



Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
Swiss Federal Institute of Technology Zurich

USYSTdLab
Department of Environmental Systems Science
Transdisciplinarity Lab · Science-Society Interface



Raumpatenschaften für Sauberkeit im öffentlichen Raum zur Bekämpfung von Littering

Erarbeitung wissenschaftlicher Grundlagen zur Erstellung eines Leitfadens für die Realisierung von Raumpatenschaften in der Praxis

Studienteil A: Recherche zur Analyse des Status Quo und Interviews mit Vertretern aus der Praxis zur Effektivität und optimalen Gestaltung von Raumpatenschaften

Studienteil B: Feldexperiment zur Analyse des Einflusses von Hinweisschildern zu Raumpatenschaften auf die Littering-Menge vor Ort

Nora Steimer und Ralph Hansmann

IG saubere Umwelt (IGSU)

und

ETH Zürich, Department of Environmental Systems Science (D-USYS),
Transdisciplinarity Lab (TdLab)

Mit Unterstützung des Bundesamt für Umwelt (BAFU)

Zürich, 17. November 2016

IGSU

Interessengemeinschaft für eine saubere Umwelt und für mehr Lebensqualität
Naglerwiesenstrasse 4, 8049 Zürich, Telefon +41 43 500 19 99
info@igsu.ch, www.igsu.ch

Zusammenfassung

Eine Recherche bezüglich bestehender und abgeschlossener Raumpatenschaften in der Schweiz wurde angestellt und anschliessend wurden Experteninterviews mit Organisatoren und anderen Vertretern von 20 Raumpatenschaftsprojekten durchgeführt. Aufgrund der Recherchen und Interviews lässt sich schlussfolgern, dass Raumpatenschaften einen erfolgversprechenden Ansatz zur Verbesserung der Sauberkeit im öffentlichen Raum in der Schweiz darstellen, der bereits an vielen Orten erfolgreich umgesetzt werden konnte. Es gab zwar bei einzelnen Projekten auch Probleme und Hindernisse, diese konnten jedoch gemeistert werden. Raumpatenschaften tragen in den meisten Fällen deutlich zur Verminderung von Littering und Erhöhung der Sauberkeit im öffentlichen Raum bei und können hierdurch helfen den Reinigungsaufwand für Städte und Gemeinden zu reduzieren. Die vielen positiven Beispiele und funktionierenden Ansätze und Vorgehensweisen, die in den Interviews beschrieben wurden, können substantiell dazu beitragen, Probleme oder Hindernisse für zukünftige Patenschaftsprojekten zu vermeiden. Aus den gewonnenen Erkenntnissen wurde daher im Sinne eines Best Practice Approaches ein „Leitfaden für Raumpatenschaften in der Praxis“ abgeleitet.

Wichtige Schlussfolgerungen für eine optimale Gestaltung und Umsetzung von zukünftigen Raumpatenschaften konnten gezogen werden. Raumpaten sind häufig idealistisch motiviert. Dennoch ist es wichtig, auch Anreize für die Übernahme einer Patenschaft zu geben. Der Einsatz soll den Paten zudem Spass machen und einen Imagegewinn für diese erreichen, so dass eine Win-Win Situation für Paten und Städte bzw. Gemeinden erreicht wird. Eine hohe Wertschätzung und gute, umfassende Unterstützung der Raumpaten durch die Organisatoren eines Patenschaftsprojekts von Beginn an und die Veranstaltung sozialer Events wie Helferfeste, Dankesfeste oder Aktionstage, an denen ein wechselseitiger Austausch zwischen Raumpaten untereinander und mit den Organisatoren erfolgen kann, sind daher wichtig. Durch eine Kombination von persönlichen Kontakten und medialen Aufrufen können leichter Paten gewonnen werden, die sich dauerhaft engagieren. Befristete Patenschaften können dennoch sinnvoll sein, um die Hürden für einen Einstieg zu mindern und Anlässe zum Dank an Paten und die Gewinnung neuer Paten zu begründen. Eine Berichterstattung über Raumpatenschaften in den Medien und eine geeignete Kennzeichnung der betreuten Räume vor Ort sind weitere Faktoren, welche zur Sensibilisierung der Bevölkerung gegen Littering beitragen und die Paten bei ihrer Arbeit unterstützen.

Ergänzend zur Recherche und Analyse bestehender Raumpatenschaften wurde eine experimentelle Untersuchung zur Kennzeichnung von Raumpatenschaften durchgeführt. In einem Quasi-Feldexperiment wurden in 20 Raumpatenschaftsgebieten je zwei Hinweisschilder auf die Patenschaften installiert und die durchschnittliche Menge pro Woche gelitterter Abfälle wurde vor und nach deren Anbringung gemessen. Ein Vergleich der Abfallmengen mit und ohne Hinweisschilder ergab zwar keinen statistisch signifikanten Unterschied, doch der Tendenz nach wurde in der Bedingung *mit* Hinweisschildern etwas weniger Abfall liegen gelassen als ohne Hinweisschilder. Insbesondere wurden bei Präsenz von Hinweisschildern statistisch betrachtet nahe an der Signifikanzgrenze weniger Zigarettenstummel gelittert ($p < .1$). Auf Grundlage dieser Ergebnisse kann das Aufstellen von Hinweisschildern empfohlen werden, wenn dies von den Paten gewünscht und als motivierende Wertschätzung für ihr Engagement verstanden wird. Vor dem Hintergrund früherer Studien wird eine informierende, positive, kreativ-humorvolle und umweltorientierte Ansprache der Passanten durch die Schilder empfohlen.

