde kampagnen over for medlemmerne. Dansk Retursystems chauffører fungerede som ambassadører i kampagneperioden. Og et specialproduceret tv-spot blev vist gratis i OBS på DR. Endnu flere partnere har været med over årene. Og nogle er også faldet fra undervejs.



Partnerskabernes betydning:

Partnerne er den vigtigste årsag til, at Hold Danmark Rent har kunne gennemføre så store, landsdækkende kampagner med et relativt lille budget. Kampagnerne har opnået stor synlighed og er nået helt ind ad bilvinduet til hundredetusinder af bilister i løbet af årene.

Resultat:

I 2010 smed 59 % af bilisterne affald ud af bilerne. Det var faldet til 51 % i 2012. Og mellem 70 % og 84 % af de, der har smidt affald, har ændret holdning til deres egen adfærd i perioden.

Kilde: HoldDanmarkRent.dk

Kunne du forestille dig at bidrage med frivilligt arbejde i forhold til henkastet affald?

	ALDER			
	15 - 35 år	36 - 55 år	56+ år	Total
	Pct.	Pct.	Pct.	Pct.
Ja, det gør jeg allerede	4%	11%	13%	9%
Ja, måske	47%	47%	43%	46%
Nej	43%	37%	36%	39%
Ved ikke	6%	5%	8%	6%
Total	100%	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Åbne svar kodet og kategoriseret. Befolkningsundersøgelse 2015

Frivillighed

– potentialet er enormt

Frivillig potentialet er kæmpestort, og de fleste af os bidrager allerede aktivt til fællesskabet. Få ideer til, hvordan du selv kan indgå i, eller bidrage til, positive spiraler. Med afsæt i sportsklubben, boligforeningen, virksomheden eller din egen familie.

Mindst hver tredje dansker er involveret i frivilligt arbejde. Det fremgår af Hold Danmark Rents befolkningsundersøgelse 2015. 31 % er involveret i arbejde i sportsklubber, bestyrelses- og foreningsarbejde, velgørende formål mm. Det er mange.

Beskriv venligst hvis du udfører andet frivilligt arbejde ? (som ikke har med henkastet affald at gøre)

	KØN		
	Mand	Kvinde	Total
	Pct.	Pct.	Pct.
Bestyrelsesarbejde / administration	4%	7%	6%
Besøgsven / ældrepleje	1%	2%	2%
Sportsklubber	10%4	%7	%
Foreningsarbejde	6%	3%	4%
Velgørende formål / organisationer / indsamling / genbrugsbutik	5%	6%	5%
Andet	8%	7%	7%
Ved ikke / intet svar	66%	71%	69%
Total	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Åbne svar kodet og kategoriseret. Befolkningsundersøgelse 2015

Mænd og kvinder er lige ofte involveret i frivilligt arbejde. Mændene i højere grad i sportsklubber og kvinderne oftere med bestyrelsesarbejde og administration.

Frivillig potentialet er også betydeligt, når det kommer til henkastet affald. Det har Hold Danmark Rent længe vidst fra årlige kendskabsanalyser, og ikke mindst fra egne erfaringer. I en befolkningsanalyse får vi sat helt aktuelle tal på potentialet: 9 % – eller næsten hver tiende er allerede involveret i frivilligtarbejde i relation til henkastet affald. Og yderligere 46 % af danskerne vil måske være det. Flest ældre danskere arbejder allerede frivilligt med henkastet affald.

Hvad kunne du forestille dig at lave af frivilligt arbejde (ift. henkastet affald)?

	Pct.
Oprydning i skov / natur	11,1%
Oprydning i by	3,4%
Oprydning langs veje / lokalområder	9,7%
Oprydning på strand	5,3%
Oprydning generelt / indsamlingsdage / arrangementer	25,4%
Selv samle lidt op nu og da	9,7%
Kampagner / Oplysning	2,5%
Andet	9,5%
Ved ikke	23,6%
Total	100,0%

BASE: Personer som kunne forestille sig at bidrage med frivilligt arbejde. N= 560. Befolkningsundersøgelse 2015

Især indsamlingsaktiviteter/-dage og generel oprydning tænder frivilligheden. Det svarer næsten 6 ud af 10 af de, der enten allerede er frivillige eller overvejer at blive det. Kun 1 ud af 10 svarer, at de kun forestiller sig deres frivillige indsats som "at samle lidt op nu og da".

Potentialet er stort set lige stort uanset køn og alder. Udfordringen består i at få omsat de gode viljer til egentligt frivilligt arbejde!

Gode råd til frivillige partnerskaber

Frivilligheden er drevet af ildsjæle og fungerer fint på sine helt egne præmisser. De professionelle aktører og de frivillige kan imidlertid have stor glæde af hinanden, fordi de frivilliges energi og idékraft kan få mere struktur og flere muskler, når det møder manpower og organisation hos de professionelle aktører. Det kræver imidlertid respekt og ydmyghed, hvis det skal lykkes.

Vi har samlet seks gode råd, når de professionelle aktører og de frivillige skal have glæde af hinanden:

1. Frivillighed starter og slutter med ildsjælene

Interesser dig for dem. Se dem, kontakt dem og hør hvad det er, de arbejder med. Det er i udgangspunktet forudsætningen for overhovedet indgå i partnerskab med frivilligheden. Husk især, at ildsjælene også kan findes i din egen organisation.

2. Lad være med at lave frivilligheden om

De frivillige lægger deres hjerteblod og egen tid i en sag, de brænder for. Ofte spiller sammenholdet, fællesskabet og ansvaret i gruppen en stor rolle for de frivillige. Når man er skovejer eller en kommune ser man et besværligt problem, der koster penge. Forstå hjertesagen – ellers bliver samarbejdet skuffende.

3. Stil ressourcer og backupsystem til rådighed

Se dine arbejdsrutiner og ressourcer som en støtte for frivilligheden. Også selvom det let kan give en forskel i tempo og interesser. Samarbejdet er ikke en spareøvelse. Du hjælper derimod, så de frivillige ikke brænder ud i deres egen succes.

4. Er du professionel: Du kan ikke styre frivilligheden

Det handler om at se spiren og muligheden og så fange ildsjælens interesse. Nogen gange kan man godt lægge "madding ud" og høre, om nogen brænder for et problem og vil være med til at finde løsninger.

5. Er du frivillig: Husk at samarbejdet har mange fordele

I skal ikke laves om. Men husk på, at der er mange fordele ved de ressourcer og den hjælp, som projektet kan få tilført. Det gør "sagen" større.

6. Lav en "kontrakt" for samarbejdet

Nogen gange skal det formaliseres rigtigt – fx hvis der bliver stillet lokaler og lignende til rådighed. Andre gange er det nok at få defineret de rimelige forventninger og roller, som begge parter skal udfylde. Pointen er, at aftalen også er en gensidig anerkendelse af samarbejdet og dets betydning.

Og frem for alt: Anerkend frivilligheden – og hyld de frivillige for deres indsats og bidrag til både medborgerskab og sammenhængskraft. Det fælles mål er at skabe positive spiraler, der giver grundlag for permanent forandring. I sportsklubben, hos de ældre, i ungdomsklubben. Og i dette tilfælde: for mængderne af henkastet affald.

KOMMUNALE ILDSJÆLE Innovativ impuls i Aarhus

CASE

Mindeparken i Aarhus er et populært sted at feste om sommeren – med masser af affald bagefter. Dagligt måtte kommunens driftsfolk forbi med en ladvogn og fjerne billige havegrill, liggestole og andre efterladenskaber. En medarbejder i kommunens Ren By fik en idé: Hvad hvis det brugbare "affald" blev malet i skrigende farver og givet tilbage til parkens gæster serveret på en lille scene med et skilt med teksten: "Lån til lidt hygge?". Det blev en succes. Ikke alene har parkens gæster taget idéen til sig. De medbringer nyt tilskud til kollektionen og er nu begyndt at bruge de opstillede skraldespande, fordi de føler medejerskab for stedet. Kommunen sendte en invitation ud. Brugerne bed på og blev til ildsjæle. Resultatet er både det frivillige fællesskab, som kommunens ildsjæl fik stimuleret. Og i dag kan Ren By nøjes med at sende en mand forbi en gang og ugen for at tømme skraldespande.

Kontakt: Aarhus Kommune, Byens Anvendelse, projektleder Tenna Olsen



Samtale og værktøjer på transportcenteret

Lars er renholdningsmedarbejder i ETK, Teknik & Miljøforvaltningen i Køge. Der har længe været problemer med henkastet affald ved Skandinavisk Transport Center nær motorvejen i Køge, som bliver brugt som natstop for mange udenlandske lagturschauffører. 100-150 lastbiler lægger vejen forbi i døgnnet. Lars har længe luret på, hvordan han kunne sprede budskabet om den gode skraldeadfærd. Først da han tog en masse lomme-skraldeposer og lommeaskebægre under armen og bankede på bildørene viste der sig et blivende resultat: Dialogen, værktøjet og mødet med mennesket med oprydningssopgaven gør forskellen. Affaldet er ikke længere upersonligt – og det personlige værktøj gør det let for brugerne at gøre det rigtigt. Selv. Det er vigtigt at spotte ildsjælene og støtte op om deres særlige indsats. Både politiet og ledelsen på transportcenteret roser Lars' indsats. For mindre affald skaber i sig selv mindre affald, hvilket skaber mere tryk og mindre kriminalitet.

Kontakt: ETK Køge, projektleder Anne Højbjerg Andersen.



TrailSkrald

Årets innovative projekt i 2014

Udfordring:

Tusindvis af trailløbere er hver dag en tur i den lokale skov eller park. De foretrækker ruter ad mindre stier, dyrespor mv. Ofte bliver naturoplevelsen generet af, at der flyder affald på stier og i skovbunden.

Løsning:

I 2013 begyndte en lille gruppe løbere at samle skraldet op. Det blev til en konkurrence om, hvem der kunne samle mest skrald. Og dér opstod ideen, som spredte sig til de løb, de deltager i. Trailskrald opererer på Facebook. Løbere og alle andre opfordres til at samle skrald op, dokumentere det og smide det i nærmeste skraldespand.



Resultat:

Projektet breder sig som en bevægelse i trailmiljøet. Flere end 2000 likes på Facebooksiden og over 400 løbere har lagt billeder op af indsamlet skrald. Det er blevet til rigtig meget indsamlet skrald. Trailskrald vokser med nye initiativer og grupper på Færøerne og i Sverige.

Hovedprincipper for godt frivilligearbejde i trailprojektet:

Ildsjæle! – DNA'et i al frivillighed. Næsten alt frivillighed starter med nogen, der brænder for en sag – og får en god idé. Her en gruppe løbere fra Espergærde i Nordsjælland.

Bevægelse: Projektet er let at købe ind i. Det er bare at bukke sig ned og selv tage skraldet. Synligheden via facebook og hjemmesiden er et vigtigt statement, hvor man selv kan invitere sine egne venner med. Projektet er båret af det fælles DNA, som trailskralderne deler: Kærligheden til naturen.

Sponsorer og ambassadører: Løberne er en attraktiv gruppe, som sponsorerne gerne vil have fat i. Det udnytter TrailSkrald til projektets fordel: Sponsorerne tilbyder løbeudstyr i præmier, og der bliver nu trukket lod om startnumre til officielle løb. Trailskralderne stiller krav til sponsorerne om at blive ambassadører, så de også – via diverse aktiviteter – fremmer TrailSkrald og det gode kodeks ude i sporet.

Nudges: Standere med skraldeposer motiverer andre løbere til den gode adfærd. Foreløbig som forsøg med 6 standere i 3 skove i Næstved. Designet minder om Skov og Naturstyrelsens rustrøde infostandere. Det signalerer forventningen om ansvarlig adfærd i naturen.

Rygstød og partnerskaber: Projektet fik 26. september 2014 prisen som årets innovative projekt ved Frivillighedens dag i København. Hold Danmark Rent, Skov og Naturstyrelsen samt Næstved Kommune har hjulpet med at udvikle informationsstanderen med lommeskraldeposer. Penge og partnere sikrer, at succesen ikke tager pusten fra initiativtagerne.

Knopskydninger – frivilligeplatformen er rummelig. Nye kan blot melde sig med nye ideer og lokalt engagement. TrailPant involverer en ekstra indsamlingspose til pant, som doneres til Danmarks Naturfredningsforenings nationale indsamling. Og CityTrail er seneste knopskydning fra trailere, der især løber i byerne.

