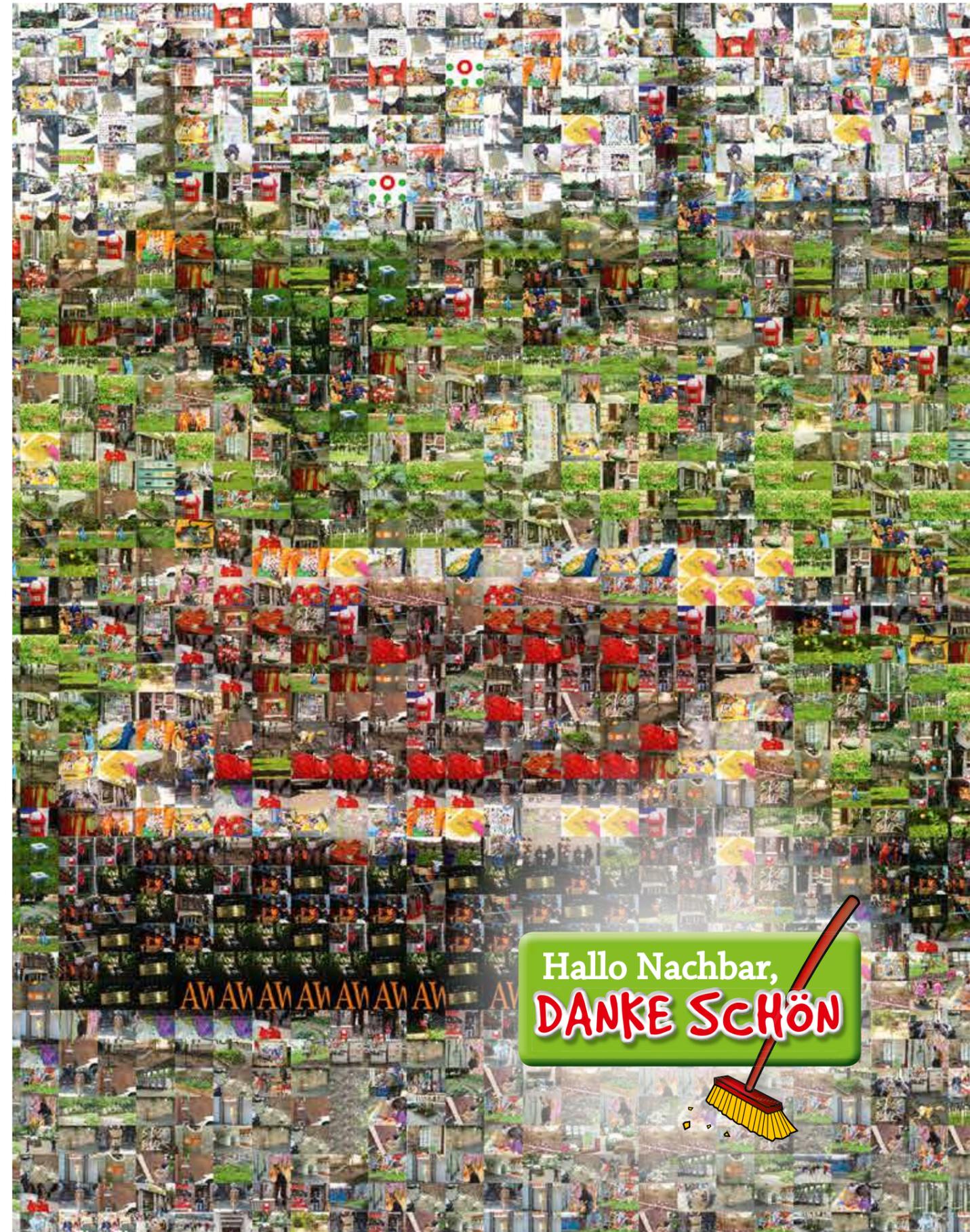
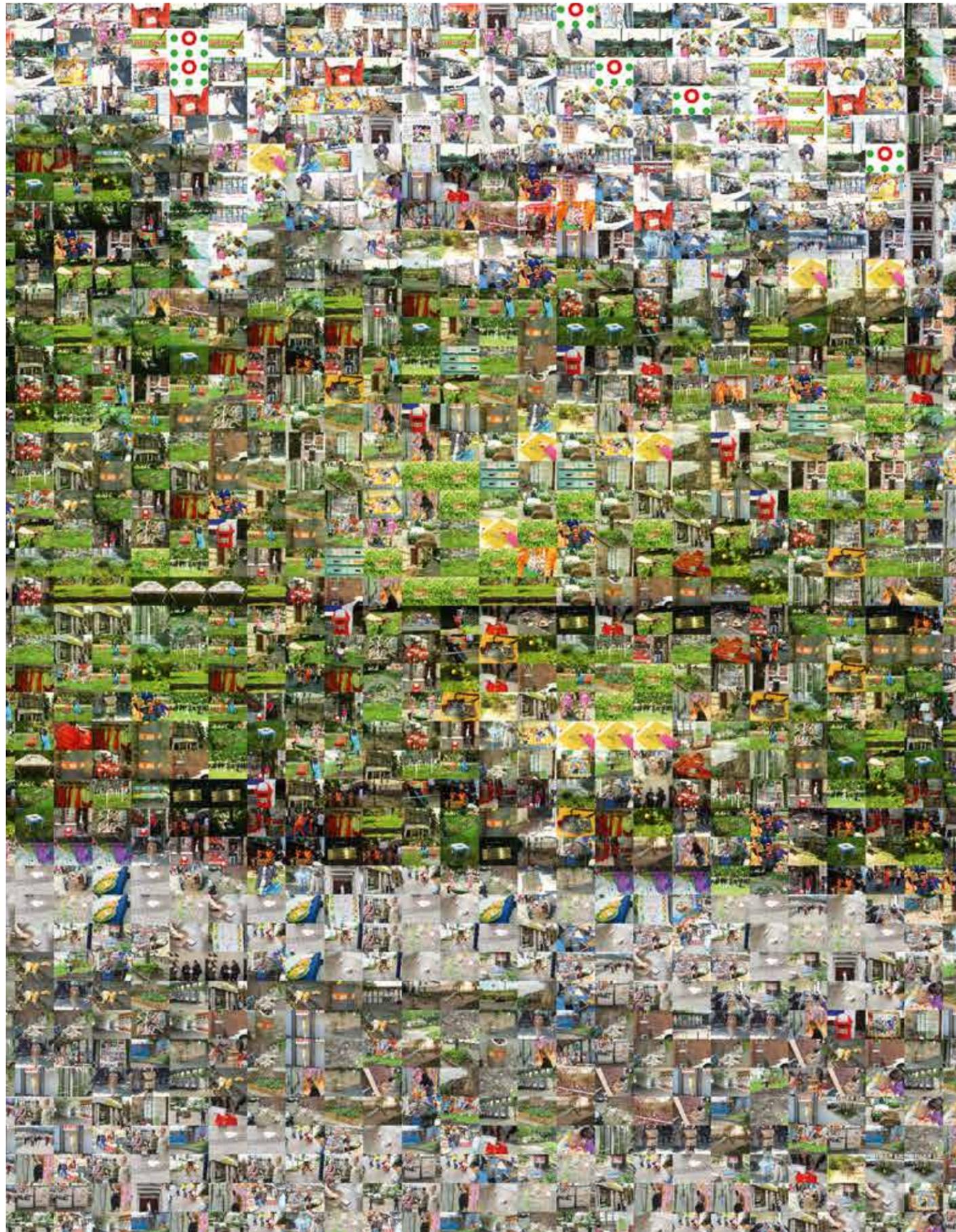


Projektbericht „Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN“



**Förderung des
Bürgerengagements
für mehr Sauberkeit,
Lebensqualität und
Wirtschaftskraft im
Umfeld des Marktplatzes
und Bürgerparks
Berliner Straße**

**„Hallo Nachbar,
DANKE SCHÖN“**

**Bericht über ein Pilotprojekt
in Köln-Mülheim 2009 – 2014**



Projektleitung: Umwelt- und Ver-
braucherschutzamt der Stadt Köln,
Gefördert mit Mitteln des
Programms „Soziale Stadt NRW“

Inhalt

Einleitung	9
Projektziele und -ansatz	10
Projektziele	10
Projektansatz und Thesen	10
Arbeitsfelder und Methoden	12
Projektgebiet, -leitung und -beteiligte	18
Räumliche Lage	18
Sozio-ökonomische Strukturen	18
Leitung, Laufzeit und Finanzierung	20
Projektbeteiligte	22
Maßnahmen 2009 – 2014	26
Kontinuierliche, zielgruppenorientierte Öffentlichkeitsarbeit	28
Umweltpädagogische Maßnahmen	30
Hilfs- und Verbesserungsangebote	32
Maßnahmen im Rahmen von MÜLHEIM 2020	34
Projektbegleitende Maßnahmen	34
Evaluation	38
Rahmenbedingungen, Ziele und Instrumente der Evaluation	38
Instrumente der Evaluation	38
Ergebnisse der Evaluation	42
Zielerreichung	42
Nutzung der Bürgerkontaktstelle „Berliner 67“	54
Resonanz und Akzeptanz	62
Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	68
Literaturverzeichnis	74
Anlagen digital	76
Projektdokumente	76
Evaluationsdokumente	76
Impressum	77



Abkürzungsverzeichnis

AWB	Abfallwirtschafts- betriebe Köln GmbH
BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung
d	Tag(e)
E	Einwohner
GAG	Gemeinnützige Wohnungsbaugesell- schaft Immobilien AG
h	Stunde(n)
INFA-ISFM	Institut für Abfall, Abwasser und Site und Facility Manage- ment e. V. (Evaluation)
INFA-DSQS	INFA-Data-Services zur Qualitätssiche- rung in der Straßen- reinigung (Software zur Sauberkeits- messung)
MütZe	Sozial- und Kultur- Zentrum Bürgerhaus „MütZe“ (Träger ist der „Mülheimer Selbsthilfe Teestube e. V.“)
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
PDA	Personal Digital Assistant

Einleitung

Die Verschmutzung des öffentlichen Raums nimmt stetig zu. Dies gilt insbesondere für den urbanen Bereich. Die Ursachen sind vielfältig und komplex und liegen vor allem in strukturellen sozio-ökonomischen sowie normativen Veränderungen begründet.¹

Die für die Stadtreinigung verantwortlichen Organisationen reagieren darauf mit einer Erhöhung der Reinigungsintensität. Öffentlichkeitsarbeit, Prävention (Abfallpädagogik) und Repression (Bußgelder) ergänzen diese Bemühungen.²

Sauberkeit in Stadtquartieren ist eng verbunden mit sozialer Kontrolle und der Verbundenheit mit dem Wohnviertel. Nur ein Mensch, der sich in seinem Quartier wohlfühlt und den öffentlichen Raum als Wert erkennt, ist bereit, sich zu engagieren³. Während in bürgerlichen Wohnvierteln eine sichtbare Bereitschaft zur freiwilligen Pflege des Umfeldes besteht, weisen Quartiere mit einer vorwiegend sozial benachteiligten Bewohnerschaft häufig ein hohes Maß an Vandalismus, Verwahrlosung und ein überdurchschnittliches Müllaufkommen auf⁴. Ein höherer Reinigungseinsatz durch die Stadt(betriebe) kann diesen Mangel an bürgerschaftlichem Engagement nicht kompensieren. Im Gegenteil: Mittelfristig wird damit einer Wegwerfmentalität Vorschub geleistet. Die Suche nach einer Lösung des Problems erweist sich hier also für die öffentliche Hand als besondere Herausforderung.

Vor diesem Hintergrund initiierte die Stadt Köln im Jahr 2009 das Pilotvorhaben „Förderung des Bürgerengagements für mehr Sauberkeit und Wirtschaftskraft im Umfeld des Marktplatzes und Bürgerparks Berliner Straße“ in Köln-Mülheim⁵. Ziel des Projekts war, bei der Anwohnerschaft ein Bewusstsein für ihre Eigenverantwortung bei der Pflege ihres Lebensumfeldes zu schaffen. Die Federführung des Projekts oblag dem Umwelt- und Verbraucherschutzamt der Stadt Köln.



1 vgl. BMBF, 2008
2 vgl. z. B. Zusammenstellungen bei BStMUGV, 2005
3 vgl. Maier / Michelsen, 2003
4 vgl. Baum, 2006
5 Nachfolgend wird das Projekt „Hallo Nachbar“ abgekürzt; angelehnt an den Slogan „Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN“, welcher die Sauberkeitsinitiative fünf Jahre begleitet hat.

Projektziele und -ansatz

Projektziele

Ziel des Projekts war, das bis dato von einem überdurchschnittlichen Müllaufkommen und Verwahrlosung gekennzeichnete Wohngebiet in Mülheim-Nord erkennbar sauberer und gepflegter zu gestalten.

Der Weg hierzu sollte nicht über eine stetige Erhöhung der Reinigungsleistung der öffentlichen Hand führen, sondern vielmehr über eine erhöhte Bereitschaft der Bewohner/innen, ihr Lebensumfeld eigenständig mitzugestalten. Um dies zu erreichen, galt es vor allem vorhandene Einstellungen zu verändern. Es gab also nicht das eine „große Ziel“. Vielmehr sollte eine Reihe von „Etappenzielen“ erreicht werden, die in einem kausalen Zusammenhang gesehen wurden:

- Verbesserung von Einstellungen und Verhaltensweisen gegenüber dem eigenen Lebensraum,
- Förderung von Bürgerengagement und
- eine nachhaltige Reduzierung des Müllaufkommens im Projektgebiet.

Projektansatz und Thesen

Das Projekt setzte dem bisher verfolgten Versorgungsprinzip (top-down-approach) – also den einseitig erbrachten Reinigungsleistungen durch die städtischen Stellen – die aktive Teilnahme der Bürgerschaft an der Verbesserung ihres Lebensumfeldes entgegen (bottom-up-approach). Zugleich wurde berücksichtigt, dass die Verschmutzung des öffentlichen Raumes kein isoliertes Phänomen, sondern Teil eines tiefergehenden sozio-kulturellen und ökonomischen Strukturwandels ist. Daraus resultierte ein integrierter, interdisziplinärer Handlungsansatz, der sich in der Methodik ebenso niederschlug wie in der Einbindung ortsansässiger Einrichtungen in die Projektarbeit und einer engen Zusammenarbeit unterschiedlicher Dienststellen der Stadtverwaltung.

Als Richtschnur für die Ausgestaltung der Maßnahmen wurden diesem Ansatz folgende Arbeitsthesen zugrunde gelegt:

- Die Bereitschaft zu Engagement und Eigenverantwortung ist dort am ausgeprägtesten, wo der Bezug zur eigenen Lebensrealität am stärksten ist, nämlich im eigenen Stadtquartier⁶.
- Die Beteiligung der Anwohner/innen an der Pflege ihres Lebensumfeldes und ihre Identifikation mit diesem stehen in einem positiven wechselseitigen Verhältnis zueinander: Eine Beteiligung der Anwohner/innen weckt Identifikation mit dem und Verantwortungsbewusstsein für das Lebensumfeld; umgekehrt gilt: Je größer die Identifikation, desto ausgeprägter die Bereitschaft zum Engagement.
- Ob und wie man sein Umfeld pflegt, ist eine Frage von gesellschaftlicher Integration, Teilhabe und Chancengleichheit.
- Viele Müllverursacher wissen es nicht besser. Deshalb müssen die Informationen sowohl die Sprache der Menschen sprechen, für die sie bestimmt sind, als auch in deren vertrauter Umgebung eintreffen. Nur dann besteht Aussicht darauf, dass diese Informationen aufgenommen werden und in der Folge zu einer Änderung der Einstellung und des Verhaltens führen.
- Die Mehrheit der Anwohner/innen wünscht sich ein sauberes, gepflegtes und sicheres Wohnumfeld. Es gilt daher diese (sich subjektiv als Minderheit wahrnehmende) „schweigende Mehrheit“⁷ zu mobilisieren.
- Müll⁸ ist mehr als ein Umwelt- und Hygieneproblem. Er ist Indikator der jeweiligen sozio-kulturellen und ökonomischen Befindlichkeiten.

⁶ vgl. auch Hannover, 2006

⁷ Noelle-Neumann, 1980

⁸ Der umgangssprachliche Begriff Müll (eigentlich Abfall) wird in diesem Bericht für Streumüll (also weggeworfene Abfälle) und „wilden Müll“ (also illegal abgestellten Sperrmüll) benutzt.



Arbeitsfelder und Methoden

In dem Bemühen, Bewusstsein zu verändern und bürgerschaftliches Engagement zu fördern, konzentrierte sich das Projekt auf drei methodische Arbeitsbereiche:

- Kontinuierliche, zielgruppengenaue Öffentlichkeitsarbeit
- Nachhaltige umweltpädagogische Maßnahmen
- Konkrete Hilfs- und Verbesserungsangebote

Zielgruppe war die gesamte Bewohnerschaft im definierten Projektgebiet. Dabei standen zwei Fokusgruppen im Mittelpunkt der Bemühungen: die türkischstämmigen Mülheimer/innen sowie Kinder und Jugendliche.

Vor dem Hintergrund der antizipierten Defizite im sozialen Miteinander, namentlich den unzulänglichen Kommunikationsstrukturen des Quartiers, des „Veedels“, wie es in Köln genannt wird, erhielt das Projekt den Slogan „Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN“. Damit wurde der Bedeutung von nachbarschaftlichen Beziehungen für die Lebensqualität eines Veedels Rechnung getragen. Slogan plus Logo bildeten das Corporate Design des Projektes.



Nachfolgend werden die wichtigsten Elemente dieser drei methodischen Arbeitsbereiche vorgestellt.



Kontinuierliche, zielgruppengenaue Öffentlichkeitsarbeit

Eine Prämisse des Projekts lautete, die Menschen im Projektgebiet seien unzureichend über das Thema Müll informiert. Dies liege nicht an einem Mangel an Informationen, sondern an der Wahl ungeeigneter Kommunikationsformen und Medien. Der Schlüssel zu einem Bewusstseinswandel wurde deshalb in einer Öffentlichkeitsarbeit gesehen, die die Befindlichkeiten der Menschen berücksichtigt, ihre Sprache spricht und niederschwellig angeboten werden sollte, d. h. dort, wo sich die Bewohner/innen im Alltag bewegen.

Nahezu 50% der Menschen im Projektgebiet haben einen Migrationshintergrund. Diese Bevölkerungsgruppe verfügt zumeist über wenige oder gar keine Informationen über Abfallvermeidung und -verwertung. Die Ursachen hierfür liegen auch in einer mangelhaften Integration in das gesellschaftspolitische Leben der Stadt und „ihres“ Veedels sowie einem durchschnittlich niedrigeren Bildungsstatus. Diese Zielgruppe könne – so die Annahme – am wirkungsvollsten über ihre eigenen Netzwerke erreicht werden.

Folgende Mittel der Öffentlichkeitsarbeit sollten eine zielgenaue Ansprache ermöglichen:

- persönliche Ansprache statt Flyer,
- Kunst und Kultur als Mittel der Kommunikation,
- Platzierung von Botschaften im Alltagsleben der Zielgruppe (Einkauf, Feste etc.),
- Kommunikation über Multiplikatoren und Meinungsführer/innen aus den im Projektgebiet ansässigen Einrichtungen, Gruppierungen und Netzwerken (1. Fokusgruppe: türkischstämmige Mülheimer/innen).
- Schaffung verlässlicher Dialogstrukturen zwischen Bürgerschaft und Stadtverwaltung; Einrichtung eines Bürgerforums, welches Raum bietet, Missstände zu benennen und gemeinsam mit den Behörden Lösungen zu finden.

Eine aktive Mitarbeit der Bewohner/innen an der Umsetzung der Beschlüsse war vorrangiges Ziel. Dabei kam auch den örtlichen Wirtschaftsakteuren, also Geschäftsinhaber/innen/n, Filialleiter/innen/n, Hausbesitzer/innen/n eine bedeutende Rolle zu.