Inhalt

Zusammenfassung	1
1. Einleitung	4
1.1 Littering in der Schweiz	4
1.2 Ziel des Gesamtprojekts: Förderung von Raumpatenschaften für Sauberkeit im öffentlichen Raum.....	4
1.3 Zielsetzung von Studienteil A.....	4
STUDIEN TEIL A	5
2. Methode	5
2.1 Einbettung von Studienphase A ins Gesamtprojekt.....	5
2.1.1 Vorgehen: Voranalyse & Recherche	5
2.1.2 Experteninterviews	5
2.2 Methode der Experteninterviews zu Raumpatenschaftsprojekten	5
2.2.1 Interviewpartner und Vorgehen bei den Interviews	5
2.2.2 Zeitrahmen und Orte der untersuchten Raumpatenschaften	6
2.2.3 Organisatoren, Partner und Raumpaten der Beispielprojekte	7
3. Ergebnisse	8
3.1 Betreute Orte.....	8
3.2 Typische Abfallarten und Einschätzung der Littering-Problematik vor Einführung der Raumpatenschaften	8
3.3 Klassifikation der Raumpatenschaften.....	10
3.4 Beschreibung der Raumpatenschaften und ihres Hintergrunds	11
3.4.1 „Klassische“ Raumpatenschaften in Städten und Gemeinden.....	11
3.4.2 Veranstaltungspatenschaften.....	16
3.4.3 Patenschaften von Privaten Unternehmen	17
3.5 Kosten und Finanzierung der Raumpatenschaften.....	19
3.6 Motivation und Rekrutierung der Raumpaten	20
3.6.1 Motivation der Raumpaten fürs Mitmachen	20
3.6.2 Anreize fürs Mitmachen	21
3.6.3 Vorgehen zur Rekrutierung bzw. Gewinnung von Raumpaten	21
3.7 Reinigungsaktivitäten der Raumpaten	22
3.8 Bezug der Raumpatenschaften zu Anti-Littering-Kampagnen und -Aktionen.....	24
3.9 Öffentlichkeitsarbeit und Hinweise auf Raumpatenschaften vor Ort.....	24
3.9.1 Hinweise auf Raumpatenschaften vor Ort	24
3.9.2 Medieninformationen und Berichte zu Raumpatenschaften	25
3.10 Begleitende Aktionen, Events für die Patenschaften	29
3.11 Analyse der Wirksamkeit und Akzeptanz der Raumpatenschaften	30
3.11.1 Messung und Kommunikation von Effekten auf die Sauberkeit vor Ort.....	30
3.11.2 Wahrgenommener Einfluss der Raumpatenschaften auf Littering vor Ort.....	31

3.11.3 Wirkung der Raumpatenschaften aus Sicht der Organisatoren	31
3.11.4 Wirkung der Raumpatenschaften aus Sicht der Raumpaten	32
3.11.5 Wirkung der Raumpatenschaften aus Sicht der Öffentlichkeit	34
3.11.6 Gesamtbeurteilung aus Sicht der Raumpaten	35
3.11.7 Gesamtbeurteilung aus Sicht der Öffentlichkeit	36
3.11.8 Reduktion des Reinigungsaufwands für die Gemeinde	37
3.12 Analyse vertiefender Kommentare zu den Raumpatenschaften	38
3.12.1 Positive Aspekte und Lessons Learned	38
3.12.2 Probleme bei den Raumpatenschaften	39
3.13 Kommentare zur Zukunft der untersuchten Raumpatenschaften	40
STUDIEN TEIL B	42
4. Methoden.....	42
4.1 Einbettung von Studienphase B ins Gesamtprojekt.....	42
4.2 Forschungsfrage und Hypothese	42
4.3 Erhebungsmethode.....	42
5. Ergebnisse	44
5.1 Littering vor Ort insgesamt.....	45
5.2 Einfluss der Hinweisschilder auf Littering im Patenschaftsgebiet	45
5.2.1 Effekte auf einzelne Litterfraktionen	45
5.2.2 Effekte der Hinweisschilder auf einen Littering-Gesamtindex	47
5.3 Durch Paten wahrgenommener Einfluss der Hinweisschilder	48
6. Diskussion und Schlussfolgerungen	50
6.1 Status Quo Effektivität und Potential von Raumpatenschaften (Studienteil A).....	50
6.2 Schlussfolgerungen aus der quasi-experimentellen Analyse zum Einfluss von Hinweisschildern auf Littering vor Ort (Studienteil B).....	50
6.2 Hinweise für eine gute Initialisierung und optimale Gestaltung von Raumpatenschaften in der Praxis	51
Quellenverzeichnis.....	54
ANHANG A	55
ANHANG B	56
ANHANG C	57

1. Einleitung

1.1 Littering in der Schweiz

Littering ist in der Schweiz gegenwärtig ein bedeutsames gesellschaftliches Problem. Die Verschmutzung des öffentlichen Raums durch Littering ist ein sichtbares Ärgernis, das die Lebensqualität und das Sicherheitsgefühl der Bevölkerung beeinträchtigt, der Umwelt schadet und hohe unnötige Kosten verursacht. Dieser Entwicklung entgegenzuwirken, ist vielen Gemeinden, Kantonen, Schulen und weiteren von Littering betroffenen Akteuren ein wichtiges Anliegen. Damit dieses Problem langfristig gelöst werden kann, ist eine Kombination von situations- und zielgruppenspezifischen Massnahmen auf verschiedenen Ebenen nötig (Hansmann, 2012; Hansmann & Steimer, 2015). Wissenschaftliche Erkenntnisse dazu, welche Massnahmen wann, wie und bei welchen Zielgruppen wirken, helfen Akteuren in der Praxis bei der effektiven Planung und Umsetzung von Massnahmen gegen Littering.