Partnere:

Hold Danmark Rent, Skov og Naturstyrelsen, Næstved Kommune

Kontakt: www.trailskrald.dk og www.facebook.com/trailskrald

Fire faser i en positiv spiral

1. **Stop den negative spiral.** Et sted, der er beskidt, virker som en magnet på mere affald. Affald og ødelagte ting giver et indtryk af forfald, der fører til kriminalitet og mere forfald. At holde et område rent er altså det første sted at starte sammen.
2. **Et rent område virker i sig selv positivt:** her passer vi bedre på tingene og er mindre tilbøjelige til at smide affald. Vi oplever, at "her er der regler og en forventning om, at vi tager ansvar".
3. **Skab fokus på henkastet affald.** En fælles indsamlingsdag er et godt sted at starte. Det bliver næsten altid en sjov dag for både voksne og børn. Herfra springer de nye ideer og initiativer, der fortsætter arbejdet.
4. **Fællesskab skaber ejerskab.** Når man kender hinanden, passer man bedre på sit område. Derfor er det en god idé at få involveret så mange som muligt. Det forstærker den positive spiral.

Kilde: Rent Kvarter Værktøjskassen, www.holddanmarkrent.dk

CASE

Rappenskralderne En positiv spiral udvider sig

"Vi vil kun være fem – så mange, der kan være om et cafébord". Sådan fortæller Ingrid, en af de oprindelige Rappenskralder. I de første 11 måneder af 2014 har gruppen brugt i alt 931 timer på at fylde 526 affaldssække med affald fra Svendborg. Alt bliver talt. Mere end 500 positive tilråb har de fået. De bliver inviteret på kaffe. Og da Svendborg Kommune fortalte om Ingrid og hendes fire veninder på Facebook, kom der 278 likes – hvilket er mange på kommunens side.

Via omtalen bredte kendskabet sig og interessen blev for overvældende for Ingrid og veninderne. I stedet går både Svendborg Kommunes affaldsindsats og det lokale selskab Vand & Affald ind og støtter op. Med at tage imod affaldet. Og måske vigtigst: med at håndtere alle de henvendelser der kommer fra andre seniorer, der vil starte deres egen gruppe. Dem støtter Vand & Affald selvfølgelig også med indsamlingsudstyr og afhentning af affaldet.

Kontakt: Vand & Affald i Svendborg



Dokumenter og del resultaterne

Dokumentation er også afgørende. Dels er det praktisk at få en idé om tingene virker. Dels fortjener kampagneresultaterne at blive dokumenteret og formidlet. Det inspirerer og motiverer, når vi kan dokumentere, at det faktisk nytter.

Hvad er resultatet?

I afsnit 3.1. anbefaler vi at starte enhver kampagne med at dokumentere problemet. Sådan bør enhver aktivitet også blive afsluttet. I samme afsnit viser vi et eksempel på, hvordan man kan tælle affald og på den måde dokumentere udgangssituationen både før og efter. Nogen steder kan det være svært at måle. Her kan simpel fotodokumentation have stor værdi.

Så vidt muligt bør du altid sørge for at have solide data. Gerne suppleret med nogle fakta om udgifter til

oprydning før, hvor meget I har investeret i aktiviteten/ kampagnen samt en beskrivelse af det, I får ud af pengene bagefter. Målet er ikke altid at spare penge. Ofte er det mindst lige så interessant at få mere ud af de samme penge: et renere område, mere aktive beboere, nye frivilligprojekter og penge, som i stedet bliver brugt på at styrke fælleskabet osv.

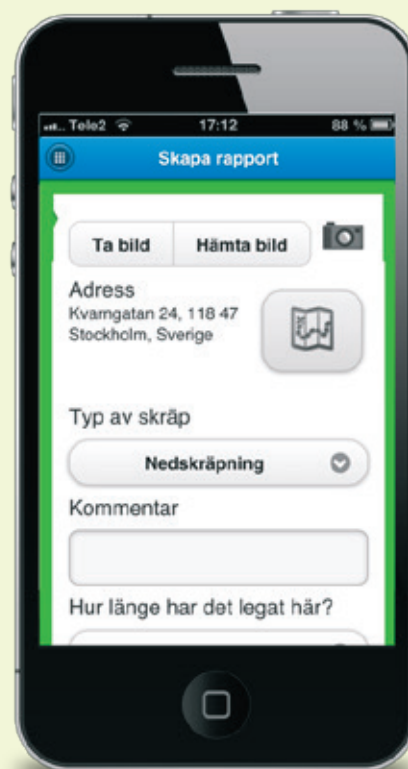
Læg data på jeres hjemmeside eller Facebookside. Send også meget gerne informationerne til Hold Danmark Rent. Så laver vi en case på vores hjemmeside, som kan inspirere andre.

CASE

Registreringsapp Tag et foto og geotag affaldet

Hold Sverige Rent har udviklet en app, som hjælper alle med at dokumentere og indberette affald, større aflæsninger, bilskrot og skibsvrag. Via app'en tager brugeren et foto af affaldet, kategoriserer det og indberetter automatisk stedet, hvor fotoet er taget via geotagging. Hold Sverige Rent giver herefter besked til de kommuner, man samarbejder med om indberetning. Marine Litter Watch har også udviklet en registreringsapp.

Kilde: www.hsr.se



Presse og sociale medier

Henkastet affald er godt stof i medierne. Af mindst to årsager: For det første er det noget, der optager de fleste af os. For det andet er der gode billeder i det: affald ser grimt ud.

Hold Danmark Rent har gode erfaringer med at komme i medierne, når vi gennemfører en kampagne eller et større projekt. Medierne ringer også ofte til Hold Danmark Rents medarbejdere, for at bruge dem som eksperter.

Det vigtigste råd, når man involverer pressen er at være ordentligt forberedt. Skriv en pressemeddelelse, faktaark og evt. spørgsmål og svar på de mest indlysende spørgsmål. Og tænk gerne i, hvornår I bedst kan invitere pressen til "gode billeder".

Husk også, at du altid kan være ærlig, hvis en journalist ringer. Og fx sige: "Det skal jeg lige undersøge – jeg vender tilbage". Men også: "Du må gerne citere mig. Du skal blot sende mig citatet først til godkendelse, så vi er sikre på, at fakta er i orden".

En del medieomtale måles og registreres af Infomedia. I 2011 havde Hold Danmark Rent 562 presseklip. I 2012 hele 607 og i 2013 584 presseklip. Omregner man presseomtalerne til annonceværdi, svarer de 584 klip i 2013 til mere end 7,5 millioner kroner i annoncer. Opgjort som det samlede, potentielle antal læsere af omtalerne, nåede Hold Danmark Rent ud til flere end 62 millioner læsere. Hertil kommer en række radioudsendelser og kampagnespots, som ikke bliver registeret af Infomedia.

Huskeregler for medieomtale

Hold Danmark Rent har udarbejdet en minivejledning med gode råd, når et projekt eller en kampagne involverer arbejde med medierne. Den indeholder blandt andet følgende fem huskeregler:

1. **Beslut hvornår der er "de bedste billeder" i projektet.** Skriv en pressemeddelelse og vedhæft gerne et foto eller fx to af jer, af svineriet eller af det affald, I samler ind.
2. **Send pressemeddelelsen til redaktionen på de lokale medier.** Find kontaktdata på nettet. Typisk skal pressemeddelelsen sendes til "redaktionen" eller en navngiven journalist, hvis I ved, at vedkommende dækker jeres område.
3. **Timing.** Husk at lokale medier skal have pressemeddelelsen mindst en uge før, I vil have dem til at dukke op. Vær parat til at være der, når det passer journalisten og fotografen.
4. **Kontakt redaktionen** for at være sikker på, at de har modtaget pressemeddelelsen.
5. **Fortæl kort og begejstret om projektet** til den ansvarlige redaktør eller journalist:
 - hvem deltager?
 - hvornår samler I ind?
 - hvor, hvorfor og hvad samler I ind?
 - hvad er interessant, usædvanligt eller overraskende hos jer?
6. **Koordinér pressearbejdet** imellem jer, hvis I er flere partnere. Det er vigtigt at få fortalt det overordnede kampagnebudskab for partnernes



Foto: Morten Asbjørn Jensen

Det er godt pressearbejde at "sælge" en nyhed på det uventede. Her på en god historie om, at flere skraldespande ikke altid er løsningen

Sociale medier kan give stor spredning

Facebook, Instagram og twitter behøver efterhånden ikke nogen særlig introduktion. Især Facebook er blevet et helt afgørende medie på rigtig mange aktiviteter. Hold Danmark Rent har 5.500 likes på sin Facebook-side. Her præsenterer vi en blanding af nyheder, kærlige opfordringer og omtale af frivilligeprojekter rundt om i landet. Lige til at "like", "dele" eller kopiere. Her når budskabet efterhånden langt ud.

Mange af de cases, som er omtalt i rapporten, har sociale medier som deres primære kommunikationskanal mellem projektet og målgruppen. Søg inspiration her. Det kræver nemlig præcision og faglighed, hvis din kampagne skal "trende" og gå viralt via de sociale medier.

Hvordan "gearer" vi indsatsen og udbyttet?

De 5 vigtigste ting, du skal huske!



Partnerskaber er vigtige – og nyttige

- Begge parter skal kunne se fordelene. Tænk derfor også i modtagerens behov, når der bliver inviteret til et partnerskab.
- Flere kompetencer og en større kontaktflade kan udvikle aktiviteten i helt nye retninger – og gøre den både større og mere længerevarende.



Ressourcer er mere end penge!

- Husk, at penge er svære at hive op af lommen.
- Det går lettere med hænderne. Eller indhold i andres blade og nyhedsmails, hjælp med forplejning fra kantinen osv.



Frivillighed rimer på mod og ydmyghed

- De frivillige arbejder med hjertet.
- Det kræver respekt og store ører at gøre sig fortjent til at støtte de frivillige med struktur og systemer.



Skab en ramme med løse sider

- Ting har godt af at blive aftalt. Så er forventninger afstemt og mange misforståelser bliver undgået.
- Til gengæld er et ord ofte mindst lige så godt som en underskrift.



Alle gode resultater fortjener at blive set

- Omtale er lettere at få med dokumentation og gode fotos.
- Det gælder i medierne. Det gælder i høj grad også, hvis andre skal lære af det gode eksempel.



5

**Hvorfor er arenaer og
typer vigtige?**



Foto: Morten Asbjørn Jensen



Området stilles under
publikums beskyttelse.
Vis hensyn til andre.
Ryd op efter dig

De fleste af os er velopdragne. Vi mener ikke selv, at vi smider affald. I hvert fald ikke særlig tit. Men der er plads til forhandling.

”De havde jo ikke tømt skraldespanden....så jeg lagde affaldet på jorden”.
”Ispinden er af træ; det er organisk...” eller ”Alle de andre efterlader jo
deres affald på festivalen der er så beskidt, at det ikke gør nogen forskel”.

Det kræver en forståelse for den menneskelige psykologi og konteksten,
hvis vi skal have skovlen under et affaldsproblem. Noget af det er
viden, som vi kan give videre. Ofte er det imidlertid nødvendigt også at
eksperimentere på stedet for at finde den bedste løsning.

“

*99 % af os mener, det
er forkert at smide
affald. Vores gode
moral bliver hæmmet
eller fremmet af
omstændighederne.
Den dynamik er
afgørende at forstå.*

5.0 Hvorfor er arenaer og typer vigtige?

5.1	”Hæmmere” og ”fremmere” i det offentlige	68
5.2	Kender du typen?	70
5.3	Børn er en vigtig målgruppe	74
5.4	Lav eksperimenter i den virkelige verden	78
5.5	Opsamling: De 5 vigtigste ting, du skal huske	81

"Hæmmere" og "fremmere" i det offentlige rum

Kommunerne ved det. Arkitekter ved det. De fleste af os ved det godt, hvis vi tænker os om: Den måde, et område er indrettet på, har stor betydning for, om det tiltrækker eller afviser svineri.

Arkitekturen påvirker vores adfærd. I det offentlige rum er der især en række særlige forhold, som inviterer til svineri:

- Hjørner genererer i sig selv svineri. På grund af vind. Men også fordi svineri i hjørner antages at være mere "diskret" end i det åbne. Det er naturligvis umuligt at indrette det offentlige rum uden hjørner. Men det er vigtigt at være opmærksom på, at affald uundgåeligt vil hobe sig op her.
- Overgange, linjer og terrænfremspring genererer svineri, fordi de kan fungere som "skjulesteder". Det er fx, når niveauet skifter mellem cykelsti og fortov. Eller området mellem cykelstien og forretningerne bagved.
- Transitsteder. Trappehaller, fodgængertunneller og slisken op fra togstationen. Her opstår der let "lovløse" tilstande, som fører til øget svineri, fordi ingen opholder sig her.
- Ikke-steder. Et ikke-sted er fx området neden for en perron. Eller bag hegnet til en byggeplads. Her er der en stærk tendens til, at vi smider affald. Reglerne er uklare.