Nachhaltige umwelpädagogische Maßnahmen

Eine speziell für Kinder konzipierte Aufklärungs- und Motivationskampagne schied aus zwei Gründen erfolgversprechend: Zum einen haben Kinder eine natürliche Motivation, Neues zu erlernen. Zum anderen kommt ihnen eine Art Brückenkopffunktion zu, indem sie das Thema in ihre Familien tragen. Nicht zuletzt ging es darum, Raum, der bereits der Vermüllung zum Opfer gefallen ist, für die Kinder als Spiel- und Aufenthaltsorte zurückzugewinnen. Partner waren ortsansässige Bildungs- und Betreuungseinrichtungen. Ein Kernanliegen im Sinne der Nachhaltigkeit war, die Projektthemen „Sauberhalten des öffentlichen Raumes“, „Übernahme von Verantwortung für den eigenen Lebensraum“ und „Abfallarmes Konsumverhalten“ im Alltag der Schulen und Kitas zu etablieren (2. Fokusgruppe: Kinder und Jugendliche).

Konkrete Hilfs- und Verbesserungsangebote

Zum Aufbau von Vertrauen und Motivation in der Bürgerschaft wurde dem Bemühen um sicht- und erlebbare Verbesserungen im Wohnquartier große Bedeutung zugemessen. Neben einer erkennbaren Reduzierung von Vermüllung und Vandalismus sollte eine qualitative Aufwertung erfolgen, d. h. mehr gepflegte Objekte und Orte im öffentlichen Raum, an denen die Anwohner/innen sich wieder gerne aufhalten. Hintergrund für die Ansätze sind auch die Erfahrungen, dass Littering⁹ weitere Litterer anzieht, Vandalismus weitere Verwahrlosung (sog. Broken-Window-Theorie) zur Folge hat und gepflegte, von den Menschen frequentierte Bereiche weniger schnell verschmutzen (soziale Kontrolle)¹⁰. Auch gibt es eine enge Verknüpfung zwischen der Verschmutzung im öffentlichen Raum und dem Sicherheitsempfinden (Angsträume)¹¹.



⁹ Fachbezeichnung für das Wegwerfen von Müll in den öffentlichen Raum. Der Litterer ist der entsprechende Verursacher.

¹⁰ vgl. Hansmann, 2004 – 2007, Schubert, 2005

¹¹ vgl. z. B. Home Office, 2001 oder Schwind et al., 2001



Kartografie einer Straße
Eine Aktion für mehr Sauberkeit von
Hallo Nachbar, Danke Schön



Projektgebiet, -leitung und -beteiligte

Räumliche Lage

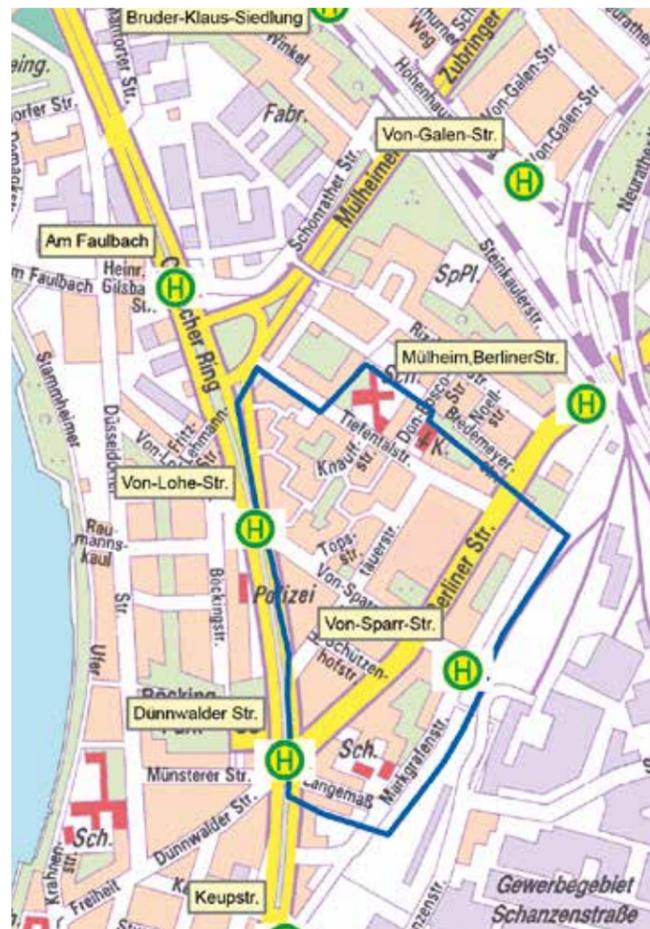
Das Projektgebiet liegt im Stadtbezirk Mülheim und im gleichnamigen Stadtteil Mülheim. Der Projektraum liegt zwischen B51 (Clevischer Ring) und U-Bahntrasse rund um die Berliner Straße und den Marktplatz.

Das Wohnquartier beiderseits der Berliner Straße ist geprägt durch gründerzeitliche Blockstrukturen, eine entsprechend hohe Bevölkerungsdichte und eine relativ unattraktive Lage in Nachbarschaft zu Industrie- und Gewerbegebieten. Zur Kompensation der hohen baulichen Verdichtung wurden in den letzten Jahrzehnten auf Brachflächen bzw. in Baulücken neben der Berliner Straße ein kleiner Bürgerpark sowie ein größerer Marktplatz angelegt. Wegen der begrenzenden Grundstücksmauern sowie der Lage abseits des Verkehrsstroms der Berliner Straße ist die öffentliche Kontrolle dieser Flächen trotz benachbarter Sozialeinrichtungen schwierig. Die Folgen sind ein hoher Verschmutzungsgrad, starke Abnutzungen und mutwillige Beschädigungen, die durch unangemessene Nutzungen wie Autoreparaturen oder Drogenkonsum in den Abendstunden noch verstärkt werden.

Sozio-ökonomische Strukturen

Die Schließung vieler Industriebetriebe führte im Stadtteil Mülheim seit Mitte der 1980er-Jahre zu einer überdurchschnittlich hohen Arbeitslosigkeit. Bedingt durch diesen Strukturwandel sind Bedürftigkeit und Armut im Projektgebiet stark ausgeprägt. Ein weiteres Kennzeichen ist der überdurchschnittliche Migranten-Anteil. Der Projektraum ist EFRE¹²-Ziel-2-Gebiet und ist Teil des Strukturförderprogramms MÜLHEIM 2020.

Zu Projektbeginn verzeichnete der Stadtteil Mülheim ca. 41.000 Einwohner / innen. Davon hatten ca. 19.000 einen Migrationshintergrund (46,5%); ca. 6.900 Einwohner / innen hatten türkische Wurzeln und ca. 5.650 sind türkische Staatsbürger / innen¹³. Betrachtet man die zwölf Stadtteile von Köln mit den höchsten Anteilen an Einwohnern mit Migrationshintergrund, so liegt Mülheim an zehnter Stelle.



Name	Stadtteil	Bevölkerungsstruktur-Indikatoren				Armutsindikatoren		
		„% E. mit M.-Hintergrund“	„% E. mit türk. M.-Hintergrund“	% Ausländer	% Türken	„% Hilfsbedürftige“	SGB II Quote	„Arbeitslosenquote“
Seeberg	12.986	74,0	19,4	36,9	15,4	32,5	39,0	19,3
Volkhoven / Weiler	5.894	61,4	16,6	19,1	11,6	9,5	10,2	6,3
Chorweiler	11.303	61,1	22,9	30,1	18,1	20,6	25,8	15,0
Blumenberg	21.192	54,9	17,7	37,0	14,5	23,7	28,1	19,3
Humboldt / Gremberg	6.016	53,7	15,4	19,8	11,9	16,4	18,4	9,3
Kalk	10.720	53,1	15,4	27,9	11,8	26,1	31,8	19,2
Vingst	11.558	52,8	20,8	29,3	16,2	25,6	31,4	20,0
Ostheim	14.835	50,4	14,7	30,3	11,6	21,3	26,0	17,8
Neubrück	8.573	48,3	9,3	20,1	6,9	19,7	27,0	15,5
Mülheim	41.021	46,5	16,8	30,0	13,8	20,5	24,8	17,2
Buchforst	7.273	46,5	15,4	26,0	12,1	23,0	28,2	18,6
Buchheim	12.411	45,5	16,0	25,0	12,7	21,2	25,8	18,1
Median der 12		53,0	16,3	28,6	12,4	21,2	26,5	18,0
Ø Köln		31,4	7,7	16,9	6,0	11,5	14,3	10,3

Auffällig im Vergleich zum Median der ausgewählten zwölf Stadtteile ist, dass Mülheim einen vergleichsweise hohen Anteil an türkischen und türkisch-stämmigen Einwohnern hat. Die Armutsindikatoren liegen unterhalb des Medians¹⁴, die Umzugshäufigkeit in Mülheim ist dagegen wiederum vergleichsweise hoch im Vergleich zu den anderen zwölf betrachteten Stadtteilen.

Für das Projektgebiet wurden vom Amt für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Köln im Dezember 2008 folgende spezifische Strukturdaten ermittelt:

5.234 Einwohner / innen

- > davon 2.963 mit Migrationshintergrund (56,6 %)
 - davon 1.290 mit türkischem Migrationshintergrund (24,6 %)
- > davon 2.115 Ausländer / innen (40,4 %)
 - davon 1.096 Türk / inn / en (20,9 %)

¹² Abkürzung für „Europäischer Strukturfonds für regionale Entwicklung“

¹³ Statistische Angaben entnommen aus Köln, 2010.

¹⁴ Der Median ist der mittlere Wert einer Anzahl an Werten, wenn diese der Größe nach sortiert worden sind.

Bei dem ausgewählten Gebiet handelt es sich damit um einen Siedlungsschwerpunkt der türkischstämmigen Bevölkerung innerhalb von Köln-Mülheim. Die benachbarte Keupstraße¹⁵ ist als solcher über die Grenzen Kölns bekannt. Unter soziologischen Aspekten weist das Gebiet das in der Fachliteratur¹⁶ beschriebene Phänomen der Segregation auf.

Mit der Folge sich auflösender Beziehungs- und Kommunikationsstrukturen, Rückzug der Bewohnerschaft in die Isolation oder „bestenfalls“ in die Kreise der eigenen Community. Es entstehen sogenannte „Parallelgesellschaften“. Hieran anknüpfend erhielt das Projekt den Slogan „Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN“, um die Bedeutung nachbarschaftlicher Beziehungen und Kommunikationsstrukturen über die kulturellen und sozialen Grenzen hinweg zu unterstreichen.

Leitung, Laufzeit und Finanzierung

Das Projekt und sein methodischer Ansatz wurden im Umwelt- und Verbraucherschutzamt der Stadt Köln entwickelt, dem auch die Gesamtleitung der Durchführung oblag.

Dem Projekt liegt ein Förderantrag an das Land NRW zugrunde. Als innovatives Pilotvorhaben wurde es mit Mitteln des Programms „Soziale Stadt NRW“ gefördert.

Die Laufzeit des Projektes war zunächst von 2009 bis 2011 auf zwei Jahre begrenzt. Aufgrund der Besonderheiten des Pilotprojektes (vor allem wegen des angestrebten und auf Langfristigkeit angelegten Bewusstseinswandels) wurde 2011 ein Antrag auf Verlängerung an die Bezirksregierung Köln gestellt und bewilligt. Damit wurde das Projekt auf volle fünf Jahre bis zum 30. September 2014 verlängert.

Eine Besonderheit ist die Verbindung mit dem Strukturförderprogramm MÜLHEIM 2020¹⁷. Dieses umfasst drei Handlungsfelder: Lokale Ökonomie, Bildung und Städtebau. Das abgestimmte Zusammenspiel unterschiedlicher Projekte und Maßnahmen war Leitmotiv des Programms. Da lag es nahe, das Projekt „Hallo Nachbar“ inhaltlich¹⁸ in das „Integrierte Handlungskonzept MÜLHEIM 2020“ einzubinden, zieht sich doch das Müllproblem als horizontales Thema wie ein roter Faden durch jedes strukturschwache Gebiet. MÜLHEIM 2020 wird vom Amt für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Köln koordiniert.



Nach der Zustimmung des Ausschusses für Umwelt und Grün des Kölner Stadtrats am 12. März 2009 startete das Projekt am 2. September 2009 mit einer Auftaktveranstaltung auf dem Marktplatz an der Berliner Straße. Ein Nachbarschaftsfest am gleichen Ort bildete am 14. Juni 2014 den Abschluss.



¹⁵ Die Keupstraße selbst gehörte wegen ihrer strukturellen Besonderheiten nicht zum Projektgebiet.

¹⁶ vgl. z. B. Häußermann/Siebel, 2004

¹⁷ <http://www.stadt-koeln.de/politik-und-verwaltung/stadtentwicklung/muelheim-2020>

¹⁸ Die Finanzierung des Projekts „Hallo Nachbar“ durch Fördermittel erfolgte wie o. a. durch ein von MÜLHEIM 2020 unabhängiges Verfahren.



Projektbeteiligte

Dem zugrunde gelegten bottom-up-approach entsprechend wurde das Projekt durch eine Vielzahl an Akteuren aus dem Quartier getragen. Das Bestreben war, im Projektteam einen breiten Querschnitt der Bevölkerung und den vor Ort ansässigen Einrichtungen und Gruppierungen zu repräsentieren. Dies gelang im Laufe der Jahre zunehmend. So stieg die Zahl der aktiv am Projekt Beteiligten von anfangs 20 auf zuletzt 40 Personen. Hierbei handelte es sich zumeist um Multiplikatoren, also Vertreter / innen der örtlichen Interessensgruppen und Institutionen, wie z. B.:

- > die Sozialraumkoordinatorin für das Gebiet Mülheim-Nord
- > Vertreter / innen der lokalen Geschäftswelt und Hausbesitzer
- > Leiter / innen von Kitas / Familienzentren und Schulen
- > Mitglieder des örtlichen Nachbarschaftsvereins
- > Sozial- und Kultureinrichtungen
- > Mitarbeiter / innen der Polizei Köln Mülheim Nord
- > Mitarbeiter / innen der Wohnungsbau-Gesellschaft GAG Immobilien AG
- > lokale Medienvertreter / innen
- > Vertreter / innen von Migrantenorganisationen

In speziell für die Gruppe konzipierten Multiplikatoren-Seminaren wurden Fachwissen, Gruppendynamik und letztlich die Identifikation der örtlichen Meinungsführer / innen mit den Anliegen des Projektes gestärkt.

Eine wesentliche Säule der Projektarbeit war die enge Kooperation mit den Abfallwirtschaftsbetrieben Köln (AWB GmbH), denen alle Belange der operativen Abfallentsorgung obliegen. Die AWB begleitete das Projekt sowohl administrativ (Projektsteuerungsgruppe) als auch mit logistischen Mitteln.

Der horizontale Charakter des Projekts und sein integrativer Ansatz forderte eine interdisziplinäre Zusammenarbeit innerhalb der Stadtverwaltung ein. Diese bestand insbesondere mit dem Amt für Stadtentwicklung und Statistik sowie dem Bürgeramt Mülheim. Des Weiteren arbeitete das federführende Umwelt- und Verbraucherschutzamt mit folgenden Dienststellen der Stadtverwaltung zusammen:

- > Grünflächenamt
- > Straßen- und Verkehrsamt
- > Kinder- und Jugendamt
- > Schulentwicklungsamt
- > Gesundheitsamt
- > Amt für Wohnungswesen
- > Marktamt

Zur Festlegung der Ziele und Leitlinien, Korrekturen von Fehlentwicklungen sowie ggfs. der Lösung aufkommender Probleme konstituierte sich zudem eine Steuerungsgruppe, die aus folgenden Teilnehmer / innen bestand:

- > Projektleitung (Umwelt- und Verbraucherschutzamt)
- > Projektverantwortlicher der Abfallwirtschaftsbetriebe Köln (AWB GmbH)
- > Sozialraumkoordinatorin für Mülheim-Nord
- > Vertreterin des Stadtentwicklungsamtes (MÜLHEIM 2020)
- > Vertreter der Unternehmerschaft, Hausbesitzer und Migranten im Projektgebiet
- > Leiter des Bürgeramtes Köln-Mülheim
- > Vertreter des mit der Projektevaluation beauftragten Instituts





Maßnahmen 2009 – 2014

Über fünf Jahre traf sich das Projektteam regelmäßig um geeignete Maßnahmen zu entwerfen, Probleme zu diskutieren und Lösungen zu finden. Immer wieder entstanden lebhaft Diskussionen über den Müll, das Quartier und seine Bewohnerschaft, die den Querschnittscharakter des Themas deutlich machten. So entstanden im „Hallo Nachbar“-Projektteam viele neue Kooperationspartnerschaften. Ein Mehrwert, der auch auf anderen Tätigkeitsfeldern Fortschritte und Lösungen brachte.

Rund 150 verschiedene Maßnahmen wurden im Laufe der fünf Jahre entwickelt und durchgeführt. Der weit überwiegende Anteil der Aktionen entstand im Rahmen der Projektteamtreffen bzw. basierte auf Vorschlägen von Teilnehmer/innen.

Unterstützt wurde die Arbeit des Projektteams von Fachleuten aus den Bereichen Public Relations (PR-Agentur), Umweltpädagogik, Gartenbau, Kunst und Film sowie den genannten städtischen Ämtern.

Konzeption und Ausführung der Maßnahmen erfolgte entlang der drei methodischen Arbeitsbereiche:

- > Öffentlichkeitsarbeit
- > Umweltpädagogik
- > Hilfs- und Verbesserungsangebote

Entsprechend ihrer natürlichen Schnittmenge lassen sich viele der durchgeführten Maßnahmen mehreren Arbeitsbereichen zuordnen, so z. B. wenn Kindergartenkinder mit aus Müll gebauten Instrumenten auf dem Wochenmarkt einen Demonstrationszug gegen die Vermüllung veranstalten.

Wegen der Vielzahl der Maßnahmen werden nachfolgend nur einige Maßnahmen beispielhaft für die einzelnen methodischen Arbeitsbereiche genannt¹⁹.



Kontinuierliche, zielgruppenorientierte Öffentlichkeitsarbeit

Unter fachlicher Leitung der beauftragten PR-Agentur wurde zu Beginn des Projekts mit dem Slogan „Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN“ und dem dazugehörigen Logo eine Corporate Identity der Sauberkeitsinitiative²⁰ erarbeitet. Diese fand sich entsprechend auf allen im Laufe des Projekts hergestellten Druckwerken wieder (Banner, Schilder, Plakate, Aufkleber etc.).

Ebenfalls zu Anfang nahmen zwei Ansprechpartnerinnen ihre Arbeit auf, deren Auswahl auf folgenden Kriterien basierte: weiblich (= kommunikativ), ortsansässig (= vertraut), deutsch-türkisches Tandem (= kongruent mit ethnischer Sozialstruktur). Die persönliche Ansprache stellte das Herzstück der Öffentlichkeitsarbeit dar. Die Ansprechpartnerinnen waren mit unterschiedlichen Aktivitäten nahezu täglich im Projektgebiet präsent:

- Sechs Monate lang jeden Freitag am eigens für das Projekt konzipierten Teestand auf dem Wochenmarkt; Die Einladung zum Tee wurde dabei als Medium für das Gespräch über Wohnumfeld und Müll genutzt;
- Flächendeckende Hausbesuche bei der Bevölkerung zur Beratung in Abfallfragen; anschließend erfolgte je nach Problemlage ein Anschreiben an die Hausbesitzer;
- Beratungsgespräche mit den Geschäftsinhabern auf der Berliner Straße;
- Teilnahme an den gesellschaftlichen Ereignissen im Projektgebiet (Stadtteil- und Sportfeste, Informationsveranstaltungen, Eröffnungen etc.) und
- Kontinuierliche Beratung und Hilfestellung in der ab 2012 eingerichteten Bürgerkontaktstelle „Berliner 67“.

Die Einrichtung der Bürgerkontaktstelle „Berliner 67“ in 2012 bildete einen Meilenstein in der Öffentlichkeitsarbeit des Projekts. An vier Tagen in der Woche konnten die Bürger/innen bei den beiden – inzwischen vielen Bewohner/innen bekannten – Ansprechpartnerinnen Rat und Unterstützung einholen, Beschwerden hinterlegen oder eigene Vorschläge zur Wohnumfeldpflege einbringen. In den Geschäftsräumen eines gepflegten Altbaus, geschmackvoll mit Secondhand-Möbiliar eingerichtet, präsentierte sich die Stadt den Bürger/innen in einer persönlichen Atmosphäre. Das Ladenlokal konnte zudem von örtlichen Bürgerinitiativen als Versammlungsort genutzt werden. Es entstand eine Art „Veedels-Wohnzimmer“.