1.2 Ziel des Gesamtprojekts: Förderung von Raumpatenschaften für Sauberkeit im öffentlichen Raum

In verschiedenen Gemeinden und Regionen in der Schweiz wird beispielsweise von Privatpersonen oder Schulklassen als sogenannte Raumpaten die Verantwortung für die Sauberkeit bestimmter Zonen übernommen (z.B. für Strassenabschnitte, Parkanlagen). Mittels Raumpatenschaft soll die Aufmerksamkeit auf die Littering-Problematik gelenkt und die Bevölkerung sensibilisiert werden, zudem soll die Sauberkeit in den betreuten Arealen sichergestellt werden. Gemäss einer aktuellen wissenschaftlichen Studie zu Littering in der Schweiz (FehrAdvice & Partner, 2014) könnte das Potential für Verhaltensänderungen bei Raumpatenschaften durch verstärkte Kommunikationsmassnahmen zusätzlich erhöht werden. In einem umfassenden Gesamtprojekt mit zwei Studienteilen A und B wird nun die Wirksamkeit von Raumpatenschaften in der Schweiz wissenschaftlich erforscht. Zugleich werden wissenschaftliche Grundlagen für die Förderung und Weiterentwicklung dieses Ansatzes bzw. dieser Präventions- und Sensibilisierungsmassnahme gegen Littering geschaffen, um daraus einen Leitfaden zur effektiven Umsetzung von Raumpatenschaften in der Praxis abzuleiten. Studienabschnitt A besteht in der Recherche und Analyse von Praxisbeispielen. Der Studienabschnitt B untersucht experimentell, wie wichtig es ist, die betreuten Zonen für Passanten sichtbar zu markieren, um so die Bevölkerung für die Littering-Problematik zu sensibilisieren.

1.3 Zielsetzung von Studienteil A

Als Grundlage für den „Leitfaden-Raumpatenschaften“ und die feldexperimentelle Untersuchung von Raumpatenschaften im Jahr 2016 (Studienteil B) wurde im **Studienteil A** eine Recherche und Analyse der aktuellen Praxis von Raumpatenschaften in der Schweiz durchgeführt. Dafür wurden 2015 in einem ersten Schritt Voranalysen und Recherchen – unter anderem im Internet und in Presseberichten – angestellt. Auf Grundlage des hierdurch gewonnen Überblicks konnten standardisierte Experteninterviews mit Organisatoren bestehender oder geplanter Raumpatenschaften in der Schweiz geführt werden.

Dabei wurden hauptsächlich folgende Fragen verfolgt: Wo gibt es bereits Raumpatenschaften? Wie sind diese aufgebaut? Wer ist der Organisator? Wie sind die Erfahrungen mit Raumpatenschaften (Akzeptanz, Aufwand, Wirkung etc.)? Wie werden Raumpatenschaften von der lokalen Bevölkerung wahrgenommen? Wie wurden Paten für die Übernahme einer Sauberkeitspatenschaft gewonnen? Welche Modelle und Vorgehensweisen für die Realisierung von Raumpatenschaften waren erfolgreich? Welche Probleme und Hindernisse können auftreten? Wie kann man letztere überwinden?

STUDENTEIL A

2. Methode

2.1 Einbettung von Studienphase A ins Gesamtprojekt

2.1.1 Vorgehen: Voranalyse & Recherche

Es wurden 2015 im Rahmen von Studienphase A erste Recherchen zum Thema Raumpatenschaften in der Schweiz angestellt und Interviewdaten wurden gewonnen. Daraus werden für die in 2016 zu realisierende Studienphase B konkrete Forschungsfragen abgeleitet und ein entsprechendes Forschungsdesign für die vertiefende experimentelle Studie wird entwickelt. Nach Abschluss von Studienphase B werden dann die Resultate in einem Forschungsbericht zusammengefasst und ein Leitfaden zur wirkungsvollen Umsetzung von Raumpatenschaften in der Praxis wird erstellt.

2.1.2 Experteninterviews

Im ersten Schritt wurde in Studienphase A ein **Interviewleitfaden für standardisierte Experteninterviews** zum Thema Raumpatenschaften für Sauberkeit im öffentlichen Raum als Massnahme gegen Littering erstellt. Der Interviewleitfaden für die standardisierten Experteninterviews wurde durch die IGSU (M.Sc. Nora Steimer) zusammen mit der ETH Zürich (Dr. Ralph Hansmann) entwickelt und erarbeitet. Den Interviewleitfaden finden Sie in **Anhang A**.

Im zweiten Schritt wurde eine Recherche im Internet (Google) angestellt, um bestehende oder geplante Beispiele von Raumpatenschaften in der Schweiz zu sammeln. Zudem wurde bei Kantonen und Städten in der Schweiz angefragt, ob ihnen zusätzliche Beispiele bestehender oder geplanter Raumpatenschaften bekannt sind. Es wurden 26 Beispiele von bestehenden oder geplanten Raumpatenschaften in der Schweiz gefunden und eine **Übersicht „Beispiele bestehender oder geplanter Raumpatenschaften“** erstellt (Siehe **Anhang B**).