Omvendt er der andre steder og forhold, som i mindre grad tiltrækker svineri:

- Indhegnet "forscene"-område stimulerer til orden. Der er fx markant forskel på området foran restauranten på en rasteplads og på området bag ved restauranten. På forscenen er der "regler" og "god opførsel". På bagscenen er det lige modsat.
- Høj standard stimulerer til orden. Det er princippet i den såkaldte "Broken Window Theory". Læs mere i kapitel 2 om negative spiraler.
- Indhegnede områder. En indhegning eller afgrænsning markerer at området har en særlig status og ofte også, at det vedligeholdes på en bestemt måde. Det gør sig gældende i fx Dyrehaven, hvor der er markant forskel på mængden af svineri lige foran den røde port og lige bagved. Indhegningen kan også være af mere symbolsk karakter. Det gælder fx de hvide streger omkring en fodboldbane: Det er markant mere hensynsløst at smide affald på banen end lige uden for stregen.

Fremmere af svineri



Linjer/
Terrænspring



Hjørner



Fremspring/
skjulesteder

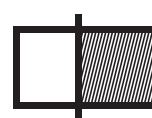
Hæmmere af svineri



Afgrænsede
områder



Indhegnede
områder



Forscener

Kilde: Explora 2007. Studie gennemført for Hold Danmark Rent

Kongens Have Et sted med tydelig forventningsafstemning

Kongens Have er et historisk anlæg og en indhegnet, offentlig park midt i København. Det er et område, hvor vi har høje forventninger til det æstetiske indtryk med blomster, velholdte siddepladser og smukke plæner. Men også en vanskelig venue, fordi den i perioder bliver brugt utrolig intensivt. Den positive adfærd kollapse, bogstavelig talt, når solen står højt i weekenden. Kommunen håndterer det med en kombination af tydelig skiltning af regler, faktaviden og en meget fleksibel indsamlingsstrategi, der er afpasset direkte med solskin og arrangementer.

Kilde: Københavns Kommune / Byens Drift



Foto: Morten Asbjørn Jensen



Foto: Morten Asbjørn Jensen

Tydelig skiltning om regler og forventninger giver klarhed. Faktaviden på bagsiden tilfører perspektiv og motiverer på en anden måde.

Kender du typen?

99 % af danskerne finder det enten forkert eller meget forkert at smide affald i det offentlige rum. Under 2 % smider ofte affald og 3 ud af 4 smider aldrig affald, når vi spørger. Til gengæld er vores gode moral ofte til forhandling. For vi kommer stort set alle sammen til at smide affald – en gang imellem. Hold Danmark Rent arbejder med fem affaldspersonligheder, som vi, afhængig af situation, sted og holdninger, tillægger os. Kender du typen, når du arbejder med henkastet affald?

De velopdragne

De fleste af os er velopdragne. Vi er opdraget til ikke at smide affald og mener, at dårlig opdragelse er den primære årsag, når andre smider. De velopdragne bliver meget flove, hvis de bliver opdaget og vil typisk skynde sig at samle affaldet op. Når de velopdragne endelig smider affald, er det for det meste fordi "det jo næsten ikke kan betragtes som affald". De kan typisk finde på at smide et æbleskrog eller små stykker af papir og sjældent andet.



De flove



De flove smider affald, når andre ikke er i nærheden eller kan se det. Det kan være ud af bilvinduet på vej væk fra rastepladsen. Eller et skod, som bliver sluppet i strakt arm langs ydersiden af busstoppestedet. Som alle andre ved de flove godt, at det er forkert at smide affald. Men de forsvare sig med, at det er for besværligt at tage affaldet med sig. Ligesom de "velopdragne" synes de, at det er ekstremt flovt at blive opdaget – og vil formentlig samle op øjeblikkeligt. De flove mener, at "affaldssmidere" er dovne og ubetænksomme.

De ligeglade

Kun meget få er ligeglade. Til gengæld er det den mest fastlåste af typerne. Og de eneste, som er uden for pædagogisk rækkevidde. De ligeglade er fuldstændig ligeglade med konsekvenserne af at smide affald. En del ved godt, at det er forkert at smide affald, men undskylder sig med, at livet er for kort til at bekymre sig om så små ting. De ligeglade er ægte ligeglade. Det vil sige, at de ikke bliver flove, hvis nogen ser at de smider affald.



Bebrejderne

Vi bliver bebrejdede, når vi møder en fuld skraldespand. Så bliver det pludselig kommunens ansvar. Eller producenterne, som laver dårlig emballage, dagligvarekæderne, som pakker overdrevent ind osv. Vi kender det også på genbrugsstationen, hvis "der ikke er skiltet ordentligt". Så kan sparepærerne godt ryge ned til småt brandbart. Selvretfærdighed og bebrejderadfærd minder ofte om hinanden. Her er det primært



omgivelserne og indretningen af det fælles rum, vi bruger som argument, når vi forhandler vores moral. Derfor mener bebrejderne også, at affaldssmidere helt generelt er dovne – men at det er i orden at smide, hvis skraldespanden fx ikke bliver tømt tit nok.

De selvretfærdige

Her ender mange af os, når det bliver lidt besværligt. "Alle andre gør det jo også". Moralens bliver forhandlet væk, fordi der er for få skraldespande, hvilket andre er skyld i. De selvretfærdige smider fx tyggegummi og cigaretskod fra sig. Eller lader hundelorten ligge (evt. i en pose), hvis der ikke er en skraldespand i nærheden. De selvretfærdige bliver også flove, hvis de bliver taget i at smide affald. Og de vil formentlig samle op efter sig selv. Konteksten spiller en stor rolle for mange selvretfærdige. Det ser vi fx ved festivaler eller fodboldkampe. Her er det let at melde sig ind i flokken og slippe plastikkruset. Der kommer jo nogen og rydder op bagefter.



ENCAMS adfærdsstudie

I 2001 og 2006 gik ENCAMS, der siden 1954 har stået bag "Keep Britain Tidy" kampagnen på jagt efter de britiske "affaldstyper". Arbejdet har været ganske omfattende. Blandt andet blev der gennemført 12 fokusgrupper. Studiet fordeler briternes affaldsadfærd i følgende klumper:

- 43 % er Velopdragne (Beatifully behaved)
- 25 % er Selvretfærdige (Justifier)
- 12 % er Ligeglade (Am I bothered?)
- 10 % er Flove (Guilty)
- 9 % er Bebrejdere (Blamer)

Kilde: www.keepbritaintidy.org.

We're Watching You Hundelorte i mørke

Udfordring:

9 ud af 10 hundeejere samler op efter deres hund. Især i dagslys, fordi det er socialt uacceptabelt at blive opdaget som den, der ikke gør det. Keep Britain Tidy's adfærdsundersøgelser viser imidlertid, at hundelorte i høj grad bliver efterladt om aftenen og i de mørke vintermåneder, hvor hundelufferne ikke er bange for at blive opdaget.

Løsning:

Kampagnen bygger på observation og indsigt i målgruppens adfærd. Den er umiddelbart forklædt som en kampagne fra overvågningssamfundet. Men humoren er tyk: selvfølgelig ved vi godt, at plakaten ikke holder øje med os.

Til gengæld er det afgørende, at kampagnematerialerne er produceret med selvlysende tryk. Så lyser de op i mørket og minder hundeejerne om deres gode dagslysadfærd.

Resultat:

Kampagnen blev lanceret i 2014. Pilot-testen viser en nedgang i efterladte hundelorte på 46 % på stier i parkerne og helt op til 90 % i distrikter, hvor der også er gjort andet for at sætte fokus på problemet.



Kilde: www.keepbritaintidy.org

Sådan arbejder du med affaldstyperne

Hold Danmark Rent arbejder altid ud fra en antagelse om, at alle indeholder flere potentielle affaldstyper på én gang. Ser vi bort fra de få "lige glade" er vores moral i orden, selvom den er til forhandling. I udgangspunktet er vi næsten alle sammen velopdragne, fordi vi synes, det er udtryk for dårlig opdragelse og asocial adfærd at smide affald. Tricket er at af finde de undskyldninger, vi bruger, når vi smider affald.

Her er de vigtigste erfaringer og råd, når du arbejder med affaldstyperne:

1. Konteksten ændrer gyldigheden af den principielt gode moral. For mange mennesker er nogle ting uklare omkring henkastet affald, fx:

- Hvad der er affald.
- Hvor det er "i orden" at smide affald.
- Hvor godt vi husker vores faktiske adfærd.

2. Viden er afgørende, når vi vil forstærke vores "velopdragne" og "fløve" adfærd. Her handler det om at aflære os de fejl, vi tillader os selv at gøre. Fx er det vigtigt at forklare os, at:

- Skod er affald. Det ender i enorme mængder i naturen med overraskende lange nedbrydningstider.
- Æbleskrog, bananskræller, papir og ispinde er også affald. Nok er det organisk. Men det er længe om at forsvinde i det offentlige rum.



De "talende" faktaskilte har glimt i øjet og husker os på, at affaldet ligger længe under sandet. Fra Hold Danmark Rents strandkampagne.

3. Den fysiske indretning af det offentlige rum kan fremme svineri og få os til blive "bebrejdere" eller "selvretfærdige", fx kan:

- Overfyldte skraldespande råbe på mere affald. Tømningsstrategien skal tilpasses stedet og arrangementet. Der findes mange effektive, mobile og midlertidige skraldespandsløsninger.
- Fravær af skraldespande kan virke motiverende. I nogle sammenhænge får det os til at tage affaldet med os – for her er ansvaret helt entydigt vores eget. Det eksperimenterer flere kommuner med. Og også mange skovejere.
- Hjørner, ikke-steder og udefinerede områder virker som fremmere (se tidligere i afsnit 5.1.)



Foto: dropbucket.dk

Dropbucket er en simpel skraldespand, der hurtigt kan opsættes til event. Den er fremstillet i genbrugspap, foldes ud og kan deponeres direkte med indhold."

4. Social læring og nudging hjælper os med at tillære os og gentage positiv adfærd, fx at:

- Gratisaviser er viden til låns. I de sidste 10 år har danskerne kollektivt lært, at avisen lægges tilbage i gratisstativet efter brug – eller bliver smidt i de specielle affaldsbeholdere, som sikrer genanvendelse.
- Rygerne skodder mindre på jorden. Dels fordi udendørsrummene efterhånden er ved at blive udstyret med askebægre og rygerne med lommeaskebægre. Dels fordi god skodadfærd bliver deklareret langt mere tydeligt.
- "Nudges" breder sig i det offentlige rum. Fx skraldetragte på rastepladser eller fodspor, der sikrer, at vi ikke misser skraldespanden.



Foto: essensen.dk

REN Kærlighed til KBH er en kampagne, der startede i 2012. De folierede skraldespande øger synligheden og de grønne fodspor fungerer som et nudge, der hjælper byens brugere hen til skraldespanden

Vi smider mere affald, når vi er fulde

Fulde mennesker er mere sløse omkring henkastet affald. Det kan man se i hvilken som helst by en lørdag eller søndag morgen. Eller for den sags skyld på enhver togstation og busholdeplads på de samme tidspunkter.

Den engelske organisation Keep Britain Tidy har i deres arbejde med målgrupper dokumenteret den samme effekt: Vi undskylder os selv og andres adfærd, når de er fulde.

Det er selvfølgelig ikke i orden at betragte sig som ansvarfri, når vi har drukket. Det er til gengæld vanskeligt at motivere os til at ændre adfærd, når der indgår alkohol i ligningen. Derfor har mange danske kommuner også et særligt beredskab i forbindelse med weekenden og andre store arrangementer, hvor mange og fulde mennesker er samlet. Indsatsen er både præventiv og opfølgende.

Nudges virker også i en vis udstrækning på fulde mennesker. Men de skal råbe tilsvarende højere.

Det mest effektive er et godt beredskab og hurtig oprydning – i partnerskab med restauranter, kiosker m.fl. Og så aktiviteter og kampagner, der motiverer os og påvirker vores adfærd. Når vi er ædru.

Er du fuld, er du undskyldt!

"Det er et take-away sted, det har åbent indtil kl. 3 om natten, og det er her det er mest sandsynligt, at folk smider affald, fordi de er fulde. Og så er de ret ligeglade med, hvad de gør." "Alt er i orden, når du er fuld, bare skyd skylden på alkoholen."

Kilde: Keep Britain Tidy (ENCAMS), 2004

Børn er en vigtig målgruppe

Tidlig prægning og forældrenes vaner er afgørende for børns forhold til affald. Præcis som det er tilfældet med andre vaner. Senere er det især lærere og pædagoger, der trækker det tungeste læs.