In regelmäßigen Abständen initiierte das Projekt sprichwörtlich aufsehenerregende Kunstaktionen. Dazu zählten u. a.:

- die „Kartographie einer Straße“, bei der Kita-Kinder den (vorwiegend) von Erwachsenen weggeworfenen Müll mit Kreide markierten und ihn so den Verursachern bildlich vor Augen führten,
- 180 Gummistiefel auf Stäben aufgespießt als Symbol für den von Hundekot übersäten Bürgerpark,
- für den Sperrmüll bestimmtes Kita-Möbiliar neu lackiert als Kunstobjekte im öffentlichen Raum aufgestellt und im Anschluss als aufgewertetes Möbelstück weiterverwertet und
- themenbezogene Kulturbeiträge auf den örtlichen Stadtteilfesten.

Des Weiteren entstanden folgende Mitmachaktionen, die das Bewusstsein für den Wert der Dinge und ein regelkonformes Abfallverhalten schärfen und gleichzeitig die Kommunikation im Veedel anregten:

- Kreativwerkstatt, in der die Ansprechpartnerinnen mit großen und kleinen Bewohner/innen Karnevalskostüme (Upcycling) kreierten. Anschließend Teilnahme einer „Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN“-Fußgruppe am Karnevalszug in Mülheim.
- Einrichtung von Bewohnergärten auf dem Gelände einer Sozialbausiedlung der GAG-Wohnungsbaugesellschaft. Wo früher die Wiese ein reines Hundeklo war, legten Bewohner der Siedlung Nutzgärten an. Eine Maßnahme, die für mehr soziale Kontrolle auf der zuvor verwahrlosten Fläche und anhaltenden Gesprächsstoff in der Nachbarschaft sorgte.

Als klassisches Mittel der Öffentlichkeitsarbeit wurden regelmäßig Pressemeldungen durch das Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit²¹ veröffentlicht. Des Weiteren wurde die Presse zu allen öffentlichkeitswirksamen Aktionen im Projektgebiet eingeladen. Die Aktivitäten im Rahmen der „Hallo Nachbar“-Sauberkeitsinitiative fanden durchweg ein lebhaftes Echo in den lokalen deutsch- und auch türkischsprachigen Medien.

²⁰ Ein wichtiger Grundsatz der Öffentlichkeitsarbeit war, auf eine allgemein verständliche Sprache zu achten. So wurde z. B. der Begriff „Projekt“ wegen seines akademischen Charakters in der Arbeit vor Ort bewusst nicht verwendet.

²¹ Es wurden im Laufe der fünf Jahre ca. 30 Pressemitteilungen verfasst, was sich in einem entsprechenden Presspiegel niederschlug (siehe Anlagenband).



Umweltpädagogische Maßnahmen

Leitlinien der umweltpädagogischen Arbeit waren:

- ein nachhaltig positives Bewusstsein für das Lebensumfeld und die Bereitschaft zur Pflege desselben bei den Kindern und Jugendlichen und im besten Fall auch bei deren Eltern zu schaffen,
- den Kindern / Jugendlichen dabei jedoch nicht die Verantwortung für die Umwelterziehung ihrer Eltern zu übertragen und
- eine altersgerechte Vermittlung des Themas, die auf belehrende Ausführungen verzichtet und stattdessen mit Kreativität und Humor erfolgt.

Mit folgenden Betreuungs- und Bildungseinrichtungen wurde über fünf Jahre kontinuierlich zusammengearbeitet:

- Kindertagesstätte der Stadt Köln „Von-Sparr-Straße 1“
- Familienzentrum der Stadt Köln „Berliner Straße 20“
- Hauptschule Tiefentalstraße

In allen Einrichtungen wurden qualifizierte Umweltpädagog / inn / en eingesetzt. Während in den Kinderbetreuungseinrichtungen nahezu durchgehend einmal wöchentlich mit dem Nachwuchs „gearbeitet“ wurde, fanden in der Hauptschule halbjährlich Projektwochen bzw. zuletzt eine AG statt, in denen der Schwerpunkt auf „Hallo Nachbar“-Themen lag.

Eine umweltpädagogische Zusammenarbeit fand des Weiteren mit der Kita „Villa Kunterbunt“ und mit der Grundschule Langemasstraße statt²².

Maßnahmen in Betreuungseinrichtungen für Kinder

Hier wurden jeweils spezielle Gruppen mit maximal 15 Kinder gebildet, die einmal wöchentlich je eine Stunde von einer umweltpädagogischen Fachkraft betreut wurden. Die Lerninhalte wurden durch Spiele, Bastelaktionen, Theateraufführungen und gemeinsames Musizieren vermittelt. Jede Einheit (Dauer: ½ Jahr) begann mit einer altersgerechten Einführung in das Thema (Materialerkundung, Definition von Abfall, Bestimmung unterschiedlicher Abfallarten). Sie endete mit einem Highlight, wie z. B. dem Besuch eines Müllfahrzeuges der AWB, einer öffentlichen Modenschau mit Kleidungsstücken, die aus Abfallprodukten hergestellt wurden oder einer „Müll-Perkussion“ mit selbstgebastelten Instrumenten (Upcycling).

Im Verlauf einer Maßnahme wurden zunehmend die Eltern der Kinder erreicht und eingebunden. So z. B. bei Pflanzaktionen und Auftritten der Kinder bei öffentlichkeitswirksamen Aktionen (z. B. der Einweihung der neugestalteten Plakatwände auf dem Marktplatz).

Regelmäßige Exkursionen der einzelnen Gruppen ins Projektgebiet gehörten ebenfalls zum umweltpädagogischen Programm sowie die Teilnahme an Kreativaktionen und einigen Treffen des Projektteams. Auch Besuche bei den beiden Ansprechpartnerinnen in der „Berliner 67“ standen gelegentlich auf dem Plan.

Zusätzlich zu den im Rahmen von „Hallo Nachbar“ durchgeführten umweltpädagogischen Maßnahmen besuchte die Umweltpädagogin der AWB in einer konzertierten Aktion zu Beginn (2009/10) alle im Projektgebiet ansässigen Kitas.



Maßnahmen in der Hauptschule

Im Unterschied zu den Kitas konzentrierte sich die Zusammenarbeit mit der Hauptschule auf eine jeweils mehrwöchige Projektarbeit pro Schuljahr. Auch diese wurden von Umweltpädagog / inn / en konzipiert, mit der Schule abgestimmt und gemeinsam mit dem verantwortlichen Lehrpersonal umgesetzt.

Folgende „Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN“-Projektwochen fanden in den Jahren 2010 – 2014 statt:

- Themenwochen „Müll an unserer Schule“ mit Müllsammel- und Mülltrennaktionen, Wettbewerben, Kreativaktionen (Erstellung eines Trickfilms), Exkursion zu einem außerschulischen Lernort (Gesamtdauer: drei Wochen);
- Fotowettbewerb „Gute Seiten – schlechte Seiten“: Erkundung des Schulumfeldes mit dem Fotoapparat. Erstellung einer Collage zum Thema, Prämierung der Gewinner durch den Bezirksbürgermeister, Ausstellung in den Räumen der örtlichen Sparkassen-Filiale (Gesamtdauer: drei Wochen);

- „Spiele aus Müll“: Erstellung von Brett-, Geschicklichkeits- und Outdoor-Spielen aus Recyclingmaterial. Durchführung von Spieldagen in den kooperierenden Kitas, an denen die Jugendlichen mit den Kindern ihre selbstgefertigten Spiele erprobten (Gesamtdauer: drei Wochen);
- Upcycling: Fertigung von Taschen aus abgelegten (Jeans-) Hosen. Abschließende Exkursion zum AWB-Betriebshof Köln-Braunsfeld (Gesamtdauer: zwei Wochen);
- Konzeption einer AG „Die Veedelsreporter“ im schulischen Ganztagesbetrieb mit dem Ziel, auf einem „youtube“-Kanal über die Aktionen von „Hallo Nachbar“ zu berichten,²³ neben den journalistischen und technischen Aspekten enthielt die AG regelmäßige Umwelt-Lerneinheiten (Gesamtdauer: zwei Schulhalbjahre).

Während der Projektwochen war das Thema „Müll“ regelmäßig auch Gegenstand im Unterricht ganz unterschiedlicher Fächer (Mathematik, Musik, Erdkunde, Biologie etc.).

²² Diese war aufgrund der eingeschränkten personellen Möglichkeiten beider Einrichtungen zeitlich begrenzt.

²³ <http://www.youtube.com/channel/UCWVXI-EnhSFDxnj-x1yXgPLw/about>

Hilfs- und Verbesserungsangebote

Zu den Maßnahmen zur Verbesserung des Wohnumfeldes bzw. zur Unterstützung eines korrekten Abfallverhaltens zählten u. a.:

- > gemeinsames Bepflanzen von Grünflächen und Baumscheiben mit Anwohnern und Geschäftsinhabern,
- > Neugestaltung eines verwaehrlosten Spielplatzes mit den zuständigen Spielplatzpaten und weiteren freiwilligen Helfern durch kunstvolle Anstriche / Graffiti und der Beschaffung neuer Spiel- und Sitzmöglichkeiten,

- > Installation zusätzlicher Straßenpapierkörbe,
- > kostenlose Ausgabe von „Hallo Nachbar“-Mülleimern an die Kioskbesitzer im Projektgebiet,
- > Einrichtung einer „Geben- und Nehmen-Börse“ in der „Berliner 67“ und
- > Neugestaltung verwaehrloster Plakatwände auf dem Marktplatz mit von Bewohner / inne / n und Geschäftsleuten kunstvoll gestalteten Bannern.



Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN BERLINER 67

Geben & Nehmen

Wenn wir etwas Neues kaufen, wandert das Alte meist auf den Müll. Doch halt! Manchmal wäscht die alte Waschmaschine noch tadellos, und auch das alte Fahrrad, obwohl ein bisschen klapprig, tut noch seinen Dienst. Verkaufen oder verschenken Sie Ihre alten Schätzchen deshalb lieber bei unserer neuen Aktion „Geben & Nehmen“, bevor Sie sie entsorgen. Denn was Sie nicht mehr brauchen, sucht vielleicht gerade jemand aus der Nachbarschaft. Machen Sie mit! Für weniger Müll, weniger Kosten und mehr Umweltschutz! Einfach eine Karte ausfüllen und hier in der „Berliner 67“ abgeben.

Stadt Köln

Gefördert mit Mitteln des Programms



Maßnahmen im Rahmen von MÜLHEIM 2020 Projektbegleitende Maßnahmen

Das Projekt „Hallo Nachbar“ ist inhaltlicher Bestandteil des Strukturförderprogramms MÜLHEIM 2020. Im dessen Rahmen wurden während der Projektlaufzeit einige wichtige Bauvorhaben umgesetzt:

- › Umgestaltung der Berliner Straße
- › Umbau des Bürgerparks
- › Umgestaltung des Marktplatzes

Bei allen diesen Maßnahmen war „Hallo Nachbar“ aktiv beteiligt, z. B.:

- › Initiierung eines von den Geschäftsleuten der Berliner Straße gesponserten Buffets anlässlich der Eröffnung der neugestalteten Berliner Straße,
- › Motivierung von Hausbesitzern und Geschäftsleuten zur Bepflanzung der neuangelegten Baumscheiben auf der Berliner Straße,
- › kontinuierliche Ansprache der Sprayer und ihrer Netzwerke / Meinungsführer zwecks Reinhaltung des Bürgerparks von Sprayer-Müll (Sprühflaschen etc.) sowie Aufhängen eines Banners mit Appell an die Sprayer den Bürgerpark pfleglich zu behandeln,
- › Anlage eines Blumenbeetes mit dem Familienzentrum Berliner Straße 20 auf dem neugestalteten Marktplatz und
- › kontinuierliche Ansprache der Marktbesucher, ihren Müll ordnungsgemäß zu entsorgen.

Projektbegleitende Maßnahmen der Abfallwirtschaftsbetriebe Köln GmbH

Die Abfallwirtschaftsbetriebe der Stadt Köln (AWB GmbH) haben das Projekt von Beginn an in der Steuerungsgruppe begleitet, logistisch und finanziell unterstützt. Unter anderem wurden folgende ergänzende Maßnahmen im Projektgebiet durchgeführt:

- › zusätzliche Straßenpapierkörbe,
- › optische Hervorhebung von Straßenpapierkörben in Kombination mit einer Plakataktion und
- › konzertierte Sauberkeitsmaßnahmen bei Kitas, auf Spielplätzen und auf dem Marktplatz.

Des Weiteren wurde die Sauberkeitsmessung der AWB während der Projektlaufzeit intensiviert, d. h. zusätzliche Messpunkte im Projektgebiet wurden laufend untersucht, um genauere Aussagen zur Sauberkeit zu bekommen²⁴. Das Projektteam wurde u. a. unterstützt durch:

- › einen direkten Draht zur Sperrgut-Beratung der AWB (z. B. am Teestand)
- › Multiplikatoren-Seminare (1 x 1 der Abfallwirtschaft)
- › umweltpädagogische Maßnahmen (siehe Kapitel „Umweltpädagogische Maßnahmen“)
- › Equipment aus der Straßenreinigung (Abfallbehälter, Warnwesten, Besen etc.).

In einer von der AWB beauftragten Studie wurde im Projektgebiet der in einem Forschungsprojekt des Bundes²⁵ entwickelte Indikatoren-Katalog zu Sauberkeit und Sicherheit hinsichtlich seiner Wirksamkeit untersucht. Einige Ergebnisse werden im Kapitel „Weitere Indikatoren“ kurz vorgestellt.

Filmdokumentation

Maßnahmen, die exemplarischen Charakter hatten bzw. denen eine Schlüsselrolle im Projekt zukam, wurden als Anschauungsmaterial filmisch dokumentiert. Folgende Filmdokumentationen entstanden im Laufe des Projekts:

- › Upcycling-Aktion Kita-Mobiliar „Zu Tisch“
- › „Müll-Perussion“ von Kita-Kindern
- › Upcycling-Modenschau von Kita-Kindern
- › Die Ansprechpartnerinnen von „Hallo Nachbar“
- › Teilnahme am Karnevalszug und Straßenfesten
- › Der Bürgerpark
- › Aufwertung eines Spielplatzes

Zudem ist 2010 im Rahmen der ersten Projektwoche in der Hauptschule ein Trickfilm mit „Müllpüppchen“ entstanden.



²⁴ Die Methodik ist im Kapitel „Sauberkeitsmessung der AWB“ näher beschrieben.
²⁵ vgl. BMBF, 2008



Rahmenbedingungen, Ziele und Instrumente der Evaluation

Zielsetzung der Evaluation war es, belastbare Erkenntnisse über die Qualität des gewählten Ansatzes, der Methoden und der Wirksamkeit der Maßnahmen zu gewinnen. Die Anforderung an die Evaluation bestand demnach in der Entwicklung eines Instrumentariums zur Messung von Veränderungen in Einstellung und Verhaltensweisen der Anwohner / innen. Mit der Durchführung der Evaluation wurde ein externes Institut beauftragt.

Hierzu wurden

- > zwei großangelegte Bürgerbefragungen vor Beginn und am Ende des Projekts und
- > eine Befragung ausgewählter Multiplikatoren des Projektgebiets durchgeführt,
- > ein spezielles Verfahren zur Messung der Akzeptanz und der Themenschwerpunkte der ab 2012 eingerichteten Bürgerkontaktstelle „Berliner 67“ entwickelt („Logbuch“) sowie
- > Veränderungen in der tatsächlichen Sauberkeit im Projektgebiet mittels eines – unabhängig vom Projekt – von den Abfallwirtschaftsbetrieben Köln (AWB) etablierten technischen Messverfahrens dokumentiert.

Abgeleitet aus dem Ansatz und der Zielsetzung des Projekts lauteten die wesentlichen Parameter der Evaluation:

- > Identifikation mit dem „Veedel“ und Wohlfühlfaktor
- > Kommunikation (Nachbarschaft)
- > ehrenamtliches Engagement
- > Eigeninitiative für Sauberkeit und Ordnung
- > Kenntnisse über Abfall (Abfalltrennung / Abfallvermeidung)
- > tatsächliches Abfallverhalten

Auf eine Evaluierung der pädagogischen Maßnahmen wurde verzichtet, da sich standardisierte Befragungen der Kinder als sehr schwierig erweisen. Für die zum Zwecke der Nachhaltigkeit langfristig und intensiv durchgeführten umweltpädagogischen Maßnahmen wird evaluationsseitig ein anhaltend positiver Effekt unterstellt. So ist aus anderen Untersuchungen bekannt, dass der Effekt als Multiplikator in den Familien sehr groß ist.²⁶ Gerade beim Thema Umweltschutz erhalten die Erwachsenen die Informationen häufig von ihren Kindern. Dies gilt insbesondere für Migrantenfamilien, in denen die Eltern das hiesige Abfallverhalten noch nicht verinnerlicht haben. Allgemein sei erwähnt, dass der Evaluation im Rahmen eines kommunalen Pilotprojektes – wengleich durch Landesmittel gefördert – in finanzieller wie methodischer Hinsicht enge Grenzen gesetzt sind, die wissenschaftliche gegenüber pragmatischen Aspekten in den Hintergrund treten lassen.

Das Projektziel einer nachhaltigen Reduzierung des Müllaufkommens und die besonderen strukturellen Gegebenheiten haben die AWB veranlasst, im Rahmen des Projektes separate kontinuierliche Sauberkeitsmessungen durchzuführen und durch dasselbe Institut die Wirksamkeit von weiteren Sauberkeits- und Sicherheitsindikatoren zu evaluieren. Nachfolgend werden die Instrumente der Evaluation näher vorgestellt.

²⁶ vgl. Kizilocak / Sauer, 2004

Instrumente der Evaluation

Bürgerbefragung

Ein Instrument zur Evaluation der Wahrnehmung, Wirksamkeit und Bewertung von Maßnahmen sind Interviews vor und nach Beginn eines Vorhabens. Im Rahmen von „Hallo Nachbar“ wurden deshalb zwei groß angelegte Bürgerbefragungen durchgeführt.

Die erste Befragung fand vor Projektbeginn im Mai / Juni 2009 statt. Durch sie war es möglich, unbeeinflusste Startwerte zu ermitteln. Mit der (in Teilen identischen) Befragung zu Projektende im März / April 2014 konnten dann Veränderungen in den zentralen Bereichen **Einstellungen und Verhaltensweisen** sowie **Sauberkeit und Ordnung** ermittelt werden. Die erste groß angelegte Bürgerbefragung im Frühjahr 2009 hatte darüber hinaus einen „PR-Mitnahmeeffekt“, indem sie das Projekt in der Bevölkerung bekannt machte.

²⁷ Der Interviewer nahm auf Basis des Gesprächs ein Clustering in Deutsch, Türkisch und Sonstige vor, ohne nach einer Nationalität zu fragen. Als Türkisch werden daher alle Interviewten bezeichnet, die auf Grund ihrer Sprache türkische Wurzeln haben.

²⁸ Die Ergebnisse können den ausführlichen Dokumentationen im Anlagenband „Evaluationsdokumente“ entnommen werden: www.stadt-koeln.de
²⁹ ebenda

In 2009 wurde eine Gesamtzahl von 382 Interviews erreicht. In 2014 lag diese bei 393. Das entspricht bei 5.234 Bewohnern im Projektgebiet einem Anteil von 7,3 %. Damit konnte ein belastbares Meinungsbild erstellt werden.

Die Bürgerbefragung erfolgte als geschlossenes Interview mittels eines Fragebogens in persönlicher Befragung von Passanten. Dabei wurde sichergestellt, dass es sich bei den Befragten um Anwohner / innen des Projektgebietes, d. h. um die Zielgruppe handelte. Um alle sozialen Schichten und Altersgruppen zu erreichen, fanden die Interviews über vier Wochen verteilt an verschiedenen Wochentagen von morgens bis abends (9 – 21 Uhr) und in allen Teilen des Projektgebietes statt. Wegen des hohen Anteils türkischstämmiger Bewohner / innen wurden die Interviews auf Wunsch auch in türkischer Sprache durchgeführt. Des Weiteren sorgten Vorgaben zu Alter, Geschlecht und „Nationalität“²⁷ für eine weitgehende Deckungsgleichheit mit der Bevölkerungsstruktur des Projektgebiets.