Die entsprechenden Ansprechpersonen der jeweiligen Raumpatenschaftsprojekte wurden anschliessend von der IGSU kontaktiert und um ein Interview zum Thema „Raumpatenschaften als Massnahme gegen Littering“ gebeten.

Schliesslich willigten 20 Organisatoren von Raumpatenschaften ein, der IGSU ein Interview zu geben. Die IGSU (M.Sc. Nora Steimer, Geschäftsleiterin) hat mit allen 20 Organisatoren ein telefonisches Experteninterview geführt. Die Interviews fanden zwischen dem 21. August und dem 11. November 2015 statt. Die Interviews wurden entsprechend dem Interviewleitfaden geführt und es wurden detaillierte Notizen erstellt. Die **detaillierten Notizen der 20 durchgeführten Experteninterviews** wurden in einem Excel File dokumentiert (IGSU, 2015).

2.2 Methode der Experteninterviews zu Raumpatenschaftsprojekten

2.2.1 Interviewpartner und Vorgehen bei den Interviews

Es wurden leitfadengestützte Interviews mit Vertretern bzw. Ansprechpersonen von 20 unterschiedlichen Raumpatenschaftsprojekten durchgeführt. 18 der Interviewpartner waren selbst massgeblich an der Organisation der Raumpatenschaften beteiligt. Zwei weitere konnten als wichtige Projektpartner der Raumpatenschaft einen guten Einblick in die dortigen Prozesse gewinnen und darüber Auskunft geben. Die meisten Befragten haben wichtige Positionen in Städten und Gemeinden inne. Mehrheitlich waren sie Abteilungsleiter(innen) oder Sachbearbeiter(innen) in den Bereichen Abfall und Umwelt, Tiefbau, technische Betriebe, Unterhalt oder Bauverwaltung. Einige Interviewpartner waren auch Vertreter(innen) von Abteilungen für Sicherheit und Gesundheit oder Jugendarbeit. Weitere Interviewpartner seitens Städten und Gemeinden waren ein Projektleiter für Abfallprävention und ein Gemeindeschreiber. Zudem

nahmen auch eine Schulleiterin, ein Vertreter eines örtlichen Vereins für Sauberkeit („Litter Club Adliswil“), die Vorsitzende einer regionalen Arbeitsgruppe für eine saubere Umwelt („Sauberes Fricktal“) und ein beauftragter Organisator für die Bahnhofspatenschaft in einer Gemeinde an den Interviews teil. Der Grund für die vielfältigen beruflichen Positionen der Interviewten und ihre Tätigkeit in unterschiedlichen Abteilungen von Gemeinden liegt darin, dass das Thema Littering je nach Stadt und Gemeinde in der Schweiz allgemein in variierenden Bereichen und Abteilungen angesiedelt ist.

Die Interviews fanden in der Zeit vom 21.08.2015 bis zum 13.11.2015 statt. Im Durchschnitt dauerten die Interviews 53 Min. (SD = 9.2 Min.) mit einem Maximum von 60 Minuten und einem Minimum von 30 Minuten.

Alle Interviewpartner waren gerne bereit ihre Erfahrungen und Erlebnisse mit ihren Raumpatenschaftsprojekten zu teilen und freuen sich, wenn andere Interessierte davon profitieren können. Zudem sind sie gespannt auf die Ergebnisse dieser Studie und offen, die Raumpatenschaften zukünftig weiter zu entwickeln oder mit weiteren Massnahmen (z.B. Hinweisschildern) zu ergänzen.

2.2.2 Zeitrahmen und Orte der untersuchten Raumpatenschaften

Von den 20 untersuchten Patenschaftsprojekten sind 2 bereits abgeschlossen, 14 laufen derzeit und 4 sind für die Zukunft in Planung. Die derzeit laufenden Patenschaften dauern im Durchschnitt bereits 6½ Jahre. Am längsten bestehen die Vereinbarungen mit Take-Away Anbietern in Luzern (seit 2003), gefolgt von den 2005 eingeführten Schulpatenschaften in Suhr, sowie den 2006 getroffenen Vereinbarungen mit McDonald's Filialen in der Stadt Zürich und den im gleichen Jahr gebildeten Raumpatenschaften in Illnau-Effretikon. Das jüngste, laufende Projekt sind die „Bänkli-Patenschaften“ in Wangen-Brütisellen, die erst 2015 gestartet sind.

Die beiden abgeschlossenen Projekte sind einerseits die Raumpatenschaften der Zürcher Fussballclubs GC und FCZ zur Säuberung des Umfelds des Letzigrunds bei Spielen in den Jahren von 2009 bis 2010 und andererseits die „GREEN TEAM Raumpatenschaften“ in der Stadt Basel von 2013 und 2014. Bei letzterem Projekt ist das Vorhaben jedoch noch nicht abgeschlossen, sondern die Möglichkeit für Schulklassen eine Patenschaft einzugehen, besteht grundsätzlich noch immer. Derzeit ist hat jedoch keine Schulklasse eine solche Raumpatenschaft übernommen.