Børn påvirker imidlertid også deres forældre den anden vej. De bliver til ambassadører for sager – og forældrene lytter til deres børn. Her kan børnene være med til at forstærke/aktivere forældrenes, grundlæggende høje moral i forhold til ikke at smide affald.

Miljøstyrelsen har i 2003 gennemført en undersøgelse af børn og affald. Her konkluderer de blandt andet, at: "Det er tit børnene der påvirker forældrene til holdnings- og adfærdssændringer, når de har lært noget særligt i skolen, der har tændt deres nysgerrighed eller indignation. De fleste forældre lytter til deres børn og respekterer deres holdninger i en sådan grad, at de er villige til at ændre deres egen adfærd."

Hold Danmark Rent undersøgte i 2011 børns adfærd og holdninger ift. henkastet affald. Tre ud fire børn (77 %) fra 3. til 10. klasse har smidt affald, som burde have været i en skraldespand. Og adfærden forværres, jo ældre børnene er.

Mange aktiviteter og kampagner bliver tilrettelagt særligt for børn. Børnene er en vigtig målgruppe, som ikke må blive glemt, når vi arbejder med henkastet affald.

Eksempler på normdannende barndomshistorier

Voksne husker tydeligt, hvis de i konkrete situationer er blevet irrettesat af en voksen med klare regler for orden og ordentlig opførsel.

Slikpapir på markedsplads

En kvinde, der som ca. 6-årig smed et stykke slikpapir på en markedsplads med mange mennesker. Hendes far så det. Fortalte hende, at det må man ikke: "Affald skal altid i papirkurven", og bad hende gå tilbage og samle det op. Kvinden genfortalte, at hun stadig kan fremkalde den følelse af flovhed, hun havde, da hun gik tilbage og samlede papiret op. Hun følte, at alle så på hende og tænkte, at hun havde gjort noget, der ikke var i orden.

Sølvpapir på vandreturen

En mand, der fortæller, at hans far altid samlede små stykker affald op fra naturen. Husker det som et meget stærkt barndomsminde. Hvordan faren sagde: "At det er noget frygteligt svineri, som vil ligge og forstyrre i den rene natur i mange år". Og, at det blev til en del af den fælles oplevelse ved gåturene at samle affald op undervejs. Han føler i dag, at synet af affald ødelægger naturoplevelsen og fortsætter farens adfærd, som han husker den fra barndommen.

AFFALD I UNDERVISNINGEN

Inspirationsmateriale for skolebørn

Der findes flere hjemmesider, hvor indholdet frit kan bruges til undervisningsbrug. Her er der let adgang til aktuelle og fagligt velfunderede oplysninger om affald, affaldsbehandling, miljø og genanvendelse som kan bruges i undervisningen. Undervisningsministeriet, Miljøstyrelsen, en række affaldsselskaber, kommuner, flere fonde mm. har støttet og bidraget til indholdet.

Kilde: www.affald.dk eller www.mindthetrash.dk

Grønt Flag Grøn Skole

GFGS er Friluftsrådets miljøundervisningsprogram for bæredygtig udvikling til både elever og undervisere i grundskolen og de gymnasiale uddannelser. Skoler, der deltager og arbejder systematisk med programmets temaer, bliver belønnet med Det Grønne Flag.

Programmet har 20 år på bagen. Henkastet affald er et af de områder, skolerne kan arbejde med som en miljømæssig, social og økonomisk problemstilling. Hvordan nedbringer vi mængden af affald? Hvordan håndterer vi det bedst muligt? Hvordan gør vi det til en ressource? Og hvordan får vi folk til at lade være med at smide det?

Kontakt: www.groentflag.dk og www.friluftsradet.dk



Affaldspatruljer i børnehøjde Børnefestivalen Hop&Rock på Bistrup Skole i Birkerød

Udfordring:

Skolen havde bæredygtighed som tema for den årlige Hop&Rock børnekultur-festival og ville gerne lave noget, der inviterede til refleksion hos de 3.500 børn og 3.000 forældre, der deltog. Målet var at få affaldsindsamling og -sortering ned i børnehøjde, fordi gode vaner bliver indarbejdet tidligt.

Løsning:

SFO-erne fra kommunens skoler deltog med forskellige aktiviteter inden for årets tema. Bistrup Skole uddelte ved ankomsten Hold Danmark Rents affaldskit til SFO-erne fra de andre skoler og ansvaret for at holde egen plads ren til børnene.

Resultat: Rene og pæne SFO-pladser ved festivalens afslutning. En markant forbedring fra året før, hvor arrangørerne vadede rundt i papir og popcornbægre.

Hovedprincipper for god børneinvolvering:

Værktøjskasse: Indsamlingskittet fra Hold Danmark Rent består af gule veste, arbejdshandsker, "niverter" og to affaldsposer – en til dagrenovation og en til affald, der skal sorteres. Det gør det enkelt og sikkert at samle ind. Og sjovt, fordi der følger "uniform" og rigtigt udstyr med.

Læring-med-kroppen: Når vi gør det fysisk, mens vi taler om betydningen af det, vi gør, lærer vi effektivt. Det tilgodeser flere sanser og børnenes individuelle læringsstile.

Konkretisering – Bæredygtighed er et stort og abstrakt emne. Indsamling og sortering er derimod meget konkret og let at forstå: der er rent, når vi går hjem. Og vi har haft det affald i hånden, der i sorteret form bidrager til en bæredygtig festival.

Ambassadøreffekt: SFO-medarbejderne fra de andre skoler oplever indsamlingskittet og tager den erfaring med sig hjem. Børnene fortæller forældrene om dagens aktiviteter – og forældrene tager billeder af børn, der rydder op. Det er effektiv ambassadøreffekt, fordi afsender og modtager har umiddelbar fælles interesse og følelsesmæssig forbindelse: fra kollega til kollega samt fra barn til forældre.

Partnere:

Rudersdal Kommune og Hold Danmark Rent.

Kontakt: http://www.rudersdal.dk/Rudersdal_rundt/Fritid_kultur/Fritid_boern_unge/Hop_og_Rock.aspx



Foto: Thomas H. Nielsen

Fantasisfulde skraldespande Kvarterets unge tager medejerskab

Udfordring:

Charlottekvarteret i Hedehusene vil gerne skabe større medejerskab og fællesskab. Ikke mindst hos kvarterets unge. I Street Art projektet tilbage i 2009 fik ottendeklasserne på kvarterets skole mulighed for at præge kvarteret med street art.

Løsning:

Det var de unge selv, der pegede på temaet: SKRALD. De formulerede opgaven: Hvordan laver vi nogle skraldespande, så folk får lyst til at smide skraldet i dem? Og gik i gang med analyse, designproces, prototype, udvælgelse, produktion og opstilling af de udvalgte skraldespande. Materialerne fandt de hos en lokal skrothandler. Produktionen foregik i samarbejde med Roskilde Produktionsskole og den lokale smed Jern-Henrik.

Resultat:

Skraldespandene bliver brugt, så der er mindre skrald i kvarteret – og ”de bliver aldrig udsat for hærværk”, konstaterer de unge selv. Faktisk hang spandene i hele fire år.

Hovedprincipper i aktiviteten:

Projektet bygger på medejerskab og designinnovation, og de opstillede spande er et flot, humoristisk nudge i kvarteret. Danmarks mest fantasifulde skraldespande er også nået til USA, hvor Massachusetts Institute of Technology nævner dem som en banebrydende måde, hvor unge samarbejder om at løse et lokalt problem.

Kilde: Urban Co Creation, <http://www.arnoldbusck.dk/boeger/huset-reparation-vedligeholdelse/urban-co-creation-2640-charlottekvarteret>, Situated Design Methods: <https://mitpress.mit.edu/books/situated-design-methods>



Foto: Martin Rosenkreutz Madsen og Anders Hagedorn



Foto: Martin Rosenkreutz Madsen og Anders Hagedorn



Foto: Martin Rosenkreutz Madsen og Anders Hagedorn

Lav eksperimenter i den virkelige verden

Den gode løsning passer perfekt til et problem. Den mest innovative idé opstår ofte, når forskellige mennesker og kompetencer mødes. Og den bedste funktion opnår man, når man prøver løsningen af i virkeligheden, før man justerer og færdigudvikler den.

Henkastet affald er en speciel udfordring. Derfor findes der ikke en standardkampagne, som altid virker. Og især derfor er det særligt vigtigt at eksperimentere med forskellige måder at gribe løsningerne an på.

Prototyping, designinnovation og wrapping-prototyping. Uanset hvad det bliver kaldt inden for forskellige brancher, siger Hold Danmark Rent det kort:

Eksperimentér undervejs, sammenlign resultaterne og kom hurtigere frem til den rigtige løsning.

Eksperimentet kan handle om at udvikle prototyper. Det kan være en skraldespand med integreret askebæger. Eller pantholderen, som lokale ildsjæle i København fandt på og fik testet i samarbejde med Københavns Kommune.

Pointen med prototypen er, at det ikke handler om at finde den færdige model, som kan holde til års slid. Tværtimod handler det om en funktionalitet, som kan blive prøvet af i en foreløbig model. Fx for at finde ud af, om borgerne tager godt imod den, eller om den overhovedet passer funktionelt til det specifikke problemaffald.

Eksperimentet kan også handle om at ændre på eksisterende løsninger for at finde ud af, hvad der sker, når du ændrer på de enkelte elementer. Fx ved at fjerne skraldespande. Eller erstatte skraldespande med større containere, tømme på andre tidspunkter osv.

Eksperimenter og prototyper giver ikke altid lige gode resultater. Til gengæld giver de værdifulde erfaringer, som er vigtige på vejen til at finde de bedste løsninger. Så selvom der opstår masser af fejl undervejs, er eksperimentet forudsætningen for at undgå endnu dyrere fejl senere hen.

Innovationshuset i København

Flere store kommuner har innovationsenheder, som bruger anderledes metoder eller arbejder med prototyper for at finde nye løsninger.

Innovationshuset er netop åbnet af Københavns Kommune i Kødbyen, et kreativt område på Vesterbro. Her findes testfaciliteter, hvor man kan bygge 1:1 modeller over alt fra fremtidens klasseværelse til brugervenlige psykiatrfaciliteter. Og hvor designere, antropologer og iværksættere sammen med københavnere og private aktører skal teste hverdagssituationer og udvikle prototyper af fx arkitektur og services til byens borgere.

Hele idéen er, at komme hurtigere ud i virkeligheden og få prøvet tingene af. I princippet inden for alle kommunens service- og driftsområder. Virksomhederne bliver også inviteret med ind. Nye løsninger skal nemlig produceres, hvilket kan være med til at skabe arbejdspladser.

Kontakt: Innovationshuset i København, Københavns Kommune

HOLD DANMARK RENT EKSPERIMENTERER

Designpartnerskab med Dansk Design Center

Hold Danmark Rent og Dansk Design Center fik i 2010 en million kroner fra globaliseringspuljen. Målet var at udvikle affaldsløsninger til drive-in og biler. I analysefasen blev der tegnet profiler af de typiske målgrupper og deres adfærd blev kortlagt. Skraldetragten blev udvalgt som relevant prototype med potentiale til at nedbringe de store mængder af affald på rastepladser og ramper. Skraldetragtene virkede fra starten i fuld skala og var med til at reducere mængden af affald på tilkørselsramperne til rastepladserne dramatisk. Første type blev sat i produktion og testet i 25 eksemplere af McDonalds. Året efter blev der udviklet en ny prototype, som er tilpasset lastbiler. Og anden version af udgaven til personbilerne blev sat i test.

Resultat:

En ny, effektiv affaldsløsning, der er sat i produktion. I kombination med blandt andet en række nudges, reducerer skraldetragtene affaldsmængderne med op til 76 % i gennemsnit for alle fraktioner. Både proces og resultater er dokumenteret grundigt.

Partnere:

Dansk Design Center, Hold Danmark Rent, designbureauet Goodmorning Technology, producenten Gg samt en række repræsentanter for de forskellige brugere, der har fungeret som testpartnere.

Kontakt: Hold Danmark Rent



Forsøg i rekreative områder

I samarbejde med Region Hovedstaden og fem kommuner er der i 2012 blevet gennemført en række forsøg med forskellige måder at bekæmpe henkastet affald i forskellige typer af rekreative områder.

Resultat:

Forsøget gjorde op med myten om, at flere skraldespande altid er løsningen på et problem med henkastet affald. Projektet bekræftede det værdifulde i den eksperimenterende tilgang. Værdien af en tæt dialog og samarbejde med de medarbejdere, der står for renhold i dagligdagen. Samt at indsats altid skal tilpasses til det konkrete sted, det konkrete affaldsproblem og brugerne. Forsøgene og evalueringen er samlet i en rapport, som også indeholder et idékatalog, som andre kan blive inspireret af.