Während der Interviewbogen der ersten Bürgerbefragung neun Fragen umfasste, bestand der zweite – bedingt durch zusätzliche Fragen zu den nunmehr durchgeführten Maßnahmen – aus 14 Fragen.²⁸ Am Ende eines jeden Interviews erfolgten auf dem letzten Bogen Angaben zu Alter, Geschlecht und „Nationalität“ durch subjektive Einschätzung des / der Interviewer / s / in.

Multiplikatoren-Befragung

Um das Meinungsbild von Multiplikatoren in die Evaluation einfließen zu lassen, fanden in zwei Zeitfenstern Befragungen von Personen statt, die – ob ihrer beruflichen und / oder sozialen Position – als Meinungsführer identifiziert worden waren. Diese Erhebung fand ebenfalls als Face-to-Face-Interview mittels eines geschlossenen Fragebogens statt. Dieser umfasste zum Teil die gleichen Fragen wie die Bürgerbefragung, jedoch zusätzlich einige weitergehende spezifische – insgesamt 13 – Fragen. Zwischen Anfang 2010 und Ende 2012 fanden insgesamt 41 Interviews statt, die anonymisiert ausgewertet wurden.²⁹

Gegenstand der Befragungen waren u. a. Aspekte wie:

- > Rolle als Multiplikator
- > Vernetzung im Veedel
- > Einschätzung zu Sauberkeit und Image des Projektgebietes
- > Engagement im Veedel
- > Bereitschaft zum Engagement im Rahmen von „Hallo Nachbar“
- > Bewertung der Nachhaltigkeit von Maßnahmen

- Von den befragten Multiplikatoren
- > lebten im Projektgebiet 17 %
 - > arbeiteten im Projektgebiet 71 %
 - > engagierten sich im Projektgebiet 61 %
 - > engagierten sich im Sauberkeitsprojekt 34 %

Logbuch „Berliner 67“

Die ab März 2012 in den Geschäftsräumen eines Gründerzeithauses an der Berliner Straße eingerichtete Bürgerkontaktstelle „Berliner 67“ bildete einen Meilenstein in der Projektarbeit. Sie nahm daher in der Evaluation einen besonderen Stellenwert ein. Zur Dokumentation der Arbeit der Ansprechpartnerinnen einerseits sowie der Akzeptanz durch die Bewohnerschaft andererseits wurde ein sogenanntes „Logbuch“ geführt, in dem die beiden Ansprechpartnerinnen die Vorgänge entlang folgender Kategorien schriftlich dokumentierten:

- Grund des Besuchs
- Gesprächsdauer
- Aktivitäten der „Berliner 67“
- Angaben zu Besuchern³⁰
- Kommentare

Das Logbuch wurde zunächst als Kladde handschriftlich geführt und monatlich dem mit der Evaluation beauftragten Institut zur Auswertung als Excel-Tabelle zur Verfügung gestellt.³¹

Aus dem Logbuch konnten u. a. wichtige Informationen zur Frequentierung (Wochentage, Jahreszeit etc.), Themenschwerpunkte, Feedback auf „Hallo Nachbar“-Aktionen und der Besucherstruktur der „Berliner 67“ entnommen werden. Von besonderem Interesse war die Akzeptanz des Beratungsangebots durch die als Fokusgruppe definierte türkischstämmige Anwohnerschaft.

³⁰ Analog zur Bürgerbefragung erfolgte eine subjektive Abschätzung durch die Mitarbeiterinnen von: Geschlecht, Alter, „Nationalität“ (neben Deutsch, Türkisch und Sonstige zusätzlich Osteuropäisch).

³¹ zum Aufbau des Logbuches s. Anlagenband „Evaluationsdokumente“ a.a.O.

³² vgl. weitere Informationen zu INFA-DSQS (INFA-Data-Services zur Qualitätssicherung in der Straßenreinigung) unter www.infa.de

³³ vgl. Breer, 2007

Sauberkeitsmessung der AWB

Die Messung von Sauberkeit bzw. Verschmutzungen erfolgt in Köln durch die AWB unabhängig vom Projekt „Hallo Nachbar“ bereits seit vielen Jahren mittels Handheldgeräten (PDA) mit dem System INFA-DSQS³². Die Messungen erfolgen durch geschulte Mitarbeiter, die sich regelmäßig in Ringversuchen „eichen“, um möglichst objektivierte Ergebnisse trotz subjektiver Wahrnehmung³³ zu erreichen. Dabei helfen den Bewertern Beispielfotos von Verschmutzungsvorkommnissen, die den Schulnoten 1 bis 5 zugeordnet sind.

Bewertet werden in Köln durch die AWB folgende Vorkommnisse:

- Dosen / Papier / Verpackungen
- Scherben
- Kaugummis
- Laub / Blüten
- Wildwuchs
- Splitt / sonstige mineralische Verunreinigungen
- Graffiti / Plakate / Aufkleber
- Papierkörbe überlaufend
- Papierkörbe defekt
- Papierkörbe verschmutzt
- wilde Ablagerungen
- Fäkalien
- Zigarettenkippen

Mittels eines Gewichtung- und Aggregationsalgorithmus ergibt sich daraus eine Sauberkeitsbewertung für einen Straßenabschnitt bzw. für einen Stadtteil.

Im Rahmen des Projektes wurde von der AWB die Dichte an Messpunkten (Straßenabschnitten) im Projektgebiet erhöht, um zu genaueren und belastbareren Ergebnissen zu gelangen. Es liegen daher Messwerte aus einem langen Zeitraum vor, während und auch nach dem Projekt, die während der fünf Jahre von „Hallo Nachbar“ auf einer größeren Stichprobenanzahl (13 Straßenabschnitte alleine im Projektgebiet; einmal im Monat) beruhen. Als Referenzgebiet diente der Stadtbezirk Mülheim.³⁴

Weitere Indikatoren

In einem Projekt der AWB wurden weitere Indikatoren zu Sauberkeit und Sicherheit in Köln analysiert. Dabei wurde der Fokus ebenfalls auf das „Hallo Nachbar“-Projektgebiet gelegt, um Synergiepotenziale zu nutzen und Ergebnisse austauschen zu können. Zielsetzung im AWB-Projekt war, den in einem Forschungsprojekt des Bundes³⁵ entwickelten Indikatoren-Katalog zu Sauberkeit und Sicherheit hinsichtlich seiner Wirksamkeit in einem Feldversuch zu erproben.

Neben Daten, die von der AWB selbst bereitgestellt werden konnten, wie z. B.

- Auswertungen zum wilden Müll³⁶,
- Auswertungen zu Graffiti,
- Auswertungen zu Landschaftsreinigungsaktionen („Kölle putzmunter“),
- Daten aus dem Beschwerdemanagement, wurden auch Daten aus anderen Herkunftsbereichen³⁷ auf ihre Tauglichkeit als Indikator analysiert (Kriminalstatistiken, Bürgerbefragungen etc.).

Im Ergebnis sind die meisten dieser Statistiken aber zu grob, um für Aussagen zum „Hallo Nachbar“-Projektgebiet genutzt zu werden (i.d.R. ist der Stadtteil, wenn nicht sogar der Stadtbezirk, die kleinste Einheit). Einige für das Projektgebiet relevante Aussagen aus den AWB-Daten werden im Kapitel „Sauberkeit“ dargestellt. Des Weiteren fließen auch subjektive Eindrücke vom Ordnungsamt und der Polizei zu Veränderungen bei der Sauberkeit und Ordnung ein, weil diese Akteure Partner im Projekt „Hallo Nachbar“ waren.

³⁴ Durch die fortlaufenden Messungen der AWB wird auch die Nachhaltigkeit der Maßnahmen gemessen werden können. Die AWB setzt bis auf Weiteres die Messungen mit dem erhöhten Stichprobenumfang im Projektgebiet fort.

³⁵ vgl. BMBF, 2008

³⁶ „Wilder Müll“ bezeichnet illegal abgestellte sperrige Abfälle im öffentlichen Raum

³⁷ Ordnungsamt, Polizei, Grünflächenamt, Verkehrsbetriebe, Beschwerdestelle etc.

Ergebnisse der Evaluation

Zielerreichung

Aus den Zielen des Projektes

- > Verbesserung von Einstellungen und Verhaltensweisen gegenüber dem eigenen Lebensraum,
- > Förderung von Bürgerengagement und
- > Nachhaltige Reduzierung des Müllaufkommens im Projektgebiet

wurden folgende Messkriterien abgeleitet:

- > Erreichung der Anwohnerschaft,
- > Sauberkeit,
- > Identifikation mit dem Viertel,
- > Engagement für das Lebensumfeld sowie
- > Umgang mit Müll.

Anhand dieser Parameter wurden die Ergebnisse der beiden Bürgerbefragungen, der Multiplikatoren-Befragung, des Logbuchs und der AWB-Sauberkeitsmessungen analysiert und bewertet³⁸. Zur genaueren Bestimmung wurden Statistiken der Stadt Köln und weitere Daten herangezogen.

³⁸ vgl. Anlagenband „Evaluationsdokumente“

³⁹ vgl. u. a. Kizilcak / Sauer, 2004 und Geiling et. al., 2011

⁴⁰ Es erfolgte keine Abfrage nach der Nationalität. Die Zuordnung Deutsch, Türkisch und Sonstige erfolgte nach dem Gespräch subjektiv durch die drei Interviewer.

Grad der Erreichung der Anwohnerschaft

Voraussetzung für jede gewünschte Verhaltensänderung ist zunächst die Veränderung in den Köpfen der Zielgruppe. Der allgemeine Bekanntheitsgrad von „Hallo Nachbar“ galt daher als wichtigster Richtwert für die Zielerreichung. Zwar kann er nicht per se als Indikator für den Erfolg der Initiative angesehen werden, dennoch sagt er viel über die Wirksamkeit der Maßnahmen, insbesondere der Öffentlichkeitsarbeit, aus.

In der zweiten Bürgerbefragung zeigte sich, dass **65% aller Befragten von „Hallo Nachbar“ gehört haben.**

Ein Blick auf den Bekanntheitsgrad nach Nationalitäten überrascht ebenfalls positiv:

- > 70% der befragten Deutschen und
- > 60% der türkischstämmigen Befragten kennen die Initiative.

Berücksichtigt man, dass der Grad der Informiertheit bei vielen türkischstämmigen Bürger / innen im Schnitt deutlich geringer ist³⁹, ist dies ein äußerst bemerkenswertes Ergebnis.

Auffallend ist des Weiteren, dass der Bekanntheitsgrad bei Frauen mit 74% deutlich höher als bei den Männern (55%) liegt.

Dieses Ergebnis deckt sich mit der den Projektarbeiten zugrunde gelegten Annahme, dass Frauen die aktiveren Kommunikatoren sind.

Fazit: Die Anwohnerschaft wurden mit den gewählten Kommunikationsmitteln überwiegend erreicht. Dies gilt insbesondere für die Fokusgruppe der türkischstämmigen Anwohnerschaft.

Welche Nationalität hat von der Sauberkeitsinitiative „Hallo Nachbar“ gehört?

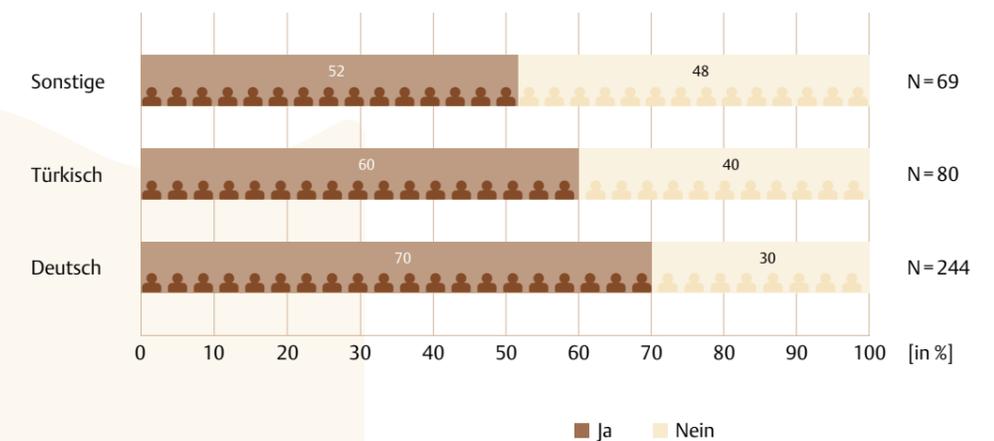


Abb. 3: Bekanntheitsgrad von „Hallo Nachbar“ 2014 nach Nationalität⁴⁰

Sauberkeit

Von erheblicher Bedeutung für eine Identifikation mit dem Wohnquartier und für den Wohlfühlfaktor ist die wahrgenommene Sauberkeit. Diese hat sich im Projektgebiet signifikant verbessert.

Gaben die Bewohner / innen bei der ersten Befragung 2009 der Sauberkeit im Quartier noch die Schulnote 3,7, so erhielt sie 2014 die Note 3,4.

Zu berücksichtigen ist dabei, dass mehr Ordnung bzw. weniger Vandalismus und Unsicherheit im öffentlichen Raum i.d.R. mit erhöhter Sauberkeit gleichgesetzt wird.⁴¹ Die spürbaren Verbesserungen im Veedel im Zuge von „Hallo Nachbar“ zeigen also Wirkung.

„Wie bewerten Sie die Sauberkeit im gesamten Viertel?“
[in Schulnoten]

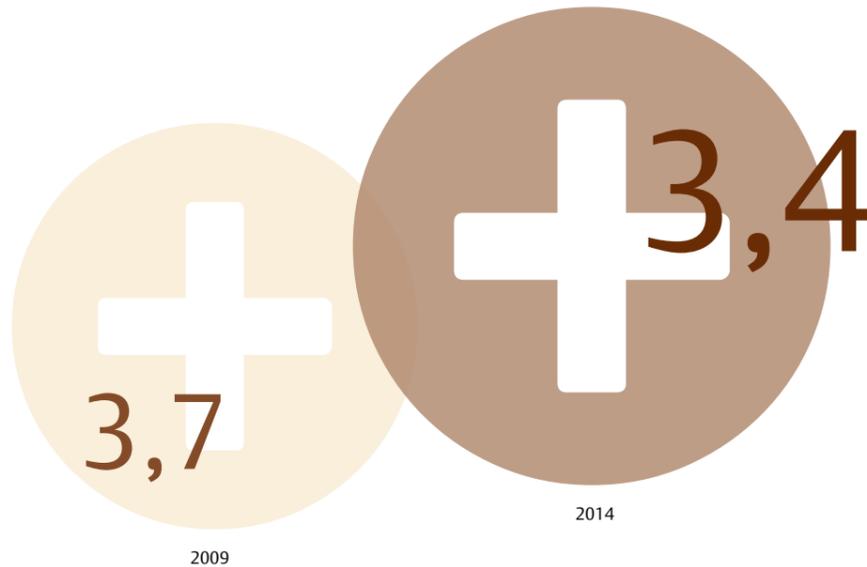


Abb. 4 : Sauberkeitsbewertung durch Anwohner 2009 und 2014

41 Vgl. Breer 2007
42 Die Skala geht von 1 bis 30.

Im Rahmen dieses Projektes wurden beide Methoden der Sauberkeitsbewertung genutzt, mit dem Ergebnis, dass die Wahrnehmung der Anwohner / innen mit den objektiven Messergebnissen der AWB korreliert:

Während das Projektgebiet vor Beginn der Maßnahmen 5,1 Skaleneinheiten⁴² oberhalb eines Referenzwertes (Stadtbezirk Mülheim) lag, verringerte sich das Delta zwischenzeitlich auf 1,2 Skaleneinheiten und lag zuletzt bei 2,0 Skaleneinheiten.

Die Abweichung zum Referenzwert ist daher von 116% (2008) auf 22% (2014) gesunken. Die Auswertung zeigt des Weiteren, dass es übergreifende Trends gibt, die z. B. in 2012 sowohl im Projektgebiet als auch im Referenzgebiet (also dem Bezirk Mülheim) zu einer Verbesserung der Sauberkeitssituation geführt haben.

Fazit: Die Bewohner / innen bewerten die Sauberkeit bei Projektende besser als zu Beginn. Dies befördert einen Wandel im örtlichen Meinungsklima hin zu einer positiveren Grundeinstellung, die wiederum die Bereitschaft zum Engagement begünstigt. Die subjektiv wahrgenommene Verbesserung der Sauberkeit wird durch die Ergebnisse des technischen Messverfahrens gestützt.

Entwicklung Sauberkeit Projektgebiet / Referenzgebiet
[Jahresverlauf nach Sauberkeitkriterien]

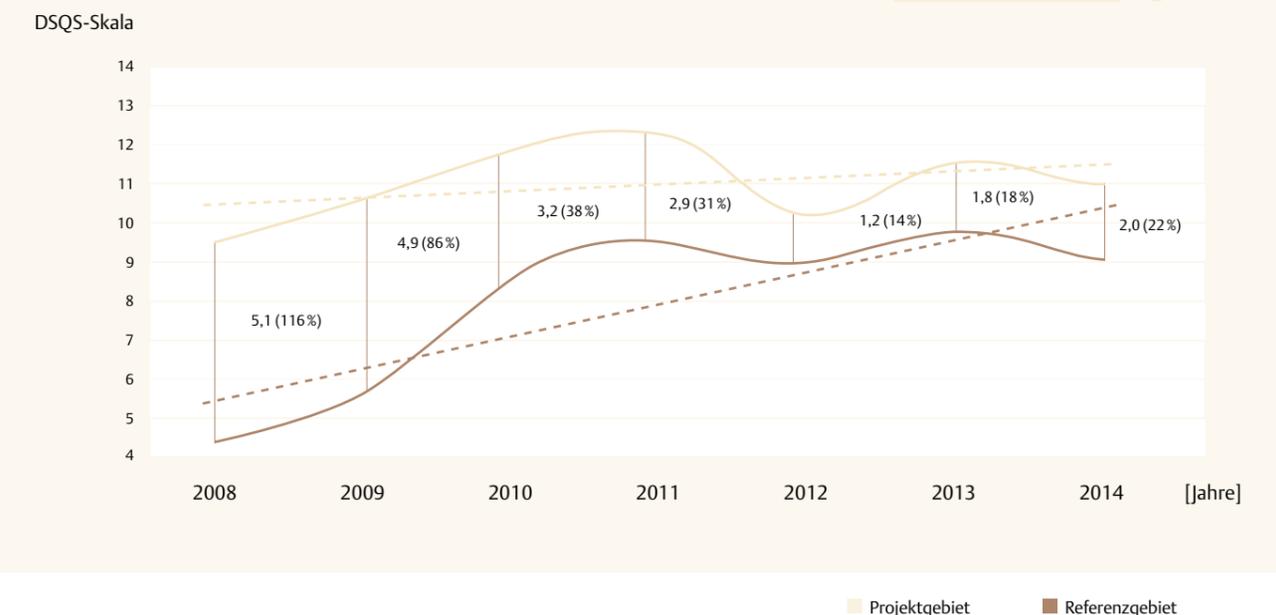


Abb. 5: Sauberkeitsbewertung durch AWB 2009 – 2014, Stand: 31. März 2014

Projektgebiet Referenzgebiet

Identifikation und Wohlfühlfaktor

Eine These des Projekts lautete, wer sich mit seinem Wohnumfeld identifiziert – sich hier also wohlfühlt – ist eher bereit, sich zu engagieren. Deshalb wurde nach Kriterien für einen lebenswerten Stadtteil gefragt. An der Spitze der Antworten finden sich

Sauberkeit (24%) und Nachbarschaft (20%).⁴³

Als Indikator für den Wohlfühlfaktor dienen auch die Angaben zu einem eventuellen Umzugswunsch. Auf die Frage „Würden Sie wegziehen, wenn Sie die Möglichkeit hätten?“ antworteten

2009 56% mit „Nein“
2014 64% mit „Nein“.