Von den 4 für die Zukunft geplanten Projekten steht nur bei den Raumpatenschaften des Gewerbes und Handels in Rüslikon der Start bereits für das Jahr 2016 fest, während bei den anderen drei Projektideen noch unsicher ist, ob diese bereits 2016 umgesetzt werden.

Bei der Dauer von Patenschaftsprojekten ist zu berücksichtigen, dass einzelne Raumpatenschaften von Privatpersonen, Gruppen oder Vereinen innerhalb eines solchen Projekts durchaus enden können, während andere Patenschaften und somit das Patenschaftsmodell (beispielsweise einer Gemeinde) insgesamt weiterläuft. In den meisten Patenschaftsprojekten sind die einzelnen Patenschaften innerhalb des Projekts zwar unbefristet gedacht und es gibt hier auch kaum Fälle von Patenschaftsbeendungen. Es gibt jedoch auch vier Beispiele von Patenschaftsprojekten, in denen Patenschaften bewusst auf 1 Jahr bzw. 2 Jahre begrenzte Zeit vergeben werden. So werden beispielsweise die „Strassenpatenschaften“ in Wädenswil für jeweils 2 Jahre vergeben und bei einem Dank-Fest für die endenden Patenschaften, werden neue Paten zum Mitmachen und bisherige Paten zum Erneuern der Patenschaften motiviert. Die Begrenzung der Patenschaftsdauer von vornherein macht es den Paten möglich Engagement zu zeigen, ohne dadurch für lange gebunden zu sein. Im Falle von Patenschaften von Schulklassen ist zudem zu berücksichtigen, dass diese sich nach einigen Jahren auflösen werden, so dass von vorne herein nur befristete Engagements sinnvoll scheinen.

Die untersuchten Raumpatenschaftsbeispiele stammen zu ungefähr gleichen Teilen aus Städten (9 Projekte) und Gemeinden (10 Projekte). Die beteiligten Städte sind Basel und Zürich (mit je 2 Beispielen) sowie Luzern, Adliswil, Illnau-Effretikon, Uster und Wädenswil. Die beteiligten Gemeinden sind Affoltern am Albis, Buchs, Eglisau, Rüslikon, St.Margrethen, Suhr, Unterkulm, Wald ZH, Wangen-Brütisellen und

Wohlen.

Zudem betrifft ein Beispiel eine Region (Fricktal) in der sich 20 Gemeinden gemeinsam in der Kampagne „Sauberes Fricktal“ gegen Littering engagieren. Dort ist die Gründung von Raumpatenschaften jedoch noch in der Ideen- bzw. Planungsphase. Auch das Beispiel „Bahnhofspatenschaften“ aus der Gemeinde Buchs betrifft mehrere Orte, da zum Befragungszeitpunkt in insgesamt 20 Städten und Gemeinden (Uster, Rüti ZH u.a.) Bahnhofspatenschaften nach dem gleichen übergeordneten Modell bestehen. Da sich das geführte Interview jedoch spezifisch auf die Bahnhofspatenschaft in Buchs und die dortigen Erfahrungen bezog, wird es in dieser Studie primär als ein Beispiel aus dieser Gemeinde betrachtet, das jedoch durchaus Erkenntnisse erbracht hat, die auf Bahnhofspatenschaften an anderen Orten übertragen werden können.

2.2.3 Organisatoren, Partner und Raumpaten der Beispielprojekte

Von den 20 Patenschaftsprojekten werden 14 (70%) hauptsächlich von der Stadt bzw. der Gemeinde organisiert. Hierbei sind es dann wiederum verschiedene Untereinheiten wie Tiefbau-, Entsorgungs-, Sozial-, Gesundheits- und Umweltdepartemente oder Entsorgungsbetriebe (ERZ), welche bei der Organisation federführend sind. Zudem wurde auch zweimal die „Jugendarbeit“ als Hauptorganisator genannt (10%), die im weiteren Sinne ebenfalls der Gemeinde bzw. Stadt zugerechnet werden kann. Bei den verbleibenden vier Patenschaftsprojekten wurden ein Verein, eine Schule, eine Arbeitsgruppe, eine Partei und ein einzelner Organisator im Auftrag von Gemeinde & SBB als hauptsächliche Organisatoren genannt.

Städte und Gemeinden sind an allen untersuchten Patenschaftsprojekten beteiligt, entweder als hauptsächlicher Organisator oder als Partner der Raumpatenschaften (Abbildung 1). Raumpaten sind zumeist Einzelpersonen bzw. Personengruppen (wie Vereine, Schulklassen) oder Unternehmen. Diese sind häufig auch an der Organisation der Raumpatenschaften beteiligt. Die Raumpaten sind also zumeist nicht nur Ausführende, sondern auch Partner und Mitorganisatoren.