Kontakt: Hold Danmark Rent



FRA PROTOTYPE TIL DRIFT

Pantstationen er en ny måde at aflevere pant på

Dansk Retursystem skal gøre det så let som muligt for os, at aflevere engangsemballager med pant. Men også de upantede flasker og dåser er vigtigt råstof, som skal genanvendes. For miljøets skyld. Og for naturens, fordi mange af dem ender som henkastet affald. Pantstationen er blevet udviklet som prototype. Her kan man aflevere op til 120 tomme flasker og dåser i en pantsæk. Både med og uden pant. Via en QR-kode bliver pantsækken knyttet til brugeren. Senest ti dage senere går pengene direkte ind på brugerens konto. One-stop-shopping. Første teststation åbnede i 2012 i Høje Taastrup. Næste udgave åbnede i 2013 i Horsens. Flere steder bliver testet i 2015. Og efter en evaluering – og evt. yderligere justeringer af konceptet – bliver endnu flere opført.

www.pantstation.dk



”Gentoftevognen” ruller ud i hele landet

Kreativiteten fik frit spil, da en medarbejder fra Vej & Park i Gentofte Kommune udviklede den smarte vogn til affaldsindsamling og sortering til kommunens mindste borgere. Fra prototype til i dag, har vognen undergået betydelig udvikling og står i dag i 5. generation.



Foto: dropbucket.dk

Trækvognen fungerer så godt i børnehøjde, at flere er kommet til. De holder parkeret på genbrugspladsen, hvor kommunens institutioner kan låne en vogn til at tage med på tur. Udover den vigtige læring der ligger i at sortere og samle op, er prototypen den virkelige pointe.

En kompleks problemstilling fandt en enkel løsning, som hurtigt blev til et eksperiment. Prototypen er nu videreudviklet til den version, som Hold Danmark Rent håber at kunne sætte i produktion.

Kontakt: Grøn Guide Gentofte og Hold Danmark Rent.

Hvorfor er arenaer og typer vigtige?

De 5 vigtigste ting, du skal huske!



Øv dig i at sige ”hæmmere og fremmere”

- Den fysiske indretning af et område spiller en langt større rolle, end vi forestiller os.
- Få rettet op på de værste fejl. Og sørg for, at de ikke bliver gentaget...



Kend affaldstyperne

- Brug typerne til at sætte dig i affaldssyndernes sted. Husk, at alle i udgangspunktet gerne vil gøre det rigtigt.
- Det giver afgørende viden at sætte sig i brugernes sted. Når man forstår sit eget område bedre, er det også lettere at svare på, hvad der går galt.



Husk fokus på børn

- Sæt ind før det er for sent. Dårlige vaner varer ofte livet ud.
- Hav fokus på, hvordan børn kan blive aktive ambassadører for deres forældre. Det fordobler effekten.



Lav eksperimenter

- Ikke to udfordringer er ens.
- Eksperimenter giver værdifulde erfaringer og er genvejen til bedre løsninger.



Kombiner de forskellige kapitler

- Baggrundsviden fra dette kapitel skal kombineres med viden om affald i kapitel 6.
- Kampagnen/aktiviteten bliver klædt på med de konkrete råd i kapitel 3 og 4.



6

**Hvad ved vi om
henkastet affald?**

Hold Danmark Rent deler viden

Vi foretager løbende analyser og undersøgelser af danskernes holdninger og adfærd:

69%

oplever, der er kommet mere henkastet affald de sidste fem år.

50%

tyske turister synes affald på stranden ødelægger ferien.

22%

af beboerne i etagebyggeri mister lysten til at opholde sig der, når der er affald.

47%

af motionisterne bliver i dårligt humør, hvis der ligger skrald på ruten.

41%

af danskerne har smidt ispinde på stranden. Nedbrydningstiden er 10 år.

95%

vil gerne affaldssortere i hjemmet.

34%

af strandgæsterne finder et andet sted at være, hvis der ligger affald.

63%

vil gerne affaldssortere, når de er på fx festival eller til koncert.

Skod er den hyppigste affaldstype. Plastik den mest problematiske. Og tyggegummi er meget dyrt at fjerne, når klatterne sidder fast.

Stort set alle er enige om, at det er meget forkert at smide affald. Til gengæld kommer så mange os til at gøre det, at mange danskere stadig oplever henkastet affald som et betydeligt problem.

Hold Danmark Rent har gennem årene gennemført mange – og meget forskellige – analyser af henkastet affald. Mange af dem kan downloades fra hjemmesiden. Her følger overordnet viden om holdninger, adfærd og affaldsmængder.

“

Kend dit henkastede affald. Viden giver aha-oplevelser.

6.0 Hvad ved vi om henkastet affald?

6.1	Holdninger	86
6.2	Adfærd	88
6.3	Frivilligpotentiale	92
6.4	Affald er forskelligt	93
6.5	Ansvar	95
6.6	Affalds- og emballagemængder	96

Holdninger

Danskerne har grundlæggende en høj moral, når det kommer til henkastet affald, og tager klart afstand fra det. Problemet bliver også betragtet som stort. Når vi spørger danskerne, har kun meget få en oplevelse af, at problemet er aftagende. De fleste synes, det er blevet værre.

7 ud af 10 danskere oplever henkastet affald som "et stort" eller "et meget stort" problem. Oplevelsen af problemet er stigende med alderen. 60 % af de unge ser det som et problem. Det gør 81 % af de ældre til sammenligning.

Hvordan oplever du henkastet affald i Danmark?

	ALDER			
	15 - 35 år	36 - 55 år	56+ år	Total
	Pct.	Pct.	Pct.	Pct.
Som et meget stort problem	7%	15%	24%	15%
Som et stort problem	53%	56%	57%	55%
Hverken som et stort eller lille problem	27%	24%	15%	23%
Som et lille problem	11%	5%	3%	6%
Slet ikke som noget problem	0%	0%	0%	0%
Ved ikke	1%	0%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Danskerne tager klart afstand fra at smide affald. Alle steder. Dog er der en svag tendens til, at naturen er det værste sted at smide affald.

Mener du det er forkert at smide affald...?

	STED		
	By, plads, park	Veje, rasteplads	Natur, strand, skov
	Pct.	Pct.	Pct.
Ja, meget	95%	97%	98%
Ja, lidt	4%	3%	2%
Hverken ja eller nej	0%	0%	0%
Nej, ikke specielt	0%	0%	0%
Nej, overhovedet ikke	0%	0%	0%
Ved ikke	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Hvordan synes du, at omfanget af henkastet affald har udviklet sig? Det er blevet.... (De seneste fem år)

	Antal	Pct.
Meget værre	195	19%
Værre	500	49%
Ingen ændring	224	22%
Bedre	45	4%
Meget bedre	2	0%
Ved ikke	53	5%
Total	1019	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Næsten 7 ud af 10 oplever, at omfanget af henkastet affald er blevet "værre" eller "meget værre". Kun 4 % oplever, at det er blevet bedre. Inden for de seneste fem år.

Hvor mener du, at problemet med henkastet affald er størst?

	Pct.
Langs vejene og på rastepladser	36%
I byen (gader, pladser, parker mv.)	34%
I naturen (strande, skove mv.)	23%
Andre steder	1%
Ved ikke	6%
Total	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Henkastet affald bliver oplevet som det største problem langs vejene, på rastepladserne og i byen.

Hvad tror du kan være årsagen til, at nogle smider affald i naturen, i byen eller langs vejene? (Flere svar mulig)

	ALDER		
	15 - 35 år	36 - 55 år	56+ år
	Pct.	Pct.	Pct.
At man bevidst er ligeglad med hvad der sker med skraldet / konsekvenser	58%	54%	55%
At man ikke tænker så meget over hvad der sker	54%	42%	35%
At man vil af med affaldet i en fart / ingen steder at gøre af det	51%	40%	26%
At man tænker "Alle andre gør det"	40%	31%	24%
At man ikke kan finde en skraldespand / fordi der er for få	40%	29%	22%
At man tænker "Der kommer nogen og samler det op"	31%	28%	23%
At det er ulækkert at tage affaldet med sig	24%	13%	8%
At affaldet hurtigt forsvinder i naturen	4%	3%	3%
Andet	2%	3%	5%
Ved ikke	0%	1%	0%
Total	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Danskerne mener, at hensynsløshed og tankeløshed er de primære årsager, når nogen smider affald. Skarpt fulgt af iveren efter at slippe let og hurtigt af med det. Det er interessant, at det manglende hensyn vægter så højt. Det svarer godt overens med den høje moral, danskerne viser på området.

Adfærd

Moralen er i orden. Til gengæld er danskernes adfærd til forhandling. Kun få siger selv, at de altid eller ofte smider affald. Mange indrømmer, at de gør det en gang imellem. Mængderne af henkastet affald bekræfter derimod, at vi smider oftere, end vi indrømmer.

Kun 5 % af danskerne angiver, at de "altid", "ofte" eller "en gang imellem" smider affald i byen. 3 % på vejene. Og kun 2 % i naturen. Tallet stiger dog til op mod 30 %, hvis vi tæller dem med, der svarer "sjældent". Det svarer mere til virkeligheden, som Hold Danmark Rent oplever den: stort set alle danskere kan komme til at smide affald, fordi vores gode moral er til forhandling; afhængig af situation, sted og type af affald. I virkeligheden burde en større andel af danskerne nok svare "en gang imellem" på spørgsmålet.

Det henkastede affald påvirker danskerne meget. 3 er neutral score. I naturen, på stranden, der hvor vi bor og i parken, bliver vi især påvirket negativt af affald. Det sker i mindre grad på byens pladser, rastepladsen, ved stoppestedet eller på stationen, hvor der er meget trafik. 3 er neutral score.

Hvor ofte vurderer du, at du selv smider affald på ... ?

	STED		
	By, plads, park	Vej, rasteplads	Natur, strand, skov
	Pct.	Pct.	Pct.
Altid	1%	1%	1%
Ofte	1%	0%	0%
En gang imellem	3%	2%	1%
Sjældent	25%	15%	12%
Aldrig	70%	81%	86%
Ved ikke	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

I hvilken grad påvirker henkastet affald dig negativt, når du møder det på følgende steder?

	ALDER			
	15 - 35 år	36 - 55 år	56+ år	Total
	Gns.	Gns.	Gns.	Gns.
I skoven	4,46	4,60	4,67	4,57
På stranden	4,44	4,59	4,66	4,56
Der hvor du bor	4,31	4,48	4,60	4,46
I parken	4,24	4,41	4,60	4,41
På byens gader/pladser	3,85	4,16	4,49	4,15
På rastepladsen	3,80	4,21	4,45	4,14
Ved stoppestedet	3,70	4,04	4,43	4,04
På stationen	3,68	4,05	4,43	4,03

OMVENDT Skala:
1 = Slet ikke, 5 = I meget høj grad, Ved ikke = ikke medregnet,
N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Hvilke af følgende typer affald er du kommet til at smide i naturen, i byen eller langs vejene inden for de seneste 6 måneder? (Flere svar muligt)

	KØN		
	Mand	Kvinde	Total
	Pct.	Pct.	Pct.
Madrester (fx æbleskrog)	49%	49%	49%
Tyggegummi	19%	22%	21%
Små papirstykker	18%	11%	14%
Cigaretskod	16%	10%	13%
Ispinde	14%	11%	12%
Hundeekskremerter	10%	8%	9%
Dåser/plastflasker	2%	0%	1%
Aviser	1%	1%	1%
Glas og flasker	1%	1%	1%
Plastik	1%	1%	1%
Fastfoodemballage	1%	1%	1%
Pizzabakker	1%	0%	0%
Engangsgrill/grillrester	0%	0%	0%
Andet affald generelt	1%	1%	1%
Har ikke smidt noget affald inden for de seneste 6 måneder	31%	34%	32%
Total	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Danskerne smider især organisk affald, tyggegummi, små papirstykker, cigaretskod og ispinde. Herefter kommer hundeekskremerter, som 9 % lader ligge. Svært nedbrydeligt plastik, glas og metalaffald bliver derimod smidt sjældent. Der er ikke store kønsforskelle. Mænd smider dog oftere små papirstykker og cigaretskod end kvinderne.

Hvor ofte samler du henkastet affald op efter andre, når du ser det i naturen, i byen eller ved veje/rastepladser?