„Würden Sie wegziehen, wenn Sie die Möglichkeit hätten?“

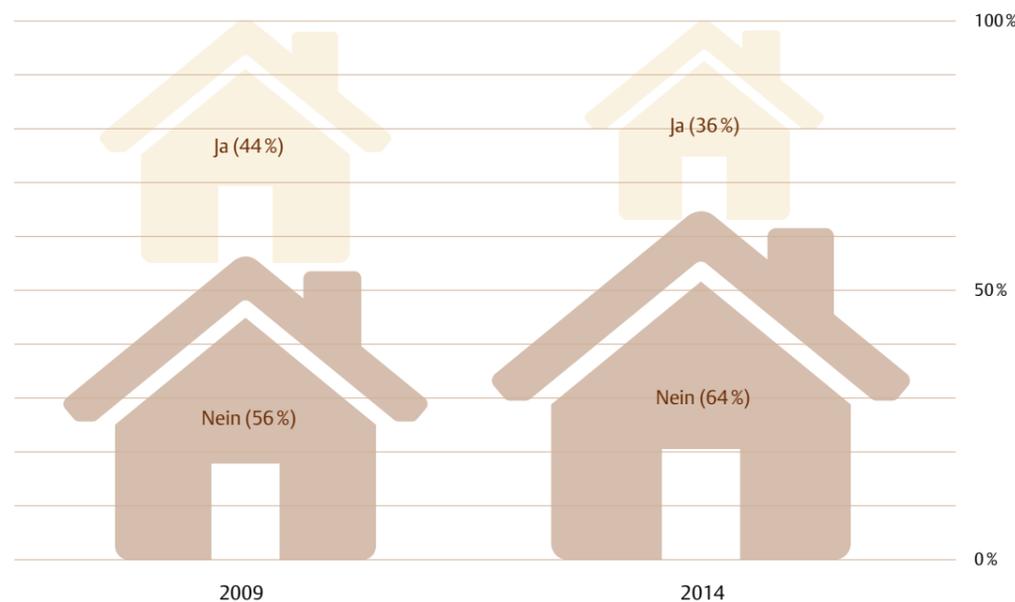


Abb. 6: Wohlfühlfaktor 2009 und 2014

„Wie bewerten Sie die Nachbarschaft in Ihrem Wohnumfeld in Bezug auf ...?“
[in Schulnoten]

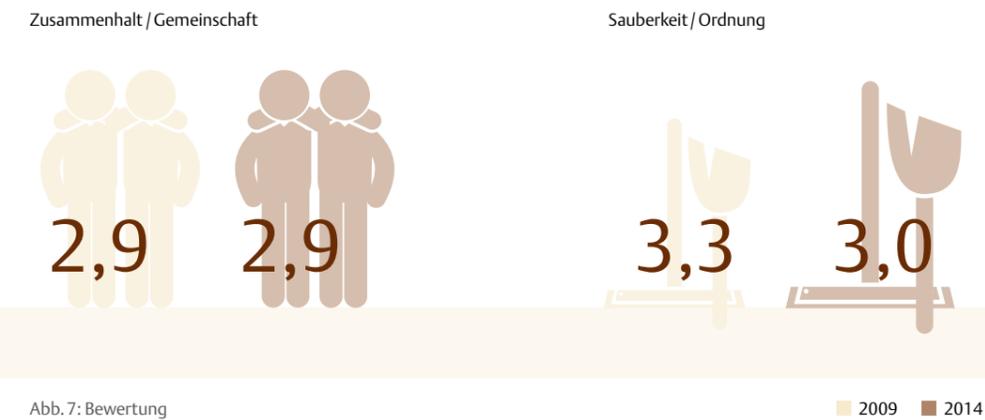


Abb. 7: Bewertung des Umfeldes durch Anwohner 2009 und 2014

Weitere Hinweise zur Identifikation mit dem Viertel liefert die Bewertung (Schulnoten) der Nachbarschaft und des Wohnumfelds. Auch hier haben sich die Werte zwischen 2009 und 2014 deutlich verbessert.

Alle Nationalitäten geben eine Verbesserung bei der wahrgenommenen Sauberkeit und Ordnung an, wenn auch von unterschiedlichem Niveau ausgehend. Es zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den deutschen und den Bürger / innen mit Migrationshintergrund (Abb. 8): Deutsche sehen die Situation bei Sauberkeit / Ordnung sowie Zusammenhalt / Gemeinschaft wesentlich negativer. Diese Unterschiede sind auch aus Bürgerbefragungen in anderen Städten bekannt.⁴⁴ Ältere Menschen bewerten (wie im Projektgebiet) die Sauberkeitssituation deutlich kritischer als junge Menschen.⁴⁵

Die Auswertung zeigt auch, dass Sauberkeit / Ordnung und Zusammenhalt / Gemeinschaft von zufriedenen Anwohnern wesentlich besser bewertet werden als durch Unzufriedene (Abb. 9). Wie eng Unzufriedenheit und Unsicherheitsgefühle zusammenhängen, zeigt die Auswertung (Abb. 10) über das Sicherheitsempfinden bei unzufriedenen Anwohnern: Etwa die Hälfte der unzufriedenen Anwohnerschaft im Projektgebiet fühlt sich nicht sicher, wohingegen die Quote bei den Zufriedenen bei 35% liegt.

Dieses Ergebnis der Bürgerbefragung im Projektgebiet deckt sich mit Ergebnissen aus einer Befragungen des Statistischen Amtes der Stadt Köln zur Kriminalitätsfurcht.⁴⁶ Auch hier haben mit der Wohngegend (sehr) unzufriedene Bürger einen erhöhten Anteil an der Gruppe mit (sehr) hoher Kriminalitätsfurcht (vgl. Abb. 11).

⁴³ Vor Einkaufsmöglichkeiten, Verkehrsanbindung, Grünanlagen etc.
⁴⁴ Breer, 2007
⁴⁵ ebenda
⁴⁶ vgl. Köln, 2009

Wie bewerten die Nationalitäten die Nachbarschaft in ihrem Umfeld in Bezug auf...?
[in Schulnoten]

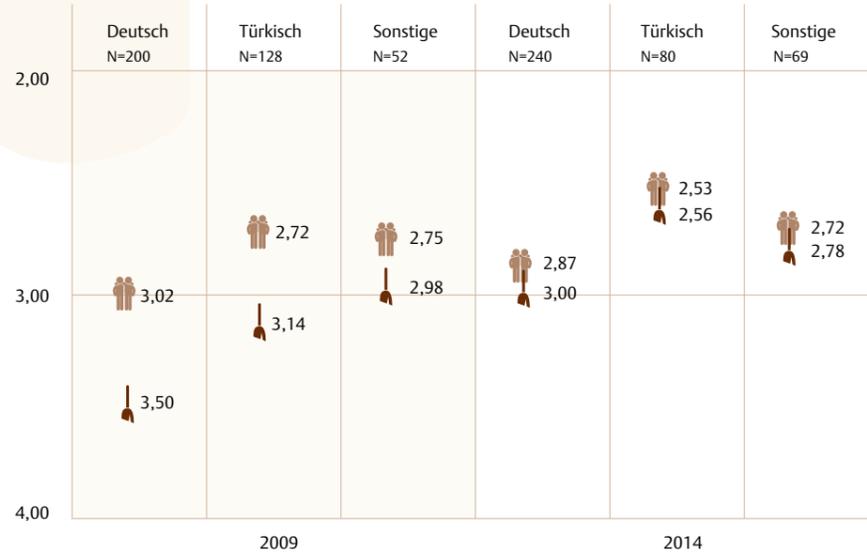


Abb. 8: Zufriedenheitsbewertung nach Nationalitäten 2009 / 2014

Sauberkeits- / Gemeinschaftsbewertung [in Schulnoten]

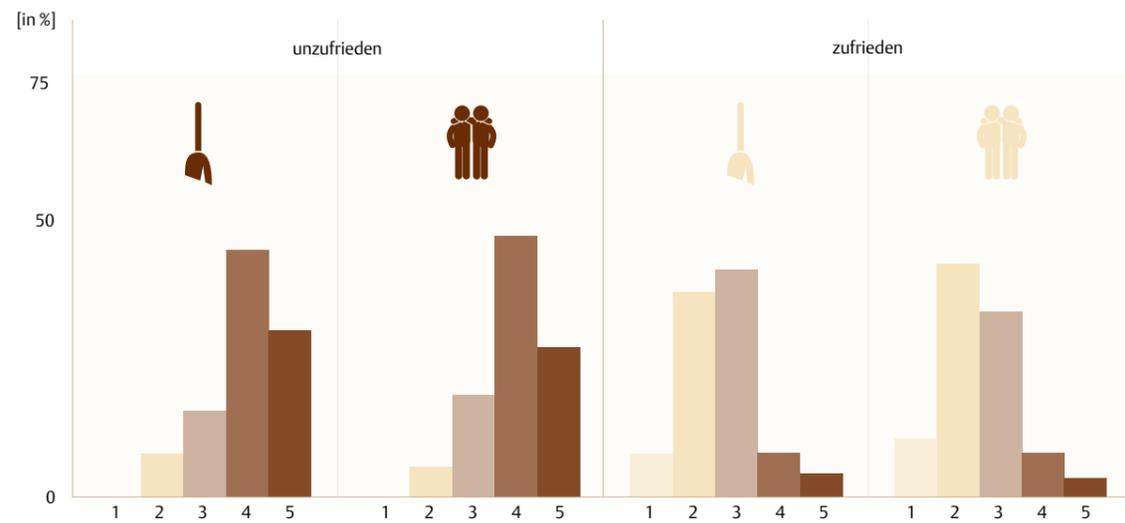


Abb. 9: Bewertung des Umfeldes durch zufriedene und unzufriedene Anwohnerschaft 2014

Sicherheitsempfinden im Viertel

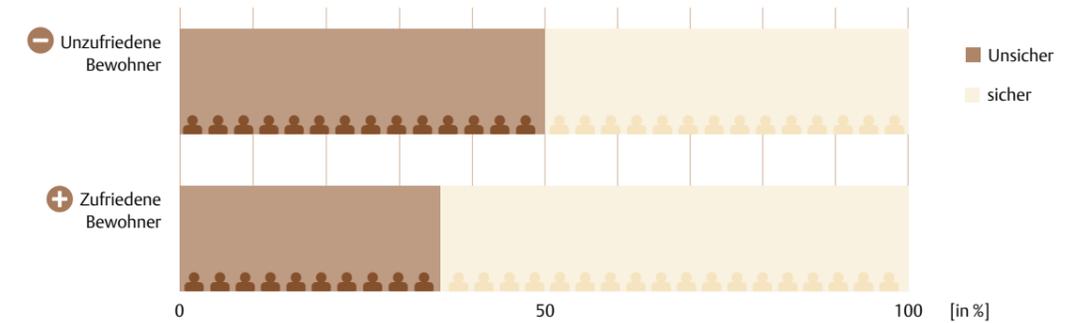


Abb. 10: Sicherheitsempfinden zufriedener und unzufriedener Anwohner/innen 2014

Kriminalitätsfurcht zufriedener und unzufriedener Kölner 2014

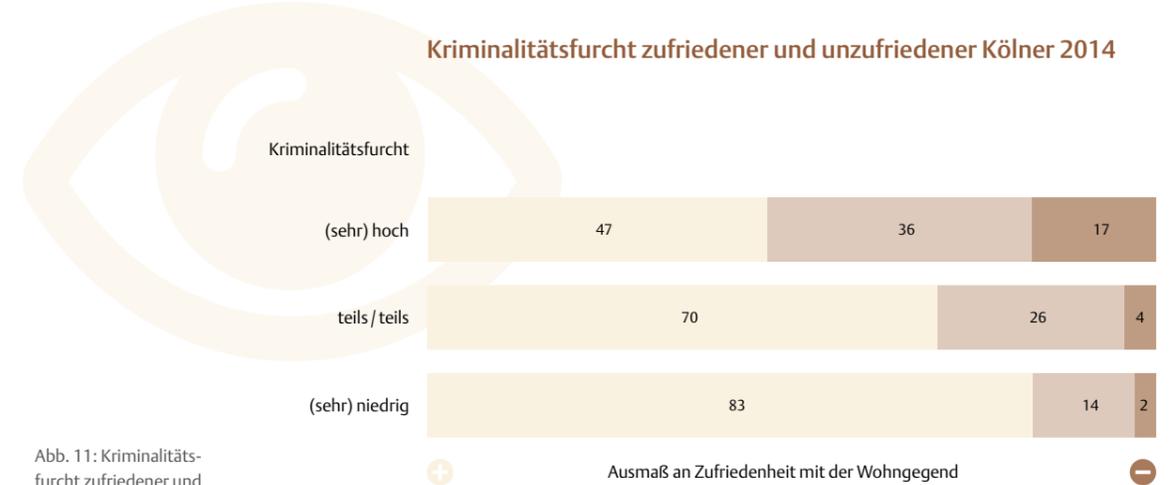


Abb. 11: Kriminalitätsfurcht zufriedener und unzufriedener Kölner / innen 2014 [Köln, 2009]

Fazit: Die Quote derjenigen, die aus dem Projektgebiet wegziehen würden, wenn Sie könnten, ist um 9% gesunken. Ein eindeutiger Hinweis auf ein gestiegenes Wohlempfinden im Veedel. Die bekannten Zusammenhänge zwischen Verschmutzung und Unsicherheitsgefühlen sowie Sauberkeit und Zufriedenheit werden bestätigt.

Engagement

Der empirische Nachweis einer tatsächlichen Erhöhung des individuellen Engagements aufgrund der Initiative „Hallo Nachbar“ kann im begrenzten Rahmen dieser Evaluation nicht erbracht werden. Neben dem sichtbaren Engagement (s. u.) kann nur auf die von den Befragten behaupteten Verhaltensänderungen zurückgegriffen werden. Dabei scheinen insbesondere die Themen Plastikvermeidung und Abfalltrennung bei einigen Bürgern angekommen zu sein (Abb. 12). Selbst wenn dies nicht in allen Fällen mit einer tatsächlichen Verhaltensänderung einhergeht, so ist doch die bloße Kenntnisnahme dieser Problematik als Erfolg zu werten. Dies gilt umso mehr, als in vielen Herkunftsländern der Anwohnerschaft Umweltschutz und Abfalltrennung keine Alltagsthemen sind.⁴⁷

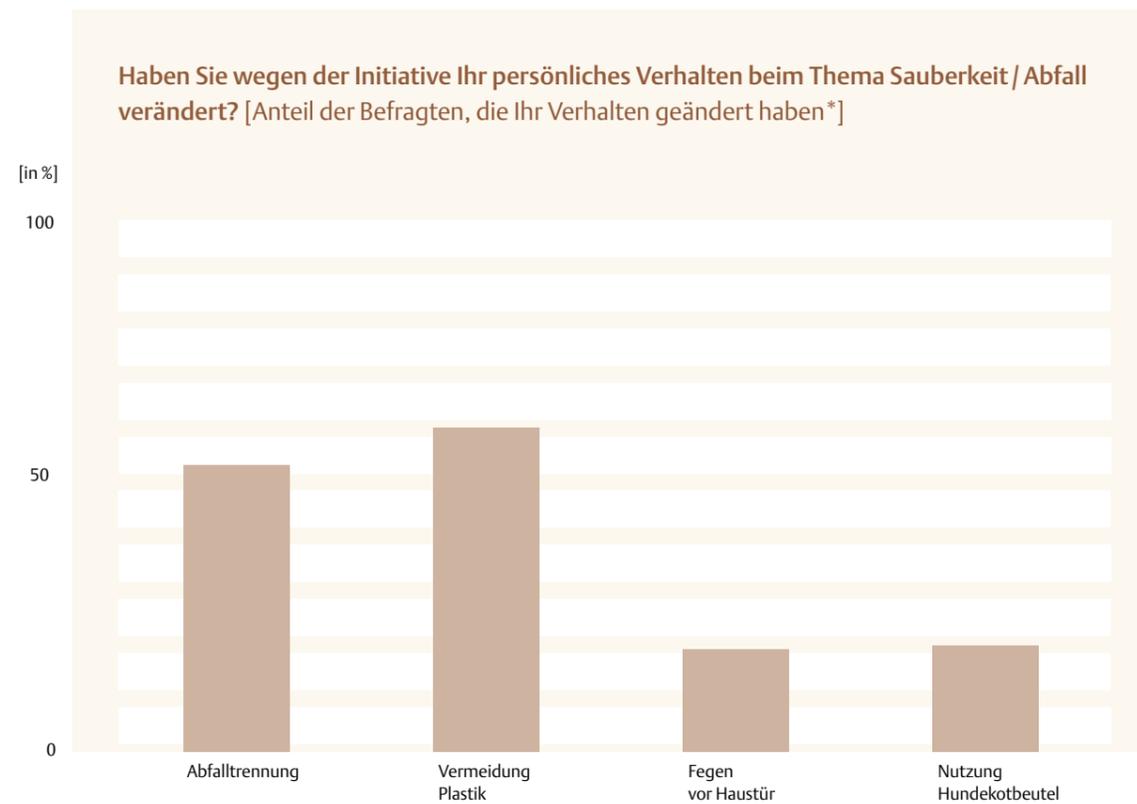


Abb. 12: Bekundete Verhaltensänderungen bei der Anwohnerschaft

*Unter den restlichen Befragten sind auch Bürger, die sich bereits vorher vorbildlich verhalten haben (z. B. Mülltrennung) oder keine Verhaltensänderung durchführen konnten (kein Hund).

Nach ihrem ehrenamtlichen Engagement befragt, bekunden bis dato ehrenamtlich inaktive Personen

in 2009 zu 45%, sich in Zukunft für eine gute Sache engagieren zu wollen. In 2014 wächst diese Quote auf 50%.

Die bekundete größere Bereitschaft zum Engagement wird am Ende des Projekts tatsächlich an vielen Stellen sichtbar:

- An vielen anderen Stellen im Projektgebiet wurden in privater Initiative Blumenbeete auf Baumscheiben oder Hochbeete angelegt
- Mit der gemeinsamen Arbeit in den Bewohnergärten auf dem Gelände der GAG-Siedlung Hacketäuer Straße wurden Kommunikation und nachbarschaftliche Kontakte zwischen den Bewohner / inne / n gefördert und gestärkt. Diese Aufwertung der zuvor verwahrlosten und von Hundekot verdreckten Wiese entfaltete die beabsichtigte Außenwirkung: Etliche Bewohner / innen / Geschäftsinhaber / innen aus der Nachbarschaft legten ihrerseits Blumenbeete an und bepflanzten Baumscheiben in der direkten Umgebung der Gärten.
- Kaum eine / s der im Zuge der Sauberkeitsinitiative aufgewerteten Flächen / Objekte fiel dem Vandalismus zum Opfer; im Gegenteil: Viele Anwohner / innen und Geschäftsleute bemühen sich durch Anpflanzungen, regelmäßige Reinigung des Gehwegs, Aufstellen von Bänken etc. um Erhaltung des gehobenen Niveaus und setzen damit Zeichen für eine gute Nachbarschaft. Augenscheinlich erfreuen sich die von Anwohner / inne / n handgemachten Verschönerungen eines besonderen Respekts aller gesellschaftlicher Gruppen vor Ort.

Fazit: Die Ergebnisse der Bürgerbefragung indizieren eine erhöhte Bereitschaft zum Engagement seitens der Anwohner / innen. Nimmt man die sichtbaren Wohnumfeld-Verbesserungen hinzu, so ist diese Bereitschaft tatsächlich erkennbar. Ferner wird der bekannte Zusammenhang zwischen gepflegtem öffentlichen Raum, verringertem Vandalismus sowie erhöhter Sauberkeit und Ordnung bestätigt.



Umgang mit Abfall

In den Interviews der zweiten Bürgerbefragung gaben viele Passanten an, ihr Abfallverhalten geändert zu haben (Abfalltrennung, Nutzung von Hundekotbeuteln etc.; Abb. 12). Diese Aussage kann im Rahmen dieser Evaluation nicht verifiziert werden. Allerdings wird sie durch die Resultate der AWB Sauberkeitsmessungen gestützt. Die Anfragen in der Bürgerkontaktstelle machen deutlich, dass die Themen Abfalltrennung und Sperrmüllanmeldung keinesfalls allen Menschen geläufig sind und Aufklärungsbedarf besteht. Die Auswertung des Logbuchs zeigt, wie wichtig die Bürgernähe der „Berliner 67“ war. Viele Anwohner/innen ersuchten die Mitarbeiterinnen um Unterstützung, wenn sie „wilden Müll“ melden oder Sperrmüll anmelden wollten. Hier gibt es Wissenslücken und sprachliche Barrieren, die von der Bürgerkontaktstelle sehr gut überbrückt wurden.

Veränderungen im Abfallverhalten der Bewohner/innen und Geschäftsleute sind auch vor Ort erlebbar: Die Angabe von ca. 20% der Befragten, heute häufiger vor der eigenen Tür zu kehren (Abb. 12) deckt sich mit den Beobachtungen der Ansprechpartnerinnen vor Ort. Zusätzlich von den AWB aufgestellte Straßenpapierkörbe erleichtern ein konformes Abfallverhalten. Aus Berichten der AWB geht hervor, dass Abfalltonnen im Verlauf des Projekts zunehmend „ordentlicher“ zur Entleerung bereitgestellt wurden.