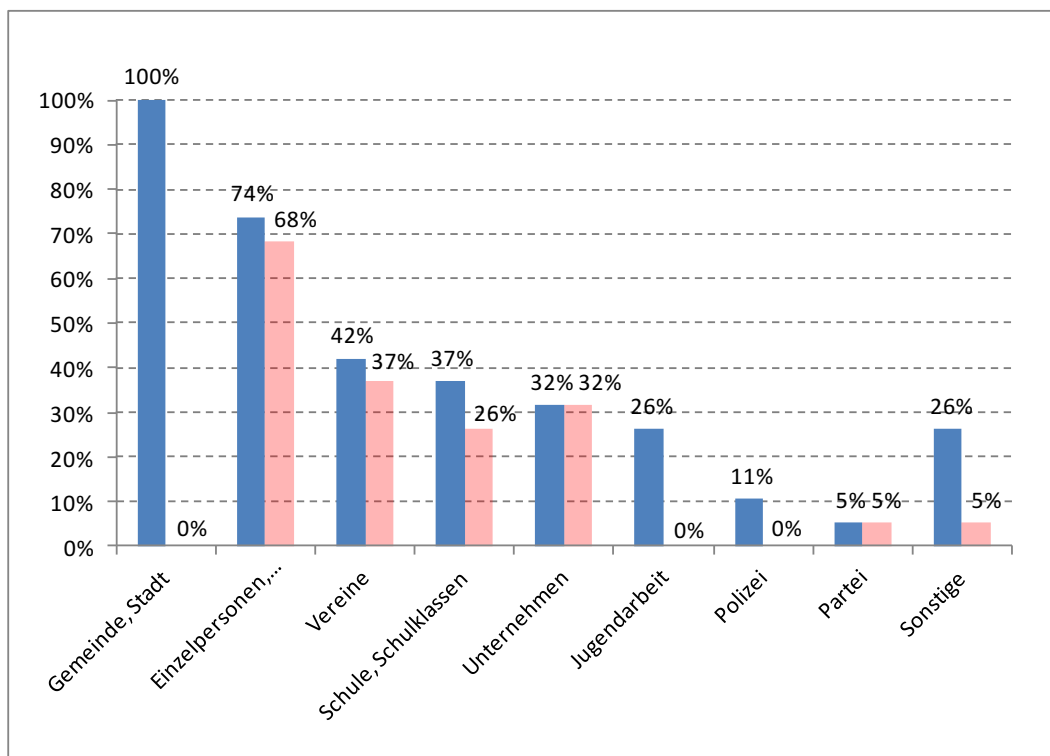


Abbildung 1: Prozentualer Anteil verschiedener Typen von Organisatoren/ Partnern (blaue Säulen) und Raumpaten (rote Säulen) der Beispielprojekte (N = 19).

3. Ergebnisse

3.1 Betreute Orte

Die meisten Raumpatenschaftsprojekte zu denen Interviews geführt wurden betreuen Strassen, gefolgt von öffentlichen Plätzen und Grün- bzw. Parkanlagen, die in gut der Hälfte der Projekte betreut werden. Seltener werden auch ÖV-Haltestellen, Seeufer oder Badewiesen und Wanderwege betreut. Schulareale, Veranstaltungen und Grillstellen sind in etwa einem Viertel der Projekte betroffen. Am seltensten werden Bahnhofsgelände (21%) oder Parkplätze (16%) im Rahmen der Patenschaftsprojekte betreut. Die entsprechenden Anteile der verschiedenen Orte sind in Abbildung 2 dargestellt. Zu berücksichtigen ist dabei, dass unter dem Dach eines Raumpatenschaftsprojekts mehrere Raumpatenschaften organisiert sein können. Ein umfassendes Projekt könnte somit auch alle Raumarten inklusive Veranstaltungen in einer Stadt oder Gemeinde abdecken. Einige der Raumpatenschaftsprojekte sind zudem noch in der Planung, während manche bereits abgeschlossen sind. Dennoch gibt Abbildung 2 einen guten Einblick hinsichtlich der durch Raumpatenschaften betreuten Arten von Orten und ihrer Häufigkeit. Unter „andere Orte“ wurden Kinderspielplätze und Areale um verschiedene Einrichtungen (Fussballstadion, Filialen, Arztpraxis) zusammengefasst.