	ALDER			
	15 - 35 år	36 - 55 år	56+ år	Total
	Pct.	Pct.	Pct.	Pct.
Altid	1%	2%	2%	2%
Ofte	7%	17%	26%	16%
En gang imellem	39%	44%	38%	41%
Sjældent	34%	24%	20%	26%
Aldrig	19%	13%	13%	15%
Ved ikke	0%	0%	1%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Overraskende mange danskere samler op efter andre. 18 % gør det ofte eller altid. Og yderligere 41 % gør det en gang imellem. Det er altså mere end 6 ud af 10 danskere, der samler affald op. Andelen, der samler affald op ofte eller altid, stiger med alderen. Men 47 % af de unge samler minimum en gang imellem affald op efter andre.

Hvorfor samler du affald op efter andre? (Åben svarmulighed)

	ALDER			
	15 - 35 år	36 - 55 år	56+ år	Total
	Pct.	Pct.	Pct.	Pct.
Det er grimt / sviner / irriterer mig / bliver ked af det	32%	37%	41%	37%
Af hensyn til naturen / dyrene / miljøet / medmennesker / sikkerhed	37%	26%	22%	28%
Der går jo ikke noget af mig / hvorfor ikke? / hvem skulle ellers?	9%	11%	7%	9%
Fordi det er forkert at lade være / jeg bør gøre det	8%	7%	5%	7%
Fordi affald avler mere affald / at være et godt eksempel	4%	3%	4%	3%
Andet	11%	9%	10%	10%
Ved ikke / husker ikke	16%	21%	22%	19%
Total	100%	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ år med adgang til internet, som minimum sjældent samler affald op. Åbne svar er kodet og kategoriseret. Befolkningsundersøgelse 2015

Når danskerne samler op, gør de det i overensstemmelse med den påvirkning, henkastet affald har: Det er grimt, det irriterer og det gør os kede af det. Det er også begrundelsen for at samle affald op hos næsten 4 ud af 10 (37 %). Herefter kommer hensynet til dyrene og miljøet, som 28 % giver som begrundelse. Resten giver forskellige udgaver af "ordentlighed" som begrundelse.

De nordtyske strandturister peger på, at "rene strande" er en meget vigtig del af Danmarks image. Og det gælder i lige høj grad for gamle og unge, mænd og kvinder: Forventningen om rene strande i Danmark har meget stor betydning for deres valg af Danmark som feriedestination.

Hvor vigtigt er det for Dem, at stranden/naturen er ren, når De vælger Danmark som feriedestination?

	TYSK
BASE	476
Slet ikke	1%
I mindre grad	3%
I nogen grad	10%
I høj grad	45%
I meget høj grad	40%
Ved ikke	1%
TOTAL	100%

Base= 476 nordtyskere over 18 år.
Analyse af affald på danske strande 2012

**Hvad kan påvirke Deres humør i negativ retning, når De er på ferie?
(flere svar muligt)**

	TYSK	Alder		
		18-40 år	41-60 år	61+ år
	476	1771	84	116
Dårligt vejr	61%	70%	59%	51%
Hvis der ligger skrald på stranden/i naturen	50%	57%	2%	38%
Hvis feriestedet ikke lever op til mine forventninger	46%	55%	44%	36%
Hvis der løber løse hunde rundt på stranden	36%	35%	31%	44%
Terrortrusler	36%	38%	39%	27%
Hvis min familie ikke kan enes	22%	27%	24%	10%
Intet kan påvirke mit humør på en ferie	13%	6%	15%	9%
Finanskrisen	12%	15%	2%	9%
Andet	2%	2%	2%	0%
Ved ikke	1%	0%	0%	3%

Base= 476 nordtyskere over 18 år.
Analyse af affald på danske strande 2012

"Skrald på stranden eller i naturen" kommer ind på andenpladsen over faktorer, der kan ødelægge feriehøret (50 %), ifølge de nordtyske kystturister. Kun overgået af "dårligt vejr", der med 61% kommer ind på en klar førsteplads over ferieødelæggende faktorer. Faktisk er strandskrald (50 %) endnu mere kritisk for feriehøret, end hvis feriestedet ikke lever op til forventningerne (46 %) hos de tyske turister. Tendensen bliver stærkere, jo yngre den tyske turist er.

Hvordan påvirker henkastet affald dig, der hvor du bor?

	Hvilken type af bolig bor du i?					
	Hus/ villa/ parcel hus	Række-/ klyngehus	Gård	Etageejd./ lejlighed	Værelse	Total
Jeg bliver vred	63%	60%	66%	59%	53%	61%
Jeg bliver ked af det	42%	40%	41%	39%	43%	41%
Jeg har ikke lyst til at være der	8%	14%	0%	22%	29%	13%
Jeg bliver aggressiv	5%	6%	13%	6%	0%	6%
Jeg bliver ligeglad og smider måske selv affald	4%	5%	7%	6%	18%	5%
Jeg finder andre steder at være	3%	3%	0%	7%	14%	5%
Jeg føler mig utryk	1%	4%	2%	3%	0%	2%
Andet	12%	9%	15%	11%	0%	12%
Ved ikke	3%	5%	5%	4%	0%	3%

Base: Personer, der bliver påvirket negativt af henkastet affald i følgende grad "I høj grad", "I nogen grad" eller "Hverken/eller". N = 1975 , Rent Kvarter analyse 2011

61 % bliver vrede og 41 % bliver ked af det over henkastet affald ved bopælen. Henkastet affald ved bopælen ødelægger vores humør. Det går på tværs af alle boligformer. Beboere i etagebyggeri mister i signifikant højere grad lysten til at være i deres kvarter og/eller finder andre steder at være. Næsten hver fjerde beboer (22 %) mister lysten til at være i kvarteret, og 7 % finder andre steder at opholde sig. Analysen viser, at henkastet affald, især i etagebyggeri, fører til fremmedgjorthed.

Frivilligpotentiale

Frivilligpotentialet – og de gode eksempler på godt partnerskab med frivilligheden – har sit helt eget afsnit 4.2 i rapporten. Her følger fakta.

Kunne du forestille dig at bidrage med frivilligt arbejde i forhold til henkastet affald?

	ALDER			
	15 - 35 år	36 - 55 år	56+ år	Total
	Pct.	Pct.	Pct.	Pct.
Ja, det gør jeg allerede	4%	11%	13%	9%
Ja, måske	47%	47%	43%	46%
Nej	43%	37%	36%	39%
Ved ikke	6%	5%	8%	6%
Total	100%	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019.
Befolkningsundersøgelse 2015

9 % – eller næsten hver tiende – er allerede involveret i frivilligt arbejde i relation til henkastet affald. Og yderligere 46 % af danskerne vil måske være det. Flest ældre danskere arbejder allerede frivilligt med henkastet affald.

Det skal give mening og det skal gøre en forskel. Det er de faktorer, der især motiverer potentielle frivillige. Potentialet er stort set lige stort uanset køn og alder. Udfordringen består i at få omsat de gode viljer til egentligt frivilligt arbejde!

Især indsamlingsaktiviteter/-dage og generel oprydning tænder frivilligheden. Det svarer næsten 6 ud af 10 af de, der enten allerede er frivillige eller overvejer at blive det. Kun 1 ud af 10 svarer, at de kun forestiller sig deres frivillige indsats som "at samle lidt op nu og da".

Hvad er vigtigt, hvis du skal bruge tid på frivilligt arbejde? (Åben svarmulighed)

	Pct.
Det skal give mening / godt formål	13%
Det skal føre en forskel / nytte	13%
Fælleskab / sammen med andre / samvær	6%
Det skal være interessant / noget jeg brænder for / tror på	5%
Det skal være sjovt / skabe glæde	3%
Det skal være velorganiseret	1%
Andet	13%
Ved ikke / intet svar	46%
Total	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet. Åbne svar er kodet og kategoriseret. N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Hvad kunne du forestille dig at lave af frivilligt arbejde (ift. henkastet affald)?

	Pct.
Oprydning i skov / natur	11%
Oprydning i by	3%
Oprydning langs veje / lokalområder	10%
Oprydning på strand	5%
Oprydning generelt / indsamlingsdage / arrangementer	25%
Selv samle lidt op nu og da	10%
Kampagner / Oplysning	3%
Andet	10%
Ved ikke	24%
Total	100%

BASE: Personer som kunne forestille sig at bidrage med frivilligt arbejde. N= 560. Befolkningsundersøgelse 2015

Affald er forskelligt

Affald opfører sig forskelligt. Afhængig af stedet, situationen hvor det opstår og hvor "slemt" affaldet er. Generelt smider vi organisk og småt affald oftere. Og farligt/ulækkert affald er mindst legitimt at smide.

Hvor acceptabelt er det at smide følgende typer affald i naturen, i byen eller langs vejene?

	Gns.
Fastfoodemballage	6,76
Plastik	6,75
Engangsgrill/grillrester	6,74
Dåser/plastflasker	6,73
Glas og flasker	6,72
Pizzabakker	6,71
Andet affald generelt	6,66
Aviser	6,35
Cigaretskod	6,23
Tyggegummi	6,10
Små papirstykker	5,85
Hundeekskremitter	5,69
Ispinde	5,60
Madrester (fx æbleskrog)	3,83

Skala:

1 = Fuldstændig acceptabelt

7 = Fuldstændig uacceptabelt

Ved ikke = ikke medregnet, N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Hvilke typer affald samler du oftest op efter andre? (Vælg op til 3 typer affald)

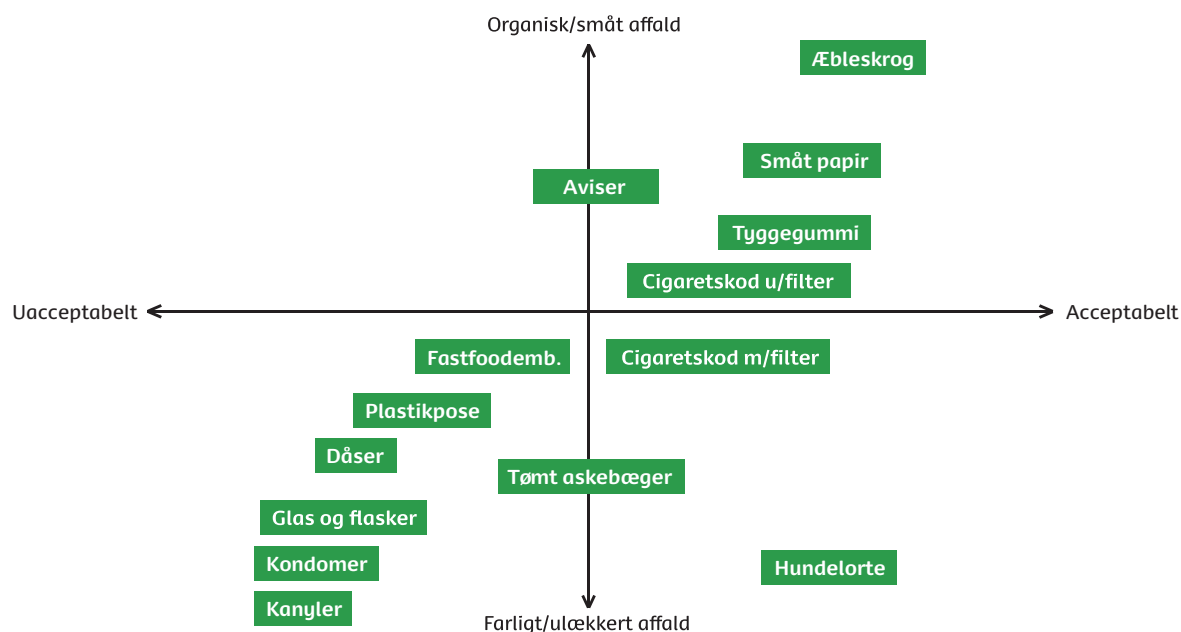
	Pct.
Dåser/plastflasker	59%
Glas og flasker	58%
Plastik	41%
Fastfoodemballage	16%
Aviser	13%
Små papirstykker	8%
Cigaretskod	6%
Pizzabakker	6%
Engangsgrill/grillrester	5%
Hundeekskremitter	2%
Tyggegummi	1%
Madrester (fx æbleskrog)	1%
Andet, notér	2%
Ved ikke	7%
Total	100%

BASE: Personer 15+ år med adgang til internet, som minimum sjældent samler affald op. Befolkningsundersøgelse 2015

Det meste affald er uacceptabelt eller helt uacceptabelt at smide fra sig. Det gælder især fastfoodemballage, plastik, grillrester, dåser og plastflasker, glas og pizzabakker. Det er fuldstændig uacceptabelt at smide. Herefter kommer aviser, cigaretskod og tyggegummi. Små papirstykker, hundeekskremitter og ispinde er uacceptabelt at smide. Omvendt er madrester (organisk affald) gennemsnitligt næsten acceptabelt af smide. 4 udgør den neutrale score i besvarelsen.