Zu Beginn des Projektes wurden einige besonders problematische Schmutzecken ausgemacht, an denen es laufend zur Ablagerung von wildem Müll kam. An zwei dieser „Müll-Hotspots“ wurden entsprechende Hinweisschilder an Hauswänden angebracht. Hier ist es zu sichtbaren Verbesserungen gekommen. Dabei ist es nach Angaben der AWB nicht zu einer Verlagerung in andere (neue) Schmutzecken gekommen.

Fazit: Es gibt klare Indizien für den von vielen Befragten behaupteten verbesserten Umgang mit Abfall: Die Verschmutzung durch Hundekot, Littering und wilden Müll ist nachweislich geringer geworden. Diese Verbesserungen werden von der Anwohnerschaft und den Multiplikatoren wahrgenommen. So erhält die Meinungsspirale den gewünschten positiven Auftrieb.



Nutzung der Bürgerkontaktstelle „Berliner 67“

Der Evaluierung der Bürgerkontaktstelle „Berliner 67“ als Dreh- und Angelpunkt des angestrebten Bürgerdialogs kommt besondere Bedeutung zu.

Sie ist Instrument der Initiative „Hallo Nachbar“, um die Menschen in ihrem Alltag zu erreichen. Zu festen Öffnungszeiten, zentral an der Berliner Straße gelegen, war sie über zwei Jahre⁴⁸

- > Anlaufstelle für konkrete Anliegen und Unterstützung,
- > Informationsbörse zu allen abfallrelevanten Themen,
- > Veranstaltungs- und Tagungsort,
- > Secondhand-Börse,
- > Ort der Kommunikation (inkl. Tee) und
- > auch „Kummerkasten“ für unterschiedliche Problemstellungen.



Die Nutzung der Bürgerkontaktstelle ist streng genommen kein Indikator für eine veränderte Verhaltensweise. Dennoch können einige wichtige Erkenntnisse aus der Auswertung des Logbuches gezogen werden, die für die Überprüfung der Wirksamkeit der angewandten Methoden wichtig sind.

Die Bürgerkontaktstelle hat alle Bevölkerungsgruppen im Veedel erreicht. Besonders bemerkenswert ist allerdings, dass der Anteil der türkischstämmigen Besucher / innen mit 28,6% überdurchschnittlich hoch liegt⁴⁹ (Abb. 13). Dies fällt umso positiver ins Gewicht, da das Gebiet als ein segregierter Raum mit manifesten türkischen parallelgesellschaftlichen Strukturen gelten kann. Hier konnten Kontakte zu türkischstämmigen Bürger / innen geknüpft und deren Dazugehörigkeitsgefühl gestärkt werden.

⁴⁸ Das in den nachfolgenden Abbildungen dargestellte fünfte Halbjahr umfasst nur vier Monate.

⁴⁹ D.h. er lag mit 4% über dem Anteil der Türkischstämmigen an der Gesamtbevölkerung im Projektgebiet.

Zusammensetzung der Stichproben zur „Herkunft“

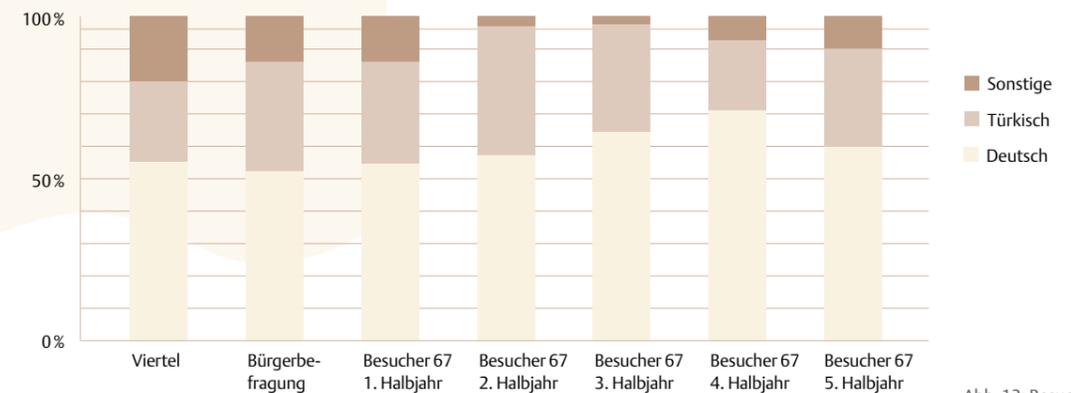


Abb. 13: Besucherstruktur der Bürgerkontaktstelle nach „Herkunft“

Zusammensetzung der Altersgruppen nach „Herkunft“ der Besucher der „Berliner 67“

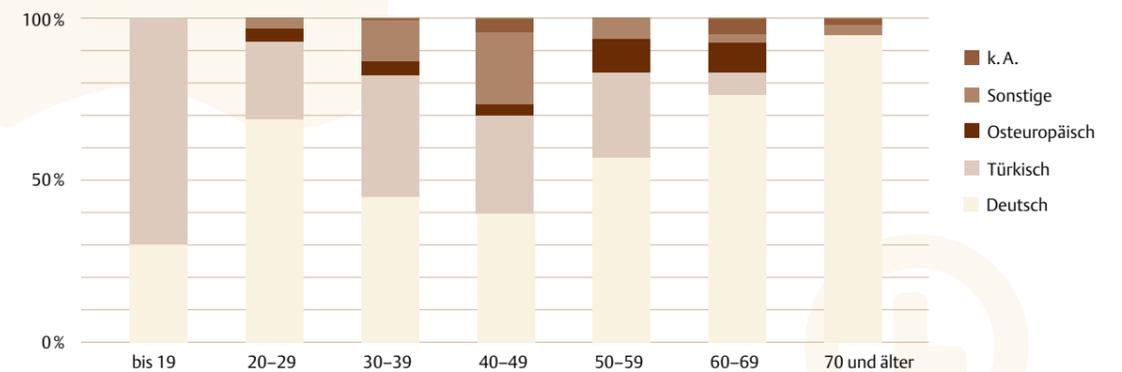


Abb. 14: Besucherstruktur der Bürgerkontaktstelle nach Alter

Der überwiegende Teil der Besucher ist weiblich (64,7%). In Hinblick auf die Altersstruktur dominieren bei der Jugend i. W. die türkischstämmigen Jugendlichen (jünger als 20: 71% türkischstämmig) und bei den älteren Menschen die Deutschen (älter als 70 Jahre: 96% Deutsche).

Die Anzahl der Kontakte pro Öffnungstag hat sich innerhalb von zwei Jahren tendenziell erhöht, d. h., es ist nicht zu einem „Abnutzungseffekt“ gekommen, sondern vielmehr zu einem „Schneeballeffekt“. Insgesamt besuchten 961 Anwohner / innen die Bürgerkontaktstelle. Auch wenn einige „Stammgäste“ regelmäßig in die „Berliner 67“ gekommen sind⁵⁰, handelt es sich bei dem überwiegenden Teil der Kontakte um einmalige „Laufkundschaft“ oder gezieltes Aufsuchen der Bürgerkontaktstelle wegen eines Anliegens. Es kann daher von einer tiefen Durchdringung in das Projektgebiet gesprochen werden.

⁵⁰ Zum Beispiel zwei Damen mit Hunden um für diese „Leckerlis“ abzuholen. Des Weiteren sind auch Multiplikatoren wie die Sozialraumkoordinatorin oder die Bereichspolizistin mehrfach als Kontakt registriert worden.

Kontakte pro Öffnungstag [Monatsdurchschnitt]

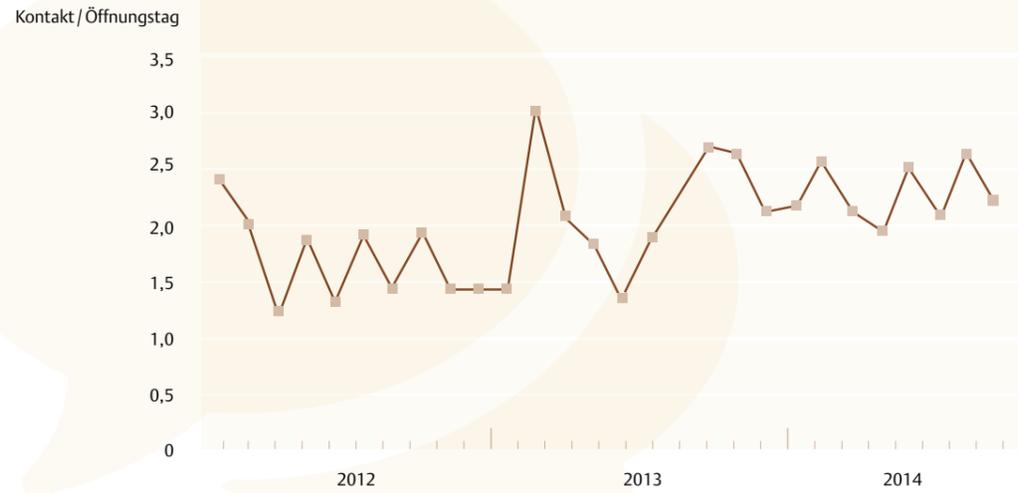


Abb. 15: Besucherfrequentierung der Bürgerkontaktstelle

Ungefähr bei der Hälfte der Kontakte handelte es sich um einen kurzen Informationsaustausch von weniger als zehn Minuten. Der Anteil der längeren Gespräche hat mit der Zeit deutlich zugenommen. Dies kann als Hinweis darauf gelten, dass die Bürger/innen dem Angebot der Stadt („Berliner 67“ und ihren Mitarbeiterinnen) zunehmend vertrauen: Sie kommen wieder und ihr Informations- bzw. Kommunikationsbedürfnis steigt.

Besonders auffallend ist die Veränderung bei den Gründen, aus denen die Bewohner/innen die „Berliner 67“ aufsuchen: Während im ersten Halbjahr fast 40 % der Kontakte Informationen über die Initiative „Hallo Nachbar“ selbst einholen wollten, fanden im weiteren Verlauf die (gerade erlebten) aktuellen Aktionen im Rahmen der Sauberkeitsinitiative zunehmend ihren Widerhall, aber auch Angebote in der „Berliner 67“ selbst. Ebenfalls haben die „sonstigen Themen“⁵¹ ohne Bezug zum Thema Stadtsauberkeit in den fünf Halbjahren zugenommen (vgl. Abb. 18). Die Bürgerkontaktstelle ist also als zentraler Anlaufpunkt für den Austausch über Themen und Anliegen aller Art bei den Veedels-Bewohner/innen angekommen.

Anzahl Kontakte pro Öffnungstag [Quartalsauswertung]

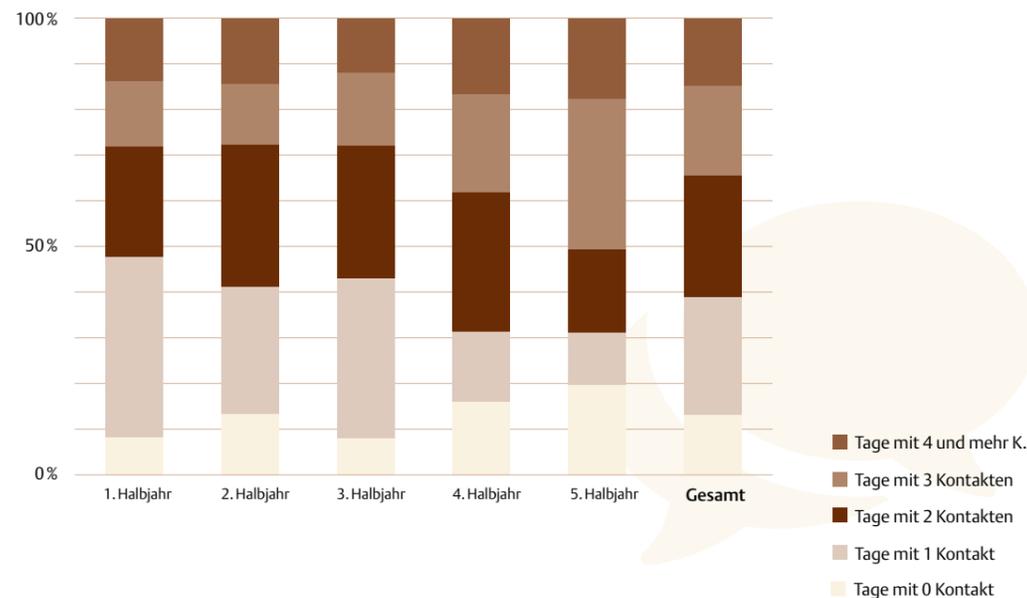


Abb. 16: Besucherfrequentierung der Bürgerkontaktstelle

Dauer der Gespräche mit Besucher/inne/n

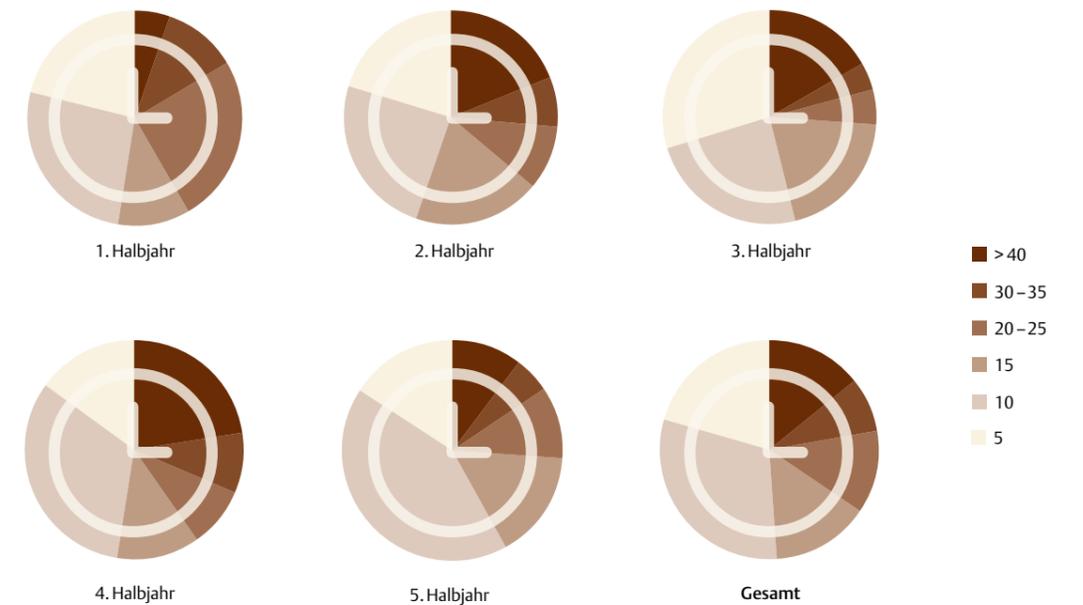


Abb. 17: Länge der Gespräche in der Bürgerkontaktstelle

⁵¹ Wohnungssuche, Probleme mit Vermietern, Arbeitssuche, Hilfe bei Formularen etc.

Das Thema Abfalltrennung ist im Laufe der Zeit in den Hintergrund getreten. Auch die Meldungen von Verschmutzungen haben im zweiten Jahr der „Berliner 67“ deutlich abgenommen. Wegen der im 2. Halbjahr neu hinzukommenden Kategorien „Aktionen in der Berliner 67“ und „Stadtentwicklung“ ist ein Blick auf die absoluten Zahlen aufschlussreicher: Bei den Meldungen von regelwidrigem Abfallverhalten und zur Stadtsauberkeit zeigt sich, dass es nach wie vor Anfragen zum Thema Mülltrennung gibt. Auch Verschmutzungen durch weggeworfenen Abfall (Littering) und Sperrmüll (wilder Müll) werden der „Berliner 67“ im Jahr 2014 vorgetragen.

Tendenziell schlägt sich die Verbesserung der Sauberkeit im Veedel auch im „Meldeverhalten“ der Bürger/innen nieder: Nach durchschnittlich mehr als sechs Meldungen im Monat in 2012 sind es in 2014 nur noch ca. vier.

Die Rückschlüsse auf eine erhöhte Sauberkeit werden zusätzlich durch die AWB-eigenen Untersuchungen bekräftigt: Während in 2009 125 Fälle von Littering und 54 m² gereinigte Graffiti-Flächen gemeldet wurden, waren es in 2014 nur noch 75 Fälle von Littering und 5 m² gereinigte Graffiti-Flächen.