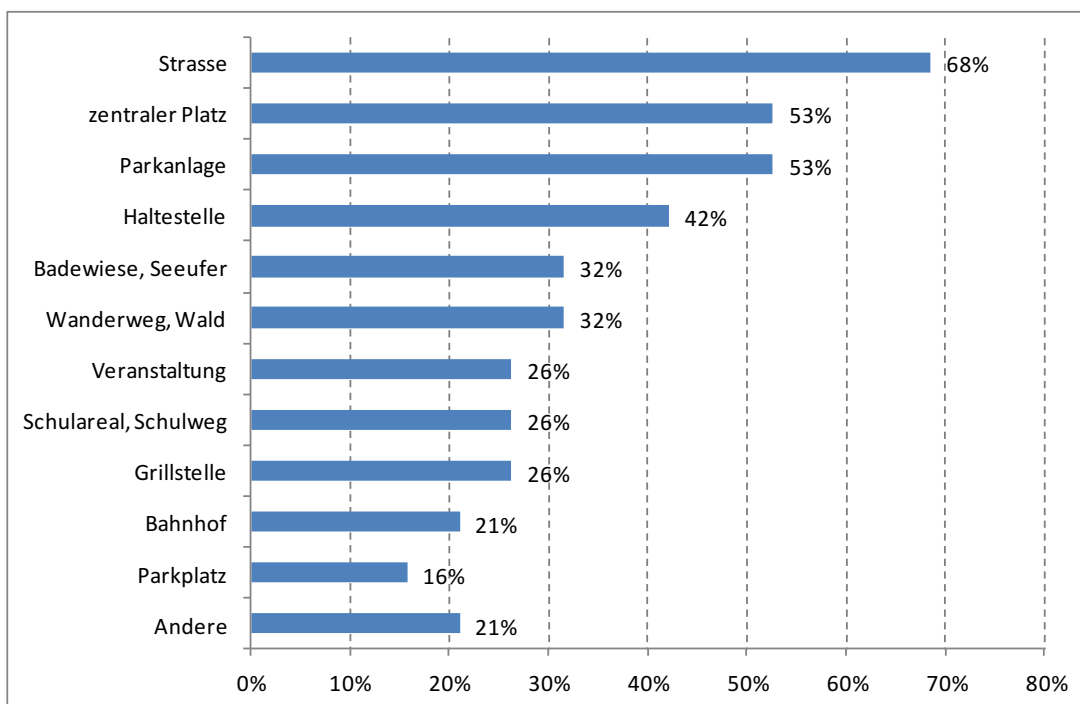


Abbildung 2: Anteil der Interviewpartner (N = 19) mit Raumpatenschaften, welche die jeweiligen Typen von Orten (bzw. Anlässe) betreuen.

3.2 Typische Abfallarten und Einschätzung der Littering-Problematik vor Einführung der Raumpatenschaften

Die Littering Problematik vor Einführung der Patenschaften wurde von den Interviewpartnern auf einer 5-stufigen Skala von 1 = *wenig* bis 5 = *viel* beurteilt. Im Durchschnitt aller Raumpatenschaftsprojekte lag die Beurteilung bei $M = 3.6$ ($SD = 0.8$), was einer Einschätzung zwischen „mittel“ und „eher viel“ entspricht. Die prozentuale Verteilung der Einschätzungen über die Stufen der Ratingskala ist in Abbildung 3 zu sehen.

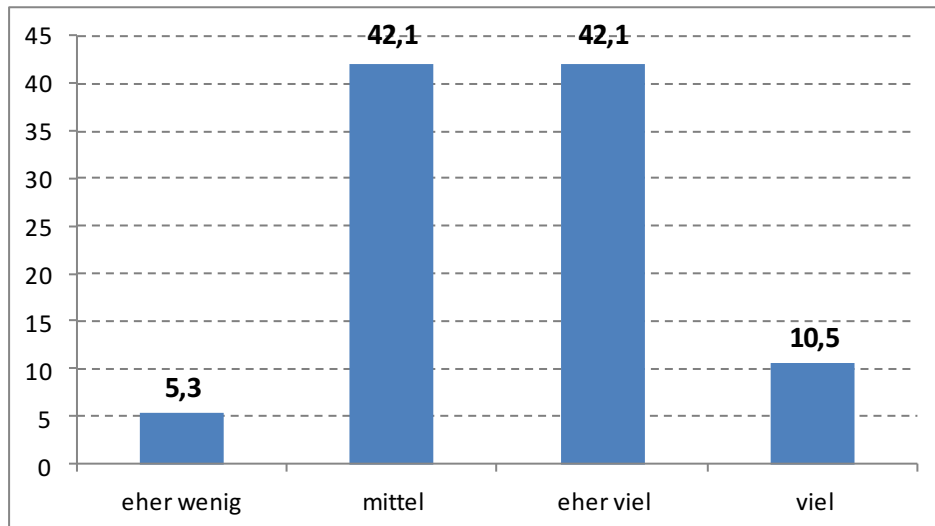


Abbildung 3: Prozentuale Verteilung der Einschätzungen der Interviewpartner (N = 19) in Bezug auf das Ausmass des Litterings vor Start der Raumpatenschaften (5-Stufige Skala: (1 = *wenig*; 2 = *eher wenig*; 3 = *mittel*; 4 = *eher viel*; 5 = *viel*; die Einschätzung „wenig“ wurde in keinem Fall gegeben).

Neben dem generellen Ausmass des Litterings vor Einführung der Raumpatenschaften gaben die Interviewpartner auch an, welche Abfallarten hauptsächlich in den Patenschaftsgebieten gelittert und durch die Paten eingesammelt werden. Hierbei zeigt sich, dass Getränkeverpackungen von allen 18 Interviewpartnern (= 100%), die diesbezüglich Auskunft geben konnten, genannt wurden. Danach folgten Take-Away-Verpackungen und Zigarettenstummel, die von jeweils 13 Interviewpartnern genannt wurden. Zigaretten, Kaugummi und auch Zeitungen und Flyer wurden deutlich seltener genannt. Die Häufigkeit der Nennung verschiedener Abfallarten ist in Abbildung 4 dargestellt. Unter der Kategorie „Diverses“ werden verschiedene andere Abfälle (z.B. Taschentücher, Glacestängeli usw.) zusammengefasst.