Når danskerne samler affald op efter andre, går de entydigt efter det, de oplever som mest uacceptabelt – og som ikke er hverken ulækkert eller farligt. Dåser, plastflasker, glasemballage og plastik er det, langt de fleste samler op efter andre.

Danskernes holdning til affaldstyper



Kilde: Operate 2007, Danskernes holdninger samt Explora 2007

Danskernes holdninger til henkastet affald og deres faktiske adfærd svarer godt overens med den viden, vi har om forskellige situationer og typer af affald. Den typiske situation de fleste genkender er, at de har smidt madaffald eller affald, de selv oplever som let nedbrydeligt. Mange henviser også til de umage placeringer i bilen eller på cyklen, hvor det handler om at slippe let og hurtigt af med affaldet. Herefter kommer rygerne – og de mange andre – der simpelthen manglede et askebæger eller en skraldespand.

Beskriv den (seneste) situation, hvor du er kommet til at smide noget affald? (Åben svarmulighed)

	KØN		
	Mand	Kvinde	Total
	Pct.	Pct.	Pct.
Frugt / let nedbrydeligt materiale	43%	52%	47%
Smidt fra bilen / cykel	20%	17%	18%
Rygning / manglede askebæger / cigarettskod	12%	9%	10%
Manglende skraldespand	8%	12%	10%
Skulle af med tyggegummi	7%	11%	9%
Hundeefterladenskaber	7%	6%	6%
Små stykker papir smidt / blæst væk	4%	6%	5%
Ispind	3%	2%	3%
Gør jeg aldrig	1%	1%	1%
Andet	6%	3%	4%
Ved ikke / Husker ikke	13%	11%	12%
Total	100%	100%	100%

BASE: Personer 15+ på med adgang til internet, N = 1019. Åbne svar er kodet og kategoriseret. Befolkningsundersøgelse 2015

Ansvar

Ansvaret er personligt, når det kommer til henkastet affald. Og mange forventer, at Hold Danmark Rent skubber på.

Hvor stort et ansvar mener du, at følgende har for at forebygge henkastet affald?

	Gns.
Mig selv/os alle sammen	6,75
Kommunen	5,17
Staten	4,74
Hold Danmark Rent	4,72
Butikken/producenten af emballagen	4,56
Andre	5,24

Skala:

1 = Intet ansvar

7 = Meget stort ansvar

Ved ikke = ikke medregnet,

N = 1019. Befolkningsundersøgelse 2015

Er der behov for en organisation som Hold Danmark Rent?

	Total 2010		Total 2011		Total 2013		Total 2014	
	Antal	Pct.	Antal	Pct.	Antal	Pct.	Antal	Pct.
Ja	895	88%	877	85%	850	84%	867	87%
Nej	25	2%	20	2%	28	3%	30	3%
Ved ikke	93	9%	137	13%	134	13%	105	10%
Total	1012	100%	1034	100%	1012	100%	1002	100%

Base: Personer på 15 år eller derover, Kendskabsundersøgelse 2010, 2011, 2013 og 2014

Stort set alle danskere mener, at der er behov for organisationer som Hold Danmark Rent for at knække kurven med henkastet affald i Danmark. Det er uændret – og har ligget på samme høje niveau – siden den første kendskabsundersøgelse i 2010.

Vi har selv et meget stort ansvar for at forebygge henkastet affald. Det er helt entydigt og hævet over enhver tvivl. Mange er vant til og har en forventning om, at kommunerne og organisationer som Hold Danmark Rent løfter en stor del af opgaven. Butikken og producenten af emballagen tildeles overraskende stor medansvar.

Har du hørt om organisationen Hold Danmark Rent?

	Total 2010		Total 2011		Total 2013		Total 2014	
	Antal	Pct.	Antal	Pct.	Antal	Pct.	Antal	Pct.
Ja	409	40%	413	40%	493	49%	483	48%
Nej	483	48%	500	48%	417	41%	459	46%
Ved ikke	120	12%	121	12%	102	10%	60	6%
Total	1012	100%	1034	100%	1012	100%	1002	100%

Base: Personer på 15 år eller derover, Kendskabsundersøgelse 2010, 2011, 2013 og 2014

Hold Danmark Rent har opnået et betydedigt kendskab. Halvdelen af befolkningen har hørt om organisationen. Analyserne indikerer, at kendskabsniveauet har stabiliseret sig her, med det hidtidige aktivitetsniveau for Hold Danmark Rent.

Affalds- og emballagemængder

Der eksisterer stadig ikke et indberetningssystem eller et fælles målesystem til at opgøre mængderne af henkastet affald. Der kan hentes en del viden fra de kortlægninger, Hold Danmark Rent har gennemført i samarbejde med en række danske kommuner de sidste seks år. Samt fra statistikker over udviklingen i emballageproduktion og mængderne af husholdningsaffald.

Kommunekortlægning

Hold Danmark Rent har siden 2008 arbejdet med at kortlægge mængder og typer af henkastet affald. Det foregår 2 gange om året i samarbejde med en række danske kommuner. I alt har 28 kommuner deltaget i kortlægningen. I gennemsnit har ca. 15 kommuner deltaget årligt.

I denne periode er kortlægningen blevet foretaget forår og efterår. Kommunen har udvalgt 6 måleområder, der er repræsentative for kommunens areal og områdetyper. Hvert område er på 300 m². I måleområderne optælles affaldet og de indsamlede data bliver indberettet digitalt. Fordi metoden har været ensrettet gennem de seneste 6 år, er det efterhånden blevet muligt at foretage sammenligninger mellem kommunetyper og over årene.

2014: Gennemsnitlig affaldsmængde pr. område i kommuneoptælling

Affaldstyper	By-centrum	By-område	Indfaldsveje	Landsbyer	Rekreative områder / strand	Åbent land	Gennemsnit
Boner	6	2	0	0	1	0	2
Cigaretskod	217	223	72	7	59	28	129
Diverse (typen angives)	1	4	1	2	1	0	2
Fast food emballage	4	3	6	0	0	1	3
Glas og flasker - hele og knuste	9	10	7	0	1	1	6
Metaldåser og øvrigt metal	14	16	10	4	7	3	10
Organisk affald, madrester	46	2	1	1	4	1	13
Papir, pap, cigaretpakker	21	35	23	7	10	10	20
Plastflasker, poser, andet	29	68	22	12	13	6	30
Tyggegummi	212	8	5	1	7	1	56
Gennemsnit	56	37	15	3	10	5	27

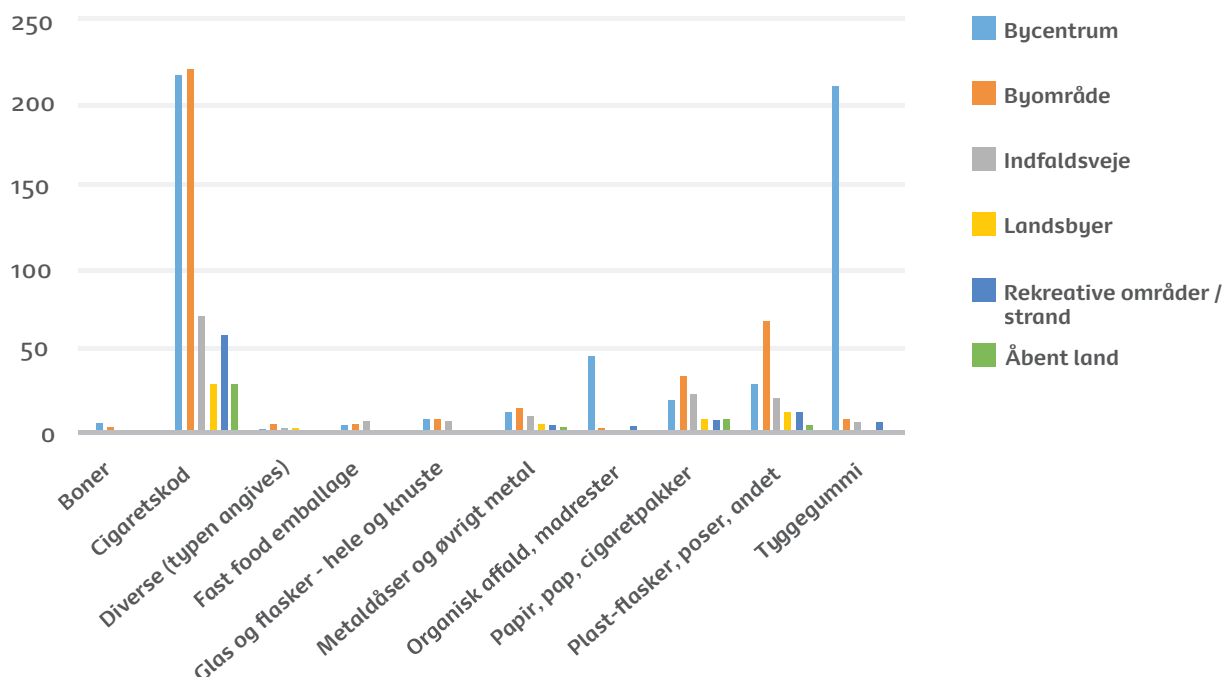
Hold Danmark Rent, Kommunekortlægning 2014

I 2014 deltog 13 kommuner i kortlægningen – 9 deltog både forår og efterår. Der blev i alt opsamlet 51.993 stk. affald. I gennemsnit indsamlede hver kommune 3.995 styk affald i de udvalgte måleområder.

Optællingen viser, at cigaretskod og tyggegummi er de mest dominerende affaldsfraktioner i byerne. I

rekreative områder, på stranden og i det åbne land er cigaretskod den største affaldsfraktion. Selvom cigaretskod og tyggegummi udgør de største fraktioner antalsmæssigt, kan det let være andre fraktioner, der syner af mest og derfor udgør den største gene for brugeren af et givet område.

2014: Gennemsnitlig affaldsmængde pr. område i kommuneoptælling



Hold Danmark Rent, Kommuneortlægning 2014

Fordelingen af affaldsfraktioner på områdetyper har været relativt konstant igennem alle de år, kortlægningen har været foretaget. Desuden viser optællingerne, at antallet af affaldsstykker, der bliver opsamlet og optalt er nogenlunde konstant.

Kortlægningen har indikeret, at mange landsbyer generelt set ikke lider af nogen særlig affaldsbelastning. Det skyldes formentlig, at der er større ejerskabsfølelse for området fra de daglige brugere – der hermed passer bedre på både området og skraldet.

Hold Danmark Rent tager ny kortlægningsmetode i brug

I samarbejde med netværket Clean Europe Network arbejder Hold Danmark Rent nu på at udvikle fremtidens kortlægningsmetode. Den bygger på erfaringer fra de bedste kortlægningsmetoder, der er blevet anvendt rundt om i Europa. Den nye metode indebærer en bredere dataindsamling og bygger på både kvantitative og kvalitative data. Samtidig bliver den enkel at anvende i praksis. Resultatet bliver flere og mere detaljerede oplysninger end hidtil. Fordi metoden bliver indført som europæisk standard vil sammenligning byer og lande imellem blive muliggjort. Dermed bliver det også lettere at vurdere udviklingen over tid.

Del 1: omfatter en undersøgelse af lokalbefolkningens oplevelse af affaldsniveauet, og hvor det især virker generende.

Del 2: omfatter en brugerbaseret, kvalitativ monitorering af affaldsbelastningen. Ved hjælp af standardiserede fotografier vurderes affaldsbelastningen ud fra seks kategorier.

Del 3: omfatter en kvantitativ monitorering af den samlede affaldsmængde inden for en række geografisk afgrænsede områder på 100 x 100 meter. Affaldet optælles og kategoriseres efter affaldstyper.

Hold Danmark Rent tester i 2015 den nye kortlægningsmetode i to udvalgte kommuner. Alle Danmarks kommuner bliver opfordret til at deltage i kortlægningen ved hjælp af den nye metode fra 2016.

Kontakt: Hold Danmark Rent.

Affaldsmængder og emballageforbrug

Ifølge Miljøstyrelsens Affaldsstatistik 2012 producerede danskerne i 2005 godt 14 millioner tons affald. I 2012 var den samlede mængde faldet til 10,4 millioner tons affald.