Themenstellungen in der „Berliner 67“

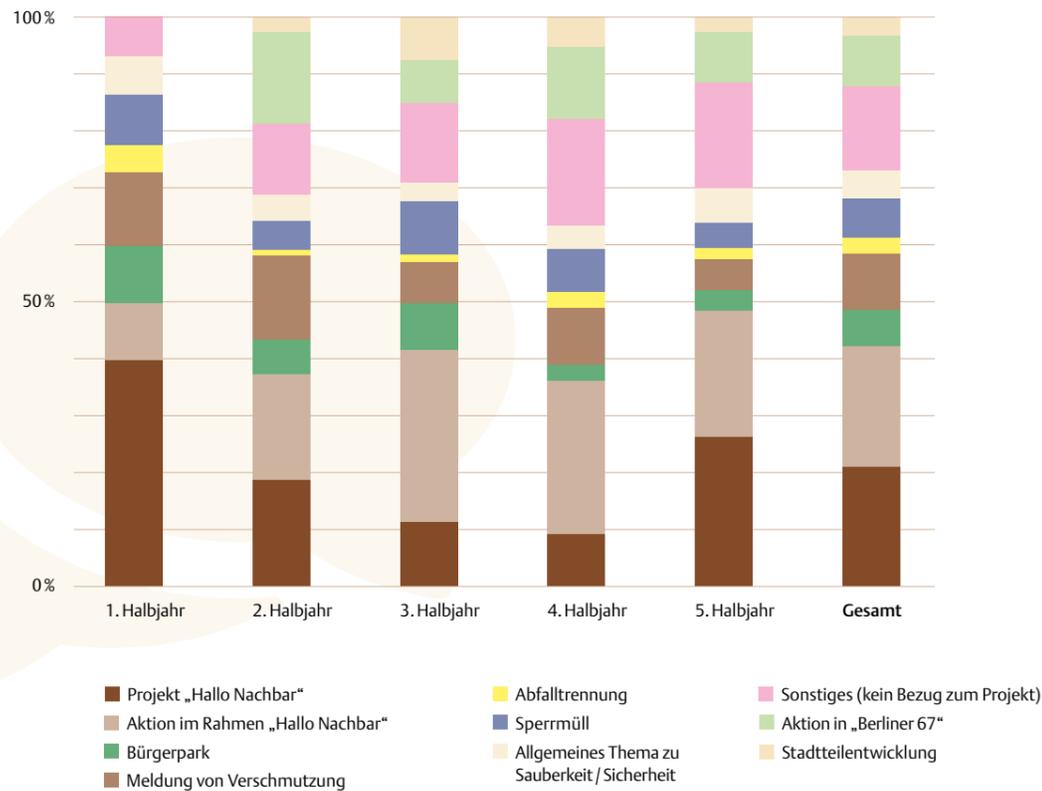


Abb. 18: Themen der Kontakte in der Bürgerkontaktstelle

Anzahl und Art der Meldungen von Verschmutzungen

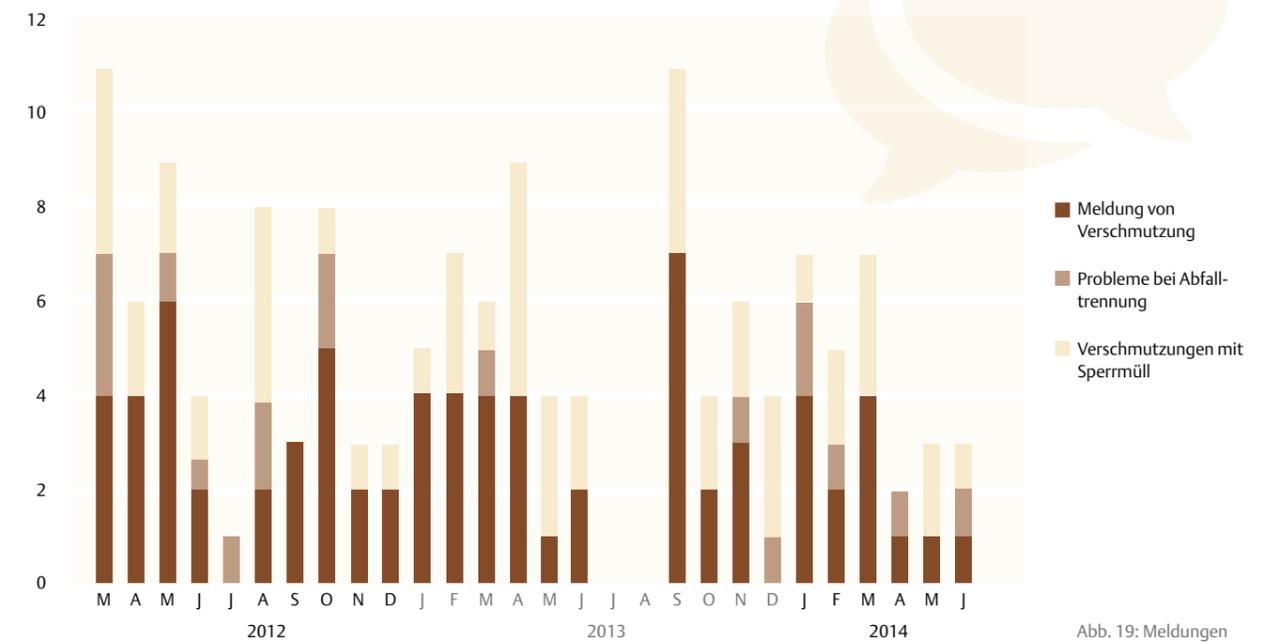


Abb. 19: Meldungen von Problemen in der Bürgerkontaktstelle

Anzahl der Meldungen von Problemen mit Verschmutzungen

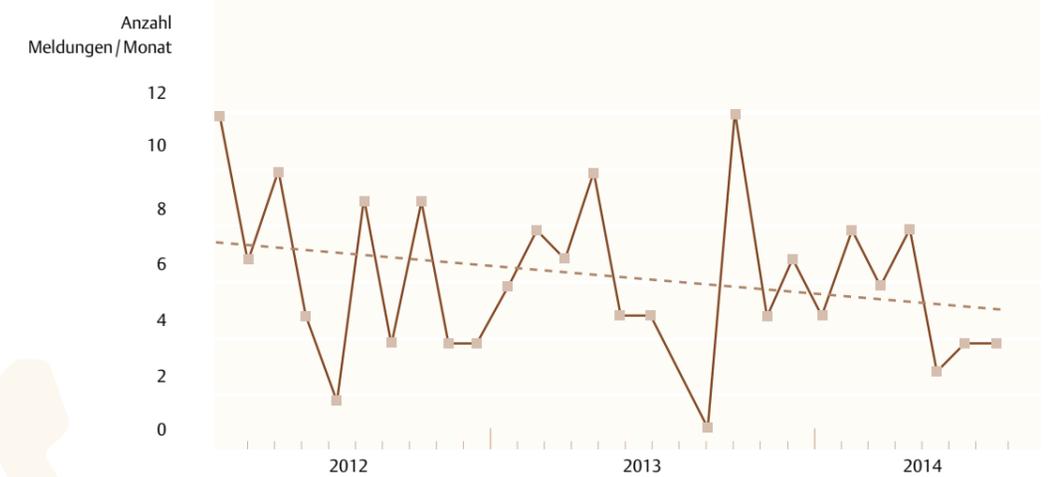


Abb. 20: Rückgang bei Meldungen von Problemen in der Bürgerkontaktstelle



Die Auswertung des Logbuchs zeigt, dass viele Besucher/innen (147 von 961 Kontakten) auch mit einer „Funktion“ im Viertel ausgestattet sind:

- > Geschäftsinhaber / innen
- > Hauseigentümer / innen
- > lokale Vereine / Institutionen
- > Schulen / Kindertagesstätten
- > Bereichspolizist / in

Mit der „Berliner 67“ wurde also ein breiter Querschnitt der Bewohnerschaft erreicht. Zwar leben im Projektgebiet überdurchschnittlich viele sogenannte „sozial schwache Menschen“, doch ist es keineswegs nur diese Gruppe, die die „Berliner 67“ aufsucht, auch sogenannte „Leistungsträger“ nutzen das Angebot. Hierin zeigt sich auch die ökonomische Triebkraft des Themas: Müll bzw. Sauberkeit sind zweifellos „harte“ Standortfaktoren für Geschäftsleute und Hausbesitzer / innen.

Besucher mit „Funktion“ im Viertel [147 Nennungen]

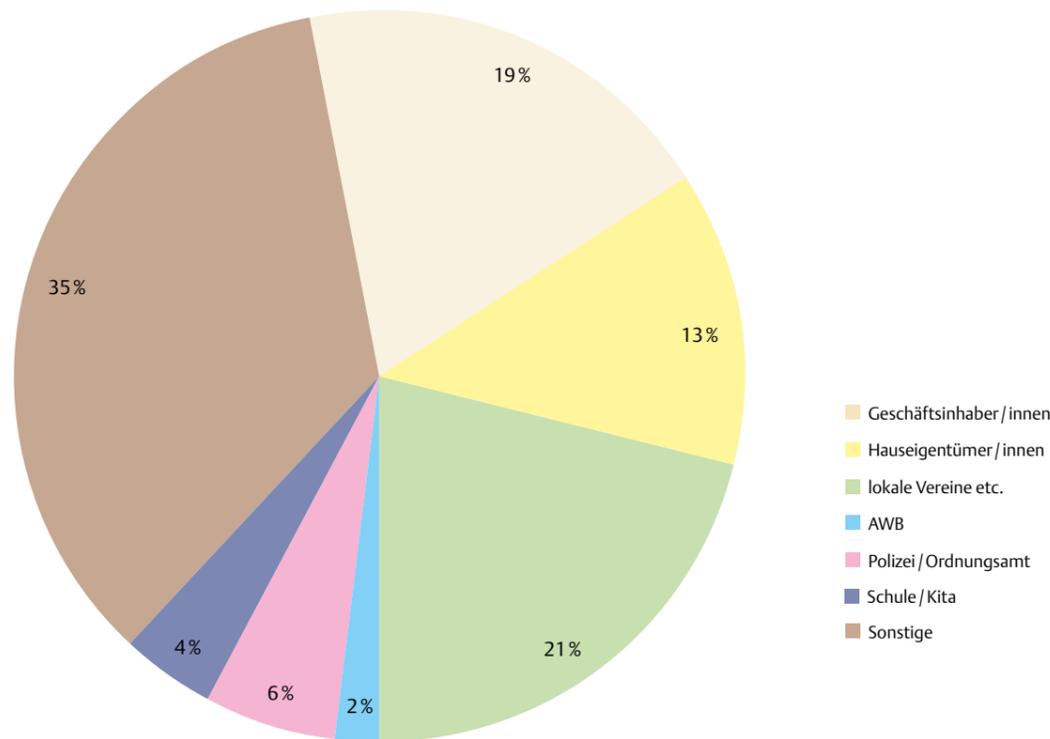
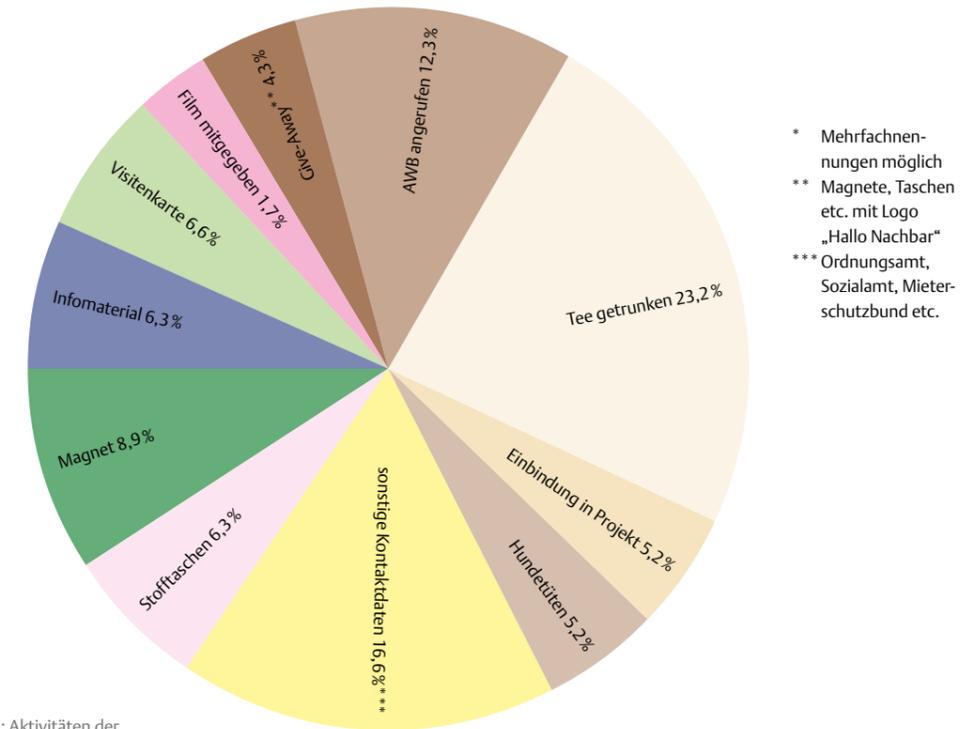


Abb. 21: Besucher / innen mit „Funktion“ in der Bürgerkontaktstelle

Anteil der Aktivitäten der „Berliner 67“ [347 Nennungen*]



* Mehrfachnennungen möglich
 ** Magnete, Taschen etc. mit Logo „Hallo Nachbar“
 *** Ordnungsamt, Sozialamt, Mieterschutzbund etc.

Abb. 22: Aktivitäten der Mitarbeiterinnen der Bürgerkontaktstelle

Die Aktivitäten der beiden Mitarbeiterinnen der „Berliner 67“ waren sehr vielfältig. Neben der „Werbung“ für die Ziele von „Hallo Nachbar“ wurde konkret geholfen, z. B.

- > Telefonnummern für Ansprechpartner / innen vermittelt (16,6%),
- > die AWB angerufen (12,3%).

Das beim Teestand auf dem Wochenmarkt bewährte Instrument des „Teetrinkens“ als Mittel des Kommunikationsaufbaus wurde in der „Berliner 67“ erfolgreich fortgesetzt. Fast ein Viertel der Besucher / innen nahm sich die Zeit, um mindestens einen Tee zu trinken und sich mit den Mitarbeiterinnen der „Berliner 67“ über das Viertel zu unterhalten.

Fazit: Die Bürgerkontaktstelle ist von der Anwohnerschaft sehr gut angenommen worden. Die Frequentierung konnte über die gesamte Zeit von 28 Monaten hoch gehalten werden und die Bürger / innen haben sich Zeit für ihren Aufenthalt genommen. Insbesondere junge türkisch-stämmige Anwohnerinnen fühlen sich angesprochen. Neben Fragen zum Abfallverhalten und zur Sauberkeit im Viertel hat die Bürgerkontaktstelle in vielen Fällen Kontakte zu „offiziellen“ Institutionen der Stadt Köln herstellen können. Des Weiteren war die „Berliner 67“ wichtige Anlaufstelle für die örtlichen Geschäftsinhaber / innen, Hausbesitzer / innen und Multiplikatoren. Sie wurde auch als Treffpunkt von örtlichen Bürgergruppen genutzt.

Resonanz und Akzeptanz

Der Projektansatz versteht sich als ein ganzheitliches Handlungskonzept. Die drei Arbeitsbereiche wurden demzufolge keinem separaten Wirkungsvergleich unterzogen. Dies gilt auch für die einzelnen Maßnahmen innerhalb eines Arbeitsbereichs. Auf die eingeschränkten Möglichkeiten einer Evaluation der umwelpädagogischen Maßnahmen wurde bereits hingewiesen.

Da jedoch der Anspruch bestand, mit ungewöhnlichen Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit „Aufsehen zu erregen“, d. h. Denkanstöße zu geben, sind Hinweise, welche dieser Aktionen bei den Bewohner / inne / n besonders „hängen geblieben“ sind, durchaus von Interesse.

Nimmt man den Bekanntheitsgrad als Indikator für den Erfolg einer Maßnahme, so hat sich die Bürgerkontaktstelle „Berliner 67“ zum Gesicht von „Hallo Nachbar“ entwickelt. Die „Berliner 67“ war ständig präsente Anlaufstelle für die Anwohner / innen, Geschäftsleute und Passanten sowie Treffpunkt von Initiativen und Aktionsdrehscheibe.

Obwohl zwischen seiner Anwesenheit auf dem Wochenmarkt (Februar – Juni 2010) und der Befragung ganze vier Jahre liegen, ist der Teestand den Bürger / innen des Viertels in guter Erinnerung geblieben. Dazu beigetragen hat wohl auch, dass der Teestand als mobiles „Markenzeichen“ der Initiative bei vielen anderen Gelegenheiten (z. B. bei Festen im Stadtteil) dabei war.

Das Corporate Design der Sauberkeitsinitiative war auf unterschiedlichen Trägern (Banner, Plakate, Schilder, Aufkleber, Beetstecker etc.) im Projektgebiet allgegenwärtig. Der hohe Bekanntheitsgrad von „Hallo Nachbar“ von 65 % zeigt, dass es gut in den Köpfen der Bewohner / innen verankert werden konnte.

Unter den Aktionen ragen vor allem die Stoffbeutel-Tauschaktion, der Teestand, „Geben und Nehmen“, die Beetstecker und die Hausbesuche hervor.



Was fällt Ihnen spontan als erstes zu der Initiative ein?

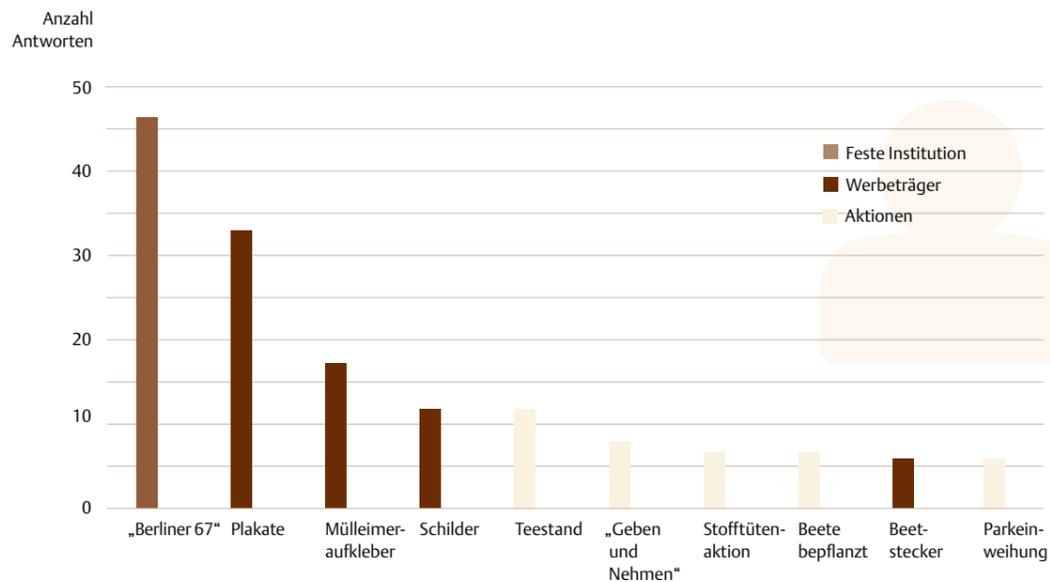


Abb. 23: Bekanntheitsgrad der Maßnahmen von „Hallo Nachbar“⁵²

52 Dargestellt sind die zehn am häufigsten genannten spontanen ersten Antworten der Passanten. 53 Mehrfachnennungen möglich, da zum Teil zwei bis drei Antworten gegeben wurden. In dieser Abbildung sind die 15 am häufigsten genannten Aktionen (ohne „Berliner 67“ und Werbeträger aus Abb. 23) aufgeführt.

Was waren die am häufigsten genannten Aktionen?

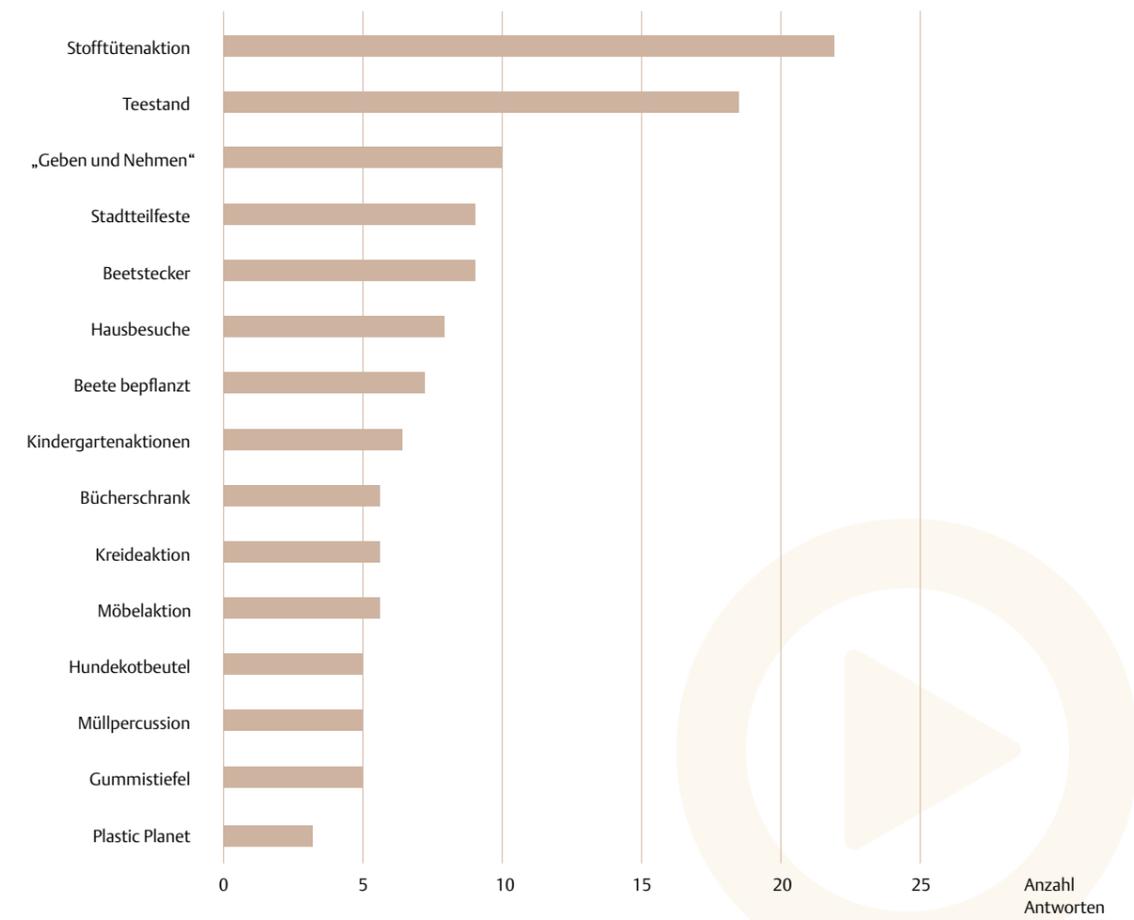


Abb. 24: Bekanntheitsgrad der Aktionen von „Hallo Nachbar“⁵³



Einen starken Nachhall finden auch die Maßnahmen, die zu sichtbaren Veränderungen im Umfeld der Anwohner geführt haben, wie z. B. der Nachbarschaftsgarten (Bunte Beete) und Blumenanpflanzungen.

Gut in Erinnerung geblieben ist eine nennenswerte Zahl von Kreativmaßnahmen⁵⁴. Diese liegen zum Zeitpunkt der Befragung mitunter zwei bis vier Jahre zurück. Bemerkenswert an diesem Ergebnis ist der Umstand, dass das Angebot an Kunst- und Kulturereignissen in diesem Quartier sehr gering ist. Dennoch kann Kunst augenscheinlich wirksam als Medium eingesetzt werden.

Einschränkend soll gesagt werden, dass Projekte, bei denen etwas verschenkt wird, i. d. R. immer Selbstläufer sind. So verhält es sich auch im Falle der „Hallo Nachbar“-Verschenkaktionen: Seien es Stoffbeutel (im Tausch gegen zehn Plastiktüten), Hundekotbeutel, alte Möbel (Verschenkaktion im Vorfeld einer Upcycling-Aktion) oder Tee. Hier gab es auch die bekannten „Mitnahmeeffekte“⁵⁵. Die Aktion „Geben und Nehmen“ führte ebenfalls zu einem Anstieg an Besuchen der „Berliner 67“; Besuche zum Geben und Nehmen hielten sich dabei die Waage.

Beim Blick auf die Fokusgruppe „Mülheimer mit türkischen Wurzeln“ ergibt sich ein zweigeteiltes Bild: Während die türkischstämmigen Mülheimer /innen individuell über die „Berliner 67“ und die Öffentlichkeitsarbeit sehr gut erreicht wurden, gelang es trotz intensiver Bemühungen nicht, die Projektanliegen über deren Multiplikatoren z. B. aus Moschee- oder Sozialvereinen zu transportieren. Wichtige Arbeit hinsichtlich der Zielgruppe der Mülheimer /innen mit türkischen Wurzeln leistete die türkischstämmige Mitarbeiterin der „Berliner 67“ sowie ein gut vernetzter türkischstämmiger Geschäftsmann (Mitglied in der Projektsteuerungsgruppe). Doch auch diesen beiden Multiplikatoren gelang der Zugang zu den Organisationen letztlich nicht. Individuell zeigten sich also die Mülheimer /innen mit türkischen Wurzeln erheblich aufgeschlossener gegenüber den Themen des Projekts als ihre Meinungsführer in den entsprechenden Organisationen⁵⁶.

So gab es eine hohe Beteiligung von türkischstämmigen Mülheimer /inne /n bei Stadtteilfesten, am Teestand, bei Besuchen in der „Berliner 67“, aber keine Beteiligung von „Hallo Nachbar“ an Veranstaltungen der türkischen Community.



54 Kunstprojekte, wie z. B. Kreideaktion, Möbel aus Sperrmüll.
55 Z. B. Hundekotbeutel werden von Nicht-Hundebesitzern als Gefrierbeutel umgewidmet oder es wurde versucht mit 100 Plastiktüten zehn Jutebeutel einzutauschen.
56 Von ähnlichen Problemen berichten auch [Kizilocak / Sauer, 2004].

STREET ART GEHT ANDERS!

LINER PARK HAT BESSERES VERDIENT. ALSO ZEIG, WAS DU KANNST!

SPIELGERÄTE ANSPRÜHEN

ALTE SPRÜHDOSEN LIEGEN LASSEN

Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN

INFORMATIONEN ZUR ORDNUNGSGEMÄßEN ENTSORGUNG EURER SPRÜHDOSEN BEKOMMT IHR IN DER BERLINER 67!

Mehr Informationen in der **BERLINER 67**

Stadt Köln

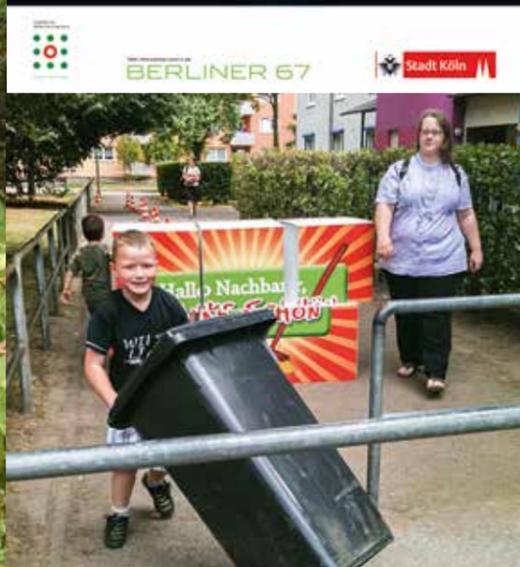


Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN

Spielen, feiern, toben!

Eine neue Vogelstschaukel, phantasievolle Wandbilder, frischer Sand – der Spielplatz an der Keupstraße macht jetzt wieder richtig Spaß. Überzeugt Euch selbst! Beim Spielplatzfest wartet ein tolles Programm auf Euch und Eure Eltern: mit Fotoshooting, Mülltonnenralle, Teestand – und ganz viel Platz zum Toben. Wir freuen uns auf viele kleine und große Gäste!

Spielplatzfest an der Keupstraße | Ecke Clevischer Ring
Sonntag, 23. Juni
12 bis 16 Uhr



Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die Themen Sauberkeit und Müll stehen ganz oben auf der Agenda der Städte. Dies gilt besonders für die Entwicklung sozial benachteiligter Quartiere. Hier sehen sich die Metropolen zudem einem hohen Integrationsdruck ausgesetzt. Die aufgrund von Krieg und Armut anwachsenden Migrationsbewegungen führen oftmals zu konfrontativen Begegnungen zwischen Einheimischen⁵⁷ und Neuankömmlingen.

Immer wieder entzündet sich der Streit an einem Thema: Der Müll in meiner (!) Straße – in meinem (!) Quartier! Viele Migranten sind mit den hiesigen Konsumgepflogenheiten und in der Folge einer regelkonformen Beseitigung des Mülls nicht vertraut und überfordert. Sie hierüber zu informieren bedeutet mehr als sie mit dem Thema Abfallentsorgung vertraut zu machen. Es leistet vielmehr einen konkreten Beitrag zum sozialen Frieden. Dabei reicht der bloße Hinweis auf vorhandenes Informationsmaterial und die Aufforderung, sich dieses zu besorgen, als „Öffentlichkeitsarbeit“ nicht aus. Dies gilt umso mehr für sogenannte „sozial schwache“, „bildungsferne“ Bevölkerungsgruppen. Hier spielt es kaum eine Rolle, ob es sich um den neuangekommenen Migranten oder eingesessenen Bürger der Stadt handelt. Beide stellen die Kommune gleichermaßen vor die schwierige Herausforderung, Informationen nachhaltig zu vermitteln.

Das Pilotprojekt „Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN“⁵⁸ hat gezeigt, dass mit einem differenzierten, zielgruppenorientierten Kommunikationsansatz die Menschen auch in einem schwierigen sozialen Umfeld erreicht werden können. Die Erfolge sind sowohl in der Sauberkeit, im Verhalten als auch in den Wohlfühlwerten messbar.

Anstelle herkömmlicher PR-Mittel, insbesondere das (zielgruppen-)unspezifische Verteilen von gedruckten Informationen – namentlich Flyern – wurde auf ein integriertes Handlungskonzept gesetzt.

Die definierten methodischen Arbeitsbereiche waren dabei eng miteinander verknüpft und synergetisch wirksam:

- > zielgruppengenaue, kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit
- > nachhaltige umweltpädagogische Maßnahmen
- > konkrete Hilfs- und Verbesserungsangebote

Die Wichtigkeit der Kontinuität öffentlichkeitswirksamer Maßnahmen ist hinlänglich bekannt⁵⁹ und wurde vom Projekt berücksichtigt: Logo und Aktionen von „Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN“ waren über fünf Jahre im Projektgebiet allgegenwärtig. Zudem hat sich auch bei „Hallo Nachbar“ bewährt, dass Slogan und Inhalte einer Initiative zusammenpassen müssen. Nur wenn die Öffentlichkeitsarbeit authentisch und zielgruppenorientiert ausgerichtet ist, wird sie Wirkung entfalten.

Der Nachhaltigkeitseffekt durch umweltpädagogische Maßnahmen ist unbestritten und fester Bestandteil aller Abfallwirtschaftskonzepte öffentlich-rechtlicher Entsorgungsträger.⁶⁰ Dennoch sind auch hier die Details entscheidend. So wurden im vorliegenden Fall keine Einzelaktionen durchgeführt, sondern langfristig und en bloc gearbeitet. Besonderer Wert wurde auf den Spaßfaktor beim „Zeigefingerthema“ Umweltschutz gelegt, denn das Thema „Müll“ finden Kinder und Jugendliche heute häufig „uncool“. Zur Untermauerung einer Corporate Identity aller „Hallo Nachbar“-Aktiven im Veedel war es außerordentlich wichtig, dass auch die Kinder und Jugendlichen immer in Verbindung mit den Aktivitäten der Erwachsenen standen.

Große Bedeutung bei Projekten in einem schwierigen sozialen Umfeld kommt Hilfs- und Verbesserungsangeboten zu. Hier ist konkret zu überlegen, durch welche (städtebaulichen) Maßnahmen eine Steigerung der Qualität des Wohnumfeldes direkt erlebbar gemacht werden kann. Dabei scheint es zielführend, wenn die öffentliche Hand „vorlegt“ und die Anwohner nach und nach beteiligt. Kleine Schritte und gedämpfte Erwartungen steigern das Erfolgserlebnis. Ohne „Betreuung“ geht es (zunächst) nicht. Die Eigenständigkeit des Engagements wächst erst langsam und keineswegs linear, bevor es sich selbst tragen kann. Hilfsangebote zur Verbesserung des Abfallverhaltens sollten in das Viertel „getragen“ werden. Statt Flyern mit Telefonnummern für Sperrmüllabfuhr sind örtliche Foren für die persönliche Ansprache wie ein Teestand oder eine Bürgerkontaktstelle „barrierefreier“ und damit auch effektiver.

Der große Unterschied in diesem Projekt im Vergleich zu anderen Sauberkeitsaktionen liegt in der Einbettung des Themas Müll / Sauberkeit in seinen soziologischen Kontext: Primär zielten die Maßnahmen immer auf Stärkung von Nachbarschaft, Kommunikation und Integration ab. Hier muss das Fundament gelegt werden, aus dem Eigeninitiative erwachsen und damit die gewünschte Nachhaltigkeit erzielt werden kann.



57 Mit „Einheimischen“ sind in diesem Bericht auch ansässige Bürger/innen mit Migrationshintergrund gemeint.

58 Im Stadtteil Köln-Mülheim von 9 / 2009 bis 6 / 2014 im Bereich der Berliner Straße sowie Marktplatz und Bürgerpark.

59 [BStMUGV 2005]

60 vgl. VKS-NEWS 2004

Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Dieser Ansatz führte zur Formulierung einiger Arbeitsthesen, an denen sich Konzeption und Durchführung der Projektmaßnahmen ausrichteten:

- Die Bereitschaft zu Engagement und Eigenverantwortung ist dort am ausgeprägtesten, wo der Bezug zur eigenen Lebensrealität am stärksten ist, nämlich im eigenen Stadtquartier⁶¹.
- Die Beteiligung der Anwohner / innen an der Pflege ihres Lebensumfeldes und ihre Identifikation mit diesem stehen in einem positiven wechselseitigen Verhältnis zueinander: Eine Beteiligung der Anwohner / innen weckt Identifikation mit dem und Verantwortungsbewusstsein für das Lebensumfeld; umgekehrt gilt: Je größer die Identifikation, desto ausgeprägter die Bereitschaft zum Engagement.
- Ob und wie man sein Umfeld pflegt, ist eine Frage von gesellschaftlicher Integration, Teilhabe und Chancengleichheit.
- Viele Müllverursacher wissen es nicht besser. Deshalb müssen die Informationen sowohl die Sprache der Menschen sprechen, für die sie bestimmt sind, als auch in deren vertrauter Umgebung eintreffen. Nur dann besteht Aussicht darauf, dass diese Informationen aufgenommen werden und in der Folge zu einer Änderung der Einstellung und des Verhaltens führen.
- Die Mehrheit der Anwohner / innen wünscht sich ein sauberes, gepflegtes und sicheres Wohnumfeld. Es gilt daher diese (sich subjektiv als Minderheit wahrnehmende) „schweigende Mehrheit“⁶² zu mobilisieren.
- Müll ist mehr als ein Umwelt- und Hygieneproblem. Er ist Indikator der jeweiligen sozio-kulturellen und ökonomischen Befindlichkeiten⁶³.

Die Ergebnisse der Evaluation geben Anlass zur Annahme, dass die Arbeitsthesen den Kern der Problematik treffen: So hat

- sich die Sauberkeit im Projektgebiet messbar verbessert und ebenso
- die Wahrnehmung der Sauberkeit – also das diesbezügliche Meinungsklima im Veedel,
- sich der Wohlfühlfaktor im Hinblick auf das Lebensumfeld verbessert,
- die Initiative auch Bürger / innen mit Migrationshintergrund erreicht und zum Mitmachen bewegt,
- das gestiegene Engagement der Bewohner / innen sichtbare Spuren im Viertel hinterlassen (Blumenbeete etc.) und
- die Bürger die vor Ort angebotenen Dialogmöglichkeiten durch die Stadt angenommen.

Die Evaluation hat anhand von vielen Beispielen gezeigt, dass es mit dem Pilotprojekt „Hallo Nachbar, DANKE SCHÖN“ gelungen ist, verkrustete Strukturen in einem schwierigen Umfeld (Segregation, migrantische Parallelgesellschaften, Arbeitslosigkeit und Bildungsferne) aufzubrechen. Die Menschen müssen in ihrem gewohnten Umfeld bzw. zu Hause angesprochen werden und für die Sache begeistert werden. Begriffe wie Lebensqualität, Nachbarschaft und Engagement müssen mit Leben gefüllt werden und erlebbar gemacht werden. Selbst Aktionen mit „erhobenem Zeigefinger“ müssen noch sympathisch empfunden werden. Bei der Projekt-Fokusgruppe der türkischstämmigen Mülheimer / innen – mit über 30% im Projektgebiet die größte Migrantengruppe – wird deutlich, wie wichtig die maßgeschneiderte Ansprache ist. Während die Einbindung von türkischen Organisationen mittels deren Multiplikatoren nicht gelang, wurden durch die vom Projekt eingesetzten türkischstämmigen Multiplikatoren die Mülheimer / innen mit türkischen Wurzeln in großem Umfang erreicht. Dies spiegelt sich insbesondere in dem hohen Anteil an Besucher / inne / n der Bürgerkontaktstelle und in dem überdurchschnittlichen Bekanntheitsgrad der Sauberkeitsinitiative unter den türkischstämmigen Bewohner / inne / n wider. Über das Alltagsthema „Müll“ gelang so ein sichtbarer Beitrag zur Integration.

61 vgl. auch [Hannover 2006]

62 [Noelle-Neumann 1980]

63 Der umgangssprachliche Begriff Müll (eigentlich Abfall) wird in diesem Bericht für Streumüll (also weggeworfene Abfälle) und „wilden Müll“ (also illegal abgestellten Sperrmüll) genutzt.





Literaturverzeichnis

[Baum 2006]

Baum, D.: Stadt, Sozialstruktur und Kriminalprävention; Sozialwissenschaftliche Einführung in „Städtebau und Kriminalprävention – Ein Leitfaden für die polizeiliche Praxis“; 2. Auflage, Stuttgart 2006; download unter www.polizei-beratung.de

[BMBF 2008]

INFA-ISFM e. V.: Forschungsprojekt für das BMBF: Untersuchung von Strategien, Methoden und Instrumenten für die nachhaltige Planung und Realisierung von Sauberkeit und Sicherheit in Städten, Ahlen 5 / 2008

[BStMUGV 2005]

Bayerisches Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz: Praxis-hilfe Saubere Stadt: Eine Handlungshilfe für Organisatoren und Akteure; download unter www.BStMUGV.bayern.de

[Breer 2007]

Jakob Breer: Optimierung der Leistung und Veränderung der Prioritäten in der Straßenreinigung; Münsteraner Schriften zur Abfallwirtschaft Band 12; Hrsg.: LASU der FH Münster, Münster 2007

[Geiling et. al. 2011]

Geiling, Heiko; Gardemin, Daniel; Meise, Stephan; König, Andrea: Migration – Teilhabe – Milieus: Spätaussiedler und türkischstämmige Deutsche im sozialen Raum, Wiesbaden 2011

[Hansmann 2004]

Hansmann, Ralf (ETH Zürich, Institut für Mensch-Umwelt-Systeme): Ursachen des Littering und Gegenstrategien aus psychologischer Sicht; Vortrag auf der VKS-Landesfachtagung der Landesgruppe NRW, 6. / 7.7.2004 in Bochum

[Hansmann 2006]

Hansmann, Ralf et al. (ETH Zürich, Institut für Mensch-Umwelt-Systeme): Eine Befragung zur Akzeptanz der Videoüberwachung der Abfallsammelstellen in der Stadt Winterthur; Zürich 1 / 2006; download unter www.uns.ethz.ch

[Hansmann 2007]

Hansmann, Ralf (ETH Zürich, Institut für Mensch-Umwelt-Systeme): Entsorgungsverhalten und Anti-Littering Kampagnen aus psychologischer Sicht; Vortrag auf dem Seminar „Die saubere Stadt“, Bremen 20. / 21.3.2007

[Häußermann / Siebel 2004]

Hartmut Häußermann, Walter Siebel: Stadtsoziologie. Eine Einführung. Campus-Verlag, Frankfurt am Main 2004

[Hannover 2006]

Landeshauptstadt Hannover: Lagebericht zur Stadtentwicklung (Großstädtevergleich / Schwerpunktthema Bürgerschaftliches Engagement); Hannover 4 / 2006; download unter www.hannover.de

[Home Office 2001]

Home office, Research, Development and Statistics Directorate: Antisocial behaviour and disorder: findings from the 2000 British Crime Survey, London 2001

[Kizilocak / Sauer 2004]

Kizilocak, Gülay; Sauer, Martina: Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der türkischen Migranten in Deutschland; Stiftung Zentrum für Türkei-studien (Institut an der Universität Duisburg-Essen); download unter http://www.21-kom.de/fileadmin/user_upload/PDFs/04_Menschen_mit_Migrationshintergrund/Umweltbewusstsein_Tuerkischstaemmiger_MigrantInnen.pdf

[Köln 2009]

Amt für Stadtentwicklung und Statistik: Leben in Köln-Umfrage 2009: Zum Sicherheitsempfinden der Kölner Bevölkerung; Kölner Statistische Nachrichten 2 / 2012; download unter http://www.stadt-koeln.de/mediaasset/content/pdf15/koelner_statistische_nachrichten_2012_4_sicherheitsempfinden.pdf

[Köln 2010]

Amt für Stadtentwicklung und Statistik: Kölner Stadtteilinformationen (Zahlen 2010)

[Maier / Michelsen 2003]

Maier, Konrad; Michelsen, Gerd: Nachhaltige Stadtentwicklung – eine Herausforderung für Umweltkommunikation und Soziale Arbeit; Verlag für akademische Schriften, Frankfurt 2003

[Noelle-Neumann 1980]

E. Noelle-Neumann: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. Langen Müller, München 1980

[Schubert 2005]

Schubert, Herbert: Sicherheit durch Stadtgestaltung. Städtebauliche und wohnungswirtschaftliche Kriminalprävention, Köln 2005

[Schwind et al. 2001]

Schwind, Fechtenhauer; Ahlborn, Weiß: Kriminalitätsphänomene im Langzeitvergleich am Beispiel einer deutschen Großstadt, Bochum 2001

[VKS-NEWS 2004]

VKS-NEWS: Düren als Sieger bei der Initiative „Saubere Kommune“, in: VKS-NEWS 11 / 2004 (S. 12)

Anlagen

Die Anlagen stehen unter
www.stadt-koeln.de/hallo-nachbar/
zum Download bereit.



Anlagenband: Projektdokumente

Maßnahmenpläne 2009 – 2014
Berichte
Pressemitteilungen

Anlagenband: Evaluationsdokumente

Fragebogen Erste Bürgerbefragung
Fragebogen Zweite Bürgerbefragung
Fragebogen Multiplikatoren-Befragung
Aufbau des Logbuches
Ergebnisse Erste Bürgerbefragung
Ergebnisse Zweite Bürgerbefragung
Ergebnisse Multiplikatoren-Befragung
Ergebnisse Auswertung „Logbuch“

Amt für Umwelt- und Verbraucherschutz
Sabine Müller
Stadthaus Deutz – Westgebäude
Willy-Brandt-Platz 2
50679 Köln

Telefon: 0221 / 221-24697
sabine.mueller3@stadt-koeln.de



Diese Broschüre wurde erstellt mit
freundlicher Unterstützung der



Der Oberbürgermeister

Amt für Umwelt- und Verbraucherschutz
Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Redaktion:
Stadt Köln
INFA-ISFM e. V.
AWB

Fotos:
Stadt Köln
Hanne Engwald

Gestaltung:
Heimrich & Hannot GmbH

Druck:
Pieper GbR / Steinbach Werbedruck