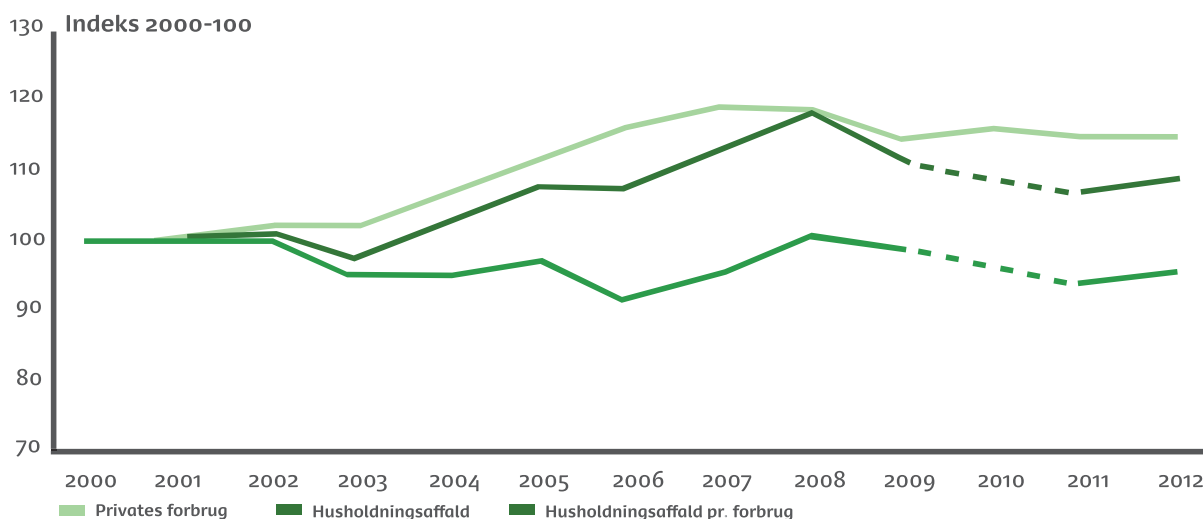
I 2005 stod husholdningerne for at producere 3,3 millioner tons affald. Mængden af husholdningsaffald er i 2012 uændret, dvs. også 3,3 millioner tons affald.

Op gennem 00'erne har emballageforbruget i Danmark været nogenlunde stabilt trods en relativ stor vækst i velstanden. Fra 2000 til 2007 steg det danske emballageforbrug med 2 procentpoint, mens den økonomiske udvikling steg med 19 procentpoint. Det tyder på, at varerne bliver emballeret mere og mere effektivt, hvilket igen hænger sammen med et skift i retning mod brugen af lettere materialer som papir, pap og plast frem for glas.

I forbindelse med finanskrisen i 2008-09 faldt det samlede emballageforbrug som følge af forbrugernes faldende varekøb. De seneste års opgørelser viser dog, at emballageforbruget igen er stigende. I 2012 var det samlede emballageforbrug i Danmark ca. 894.000 tons pr. år svarende til ca. 160 kg pr. dansker. Omkring halvdelen af den samlede emballagemængde ender i husholdningerne og den anden halvdel hos virksomhederne.

I 2012 blev der indsamlet 563.000 ton emballageaffald ud af den samlede emballageforsyning på 894.000 ton. Det giver en genanvendelsesprocent på 63 %. Og, i teorien, 37 % af den samlede mængde emballage, der ikke er indsamlet og genanvendt. Her stammer en stor del af det henkastede affald i Danmark fra.

Husholdningsaffald og privates forbrug (Indeks 2000=100)



Mængden af husholdningsaffald og privates forbrug samt husholdningsaffald beregnet pr. krones forbrug fra 2000 til 2012. 2000 = 100. For affaldsdata er der skiftet opgørelsesmetode efter 2009, hvorfra affaldsdata fra 2011 og frem ikke er direkte sammenlignelige med data fra 2000 til 2009. Privates forbrug er "Husholdningernes forbrug på dansk område" oplyst i 2005-priser. Kilde: Danmarks statistik, ISAG, ADS (data trukket 24. november 2014)

747 kg husholdningsaffald

pr. indbygger om året skaber danskernes forbrug. Det placerer Danmark blandt de lande i verden, der bruger flest ressourcer og genererer mest affald pr. indbygger.

Kilde: Strategi for affaldsforebyggelse, regeringen, april 2014

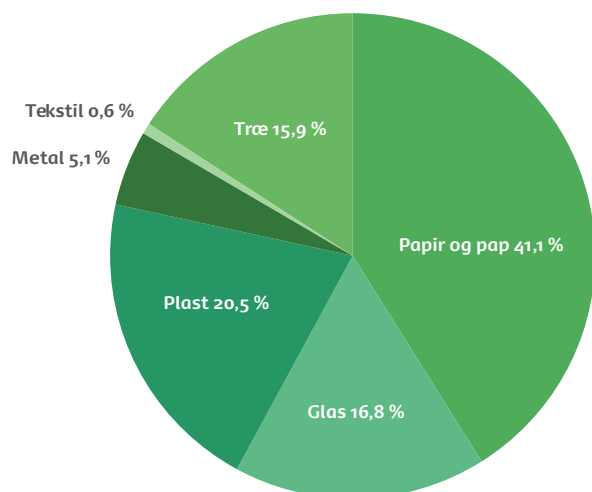
Udvikling i emballagemængder i Danmark

Materialer	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Papir og pap	4954	97	5165	28	5345	09	381	421	397	368
Glas	1521	32	119	1011	05	1017	2	115	1521	50
Plast	1541	74	1831	91	1921	65	1651	79	1881	84
Metal	42	39	40	42	35	34	34	36	43	45
Tekstil	444			45		55		66		5
Træ	1089	41	21	1061	08	88	36	50	96	142
I alt	955	940	9839	72	9799	02	694	8078	83	894
Indeks (2003 = 10)	1009	81	03	1021	03	94	73	85	92	94

Samlet forsyning af emballager i perioden 2002-2012 opgjort i 1.000 ton

Kilde: Statistik for emballageforsyning og indsamling af emballageaffald 2012 – Miljøministeriet

Fordeling af emballageforbruget i 2012



Kilde: Statistik for emballageforsyning og indsamling af emballageaffald 2012 – Miljøministeriet

Indsamlet emballageaffald, TON

Emballage materiale	2009 Genanvendt mængde	2011 Genanvendt mængde	2012 Genanvendt mængde
Glas	125.431	130.386	146.926
Plast	43.681	41.956	53.951
Papir og pap	356.652	253.375	281.492
Metal	26.101	25.167	23.533
Træ	31.087	28.487	57.599
Andet			
I alt	582.952	479.371	563.501

Kilde: Statistik for emballageforsyning og indsamling af emballageaffald 2012 – Miljøministeriet



A photograph of a dense forest with tall, thin trees. The ground is covered in green foliage and fallen branches. A large, white, stylized number '7' is overlaid on the right side of the image.

7

Inspiration

Søsterorganisationer

Håll Sverige Rent
www.hsr.se

Stiftet:

1983 af Naturvårdsverket og AB Svenske Returpack som en nonprofit privat fond.

Støttet af et antal partnere og statslige organisationer, som fx Naturvårdsverket, Havs- och vattenmyndigheten og Skolverket. Også støttet af en række private virksomheder.

Håll Sverige Rent er delvis partner med alle Svenske kommuner. 50 kommuner er "Håll Sverige Rent – kommun" og betaler et årligt 'member fee'.

Private kan ikke blive medlemmer i Håll Sverige Rent.

Formål:

At bekæmpe henkastet affald, øge genanvendelsen og gøre den enkelte samt organisationer/virksomheder/institutioner bevidste om deres miljømæssige ansvar. Organisationen arbejder yderligere med en lang række forskellige aktiviteter og kampagner, der er forebyggende og undervisende.

2 primære fokusområder. Et Sverige frit for Henkastet Affald (land + hav) samt Skole & Førskole (læring & uddannelse). Herunder kører en række projekter og programmer.

Finansiering:

Ca. 30 millioner SEK, 2015

Hovedfinansieringen i 2015 er forskellige statstilskud samt Swedish Postcode Lottery, EU-tilskud, kommunale midler samt bidrag fra private selskaber, herunder Returpack, FTI og Swedish Army.

Hold Norge Rent
www.holdnorerent.no

Stiftet:

I 2004 som en kampagne – og har været en uafhængig organisation/forening siden 2014. Hold Norge Rent er en medlemsorganisation, hvis medlemmer er offentlige og private virksomheder og organisationer. Vigtige partnere er Avfall Norge, Grønt Punkt Norge, Ragn-Sells, Skagerak Energi, Infinitum og Syklus.

Primær / vigtigste aktivitet:

'Strandryddedagen'. Resultater 2015 (på denne ene aktivitet):

- 19.773 frivillige involveret
- 855 arrangementer/aktiviteter på landsplan
- 244 ton affald samlet op fra strandene
- 608.838 meter kyst er ryddet.

Finansiering:

2 millioner NKR

Tilskud til både drift og projekter fra de offentlige myndigheder, sponsorer samt Norges Returselskaber.

Keep Britain Tidy
www.keepbritaintidy.org

Stiftet:

1954. Har i en periode heddet ENCAMS, men gik tilbage til deres oprindelige navn 'Keep Britain Tidy' i 2009.

Privat, velgørende organisation.

Formål:

Organisationen kæmper for renhold på gaderne. Siden 2008 er organisationen dog blevet udvidet betydeligt. I dag organiserer den en lang række miljøorienterede programmer og -kampagner, der omfatter områder som parker, strande og skoler. Organisationen arbejder også forebyggende med undervisning og uddannelse.

Finansiering/budget:

Ikke oplyst ved redaktionens afslutning.

KAB (Keep America Beautiful)
www.kab.org

Stiftet:

1953. Nonprofit organisation.

KAB har 600 statslige og lokale afdelinger, der er individuelt/lokalt finansieret og styret. Det nationale kontor tilbyder uddannelse, programmer og ressourcer samt hjælper staterne/de lokale afdelinger med implementering i deres årlige aktivitetsplan. Samarbejder med mange andre non-profit organisationer og er landets førende organisation af sin type (frivilligt baseret, nonprofit).

Formål:

Engagerer og uddanner millioner af frivillige i (utallige) programmer, kampagner og aktiviteter. Hovedformålet er at engagere borgerne til at tage ansvar for og forbedre nærmiljøet. Siden 2007 er KAB også tilknyttet forebyggende aktiviteter som oplysning og undervisning.

Finansiering/budget:

Årligt ca. 8 millioner USD i det nationale kontor. Hertil kommer de lokale afdelinger, der har selvstændig økonomi og fundraising. Er udelukkende finansieret af private virksomheder samt via en lille gruppe af privatpersoner, der også bidrager økonomisk.

Keep Australia Beautiful (KAB)
www.kab.org.au

Stiftet:

1968 som en affaldskampagne i Victoria. Formaliseret i 1972 som en national forening, der består af en national organisation med decentral struktur, der består af et uafhængigt forbund af netværk i hver stat/territorium (7 stater).

Formål:

Forebygger og bekæmper henkastet affald og arbejder for et bæredygtigt Australien.

Mere viden om affald

Hold Danmark Rent

www.holddanmarkrent.dk

Hold Danmark Rent er en selvstændig organisation, som arbejder for at mindske problemet med henkastet affald.

DAKOFA

www.dakofa.dk

Dakofa er en medlemsorganisation for myndigheder og private organisationer inden for affaldsområdet.

Miljøstyrelsen

www.mst.dk/borger/affald

Miljøstyrelsens affaldsside med information til borgere om affald.

Undervisningsmateriale

www.affald.dk

Lær om affald, genbrug og miljø. Undervisningsmateriale for alle klassetrin.

Om affaldssortering og genbrug

www.genbrugsstationerne.dk

Oversigt over landets genbrugsstationer.

Om pantsystemet og genanvendelse

www.dansk-retursystem.dk

Her findes også børneuniverset "Dåserydderen".

Europæiske organisationer

Clean Europe Network

Clean Europe Network er en paneuropæisk platform, hvor organisationer, der arbejder inden for forebyggelse af affald kan udveksle erfaringer, ekspertise og forskning med henblik på at forbedre affaldsforebyggelse i hele Europa. Netværkets arbejde består i at udvikle fælles indsatser og fælles metoder på områder, hvor der er merværdi i en samlet europæisk tilgang. Netværket arbejder yderligere for at sætte fælles politiske temaer på den europæiske dagsorden.

Se mere her: <http://www.cleaneuropenetwork.eu/en/>

European Litter Prevention Association

European Litter Prevention Association er en undergruppe i Clean Europe Network, som består af de nætværksmedlemmer, der, som Hold Danmark Rent, søger at fremme indsatser til forebyggelse af henkastet affald.

Let's Clean Up Europe

Som led i Hold Danmark Rents medlemsskab af Clean Europe Network, er vi medarrangører af den europæiske kampagne "Let's Clean Up Europe". Kampagnen løber af stabelen i maj måned, hvor Hold Danmark Rent, sammen med en række andre europæiske lande, vil sætte affaldsforebyggelse på dagsordenen.

Se mere her: <http://www.letscleanupeurope.eu>

HOLD
DANMARK
RENT