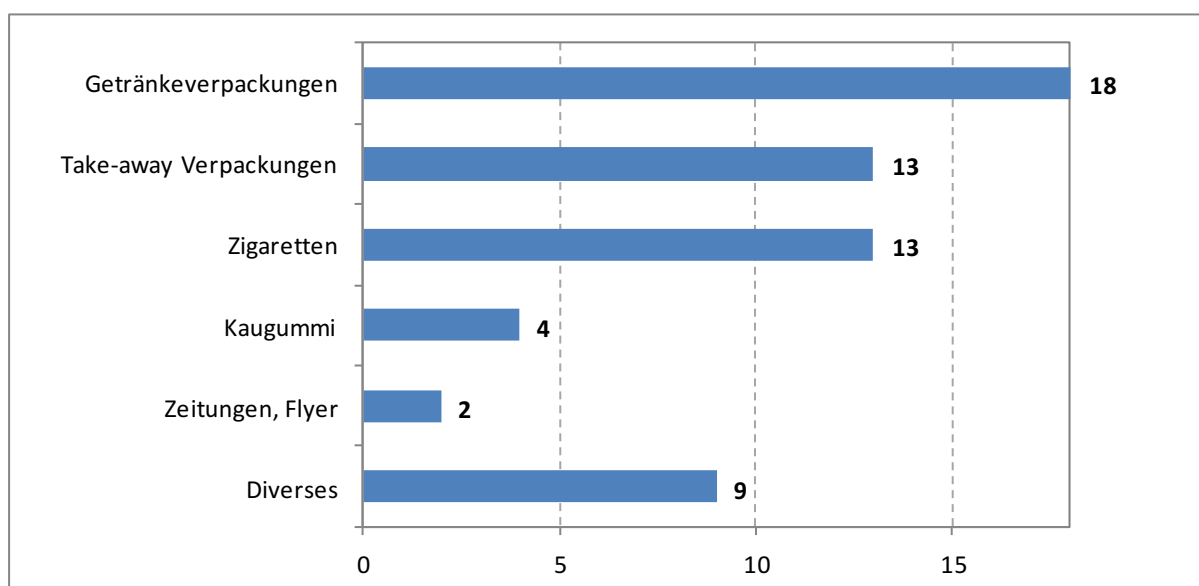


Abbildung 4: Anzahl der Interviewpartner (N = 18), die unterschiedliche Abfallarten als Problem auf den Flächen ihrer Raumpatenschaften nannten.

3.3 Klassifikation der Raumpatenschaften

Bei den 20 von den Interviewpartnern beschriebenen Raumpatenschaftsprojekten lassen sich unterschiedliche Typen von Patenschaften unterscheiden. Eine entsprechende Klassifikation soll im Folgenden entwickelt und dafür genutzt werden, die Beschreibung der einzelnen Patenschaftsprojekte und ihrer Hintergründe inhaltlich zu ordnen. Eine solche Klassifikation ist wichtig, da Empfehlungen und Schlussfolgerungen aus den Analysen der Raumpatenschaften sich teilweise auf bestimmte Typen beschränken können, obgleich eine Vielzahl von Aspekten bei allen Arten von Raumpatenschaftsprojekten ähnlich sein können.

Unter einem herkömmlichen Raumpatenschafts-Modell verstehen wir in der vorliegenden Studie eines bei dem die Gemeinde oder Stadt bestimmte Räume zur Patenschaft an Einzelpersonen, Gruppen, Vereine, Schulen und/oder Firmen vergibt. Im Rahmen solcher Patenschaftsprojekte können teilweise auch gewisse Veranstaltungen durch Paten betreut werden, insbesondere wenn diese in den an sie vergebenen Räumen stattfinden. Dennoch lassen sich solche Patenschaftsprojekte von „reinen“ Veranstaltungspatenschaften unterscheiden, die sich ausschliesslich auf die Betreuung von Veranstaltungen beziehen. Im Rahmen der Interviews sind wir auf zwei Beispiele für solche „Veranstaltungspatenschaften“ gestossen, nämlich die Patenschaft der Zürcher Fussballclubs FCZ und GC für das Stadionumfeld an Heimspielen und das Projekt der „Trash Angels“ in der Stadt Basel.

Des Weiteren unterscheiden wir auch Raumpatenschaftsprojekte bei denen Städte und Gemeinde ausschliesslich mit einem bestimmten Unternehmen oder mehreren Unternehmen einer bestimmten Branche Vereinbarungen bezüglich einer Raumpatenschaft (bzw. mehrerer Raumpatenschaften) treffen. Bei den Interviews sind wir auf drei solche Projekte gestossen, die eine Public-Private Partnerschaft mit einer Patenschaft der Privaten Unternehmen für die Sauberkeit im öffentlichen, halböffentlichen und/oder privaten Grund beinhalten, nämlich die Sauberkeits-Patenschaften von McDonald's Filialen in Zürich, die Vereinbarungen der Stadt Luzern mit Take-Away Anbietern und die *Bahnhofpatenschaften* in Buchs SG, die mit ähnlichem Modell auch in weiteren Gemeinden und Städten bestehen.

Im folgenden beschreiben wir die untersuchten Raumpatenschaften und deren Hintergründe geordnet nach 3 Oberkategorien: **1. „Klassische“ Raumpatenschaften, 2. Veranstaltungspatenschaften** und **3. Patenschaften von Unternehmen auf privatem und/oder öffentlichem Grund.**

Angesichtes der grossen Anzahl und Vielfalt der Patenschaftsprojekte der ersten Kategorie unterscheiden wir hier noch verschiedene Unterkategorien:

- Vier der 15 Patenschaftsprojekte, die in die erste Oberkategorie fallen, sind noch in der Planungsphase und werden in einer Gruppe „Patenschaftsprojekte in Planung“ zusammengefasst.
- In zwei der „klassischen“ Projekte können ausschliesslich Schulen bzw. Schulklassen oder Schülergruppen eine Patenschaft übernehmen können. Diese fassen wir unter „*Schulpatenschaften*“ zusammen.
- Darüber hinaus bestehen drei besondere Modelle, die wir in einer Sonder-Gruppe zusammenfassen in *i)* den *Strassenpatenschaften* in Wädenswil, bei denen sich die Vergabe von Patenschaften auf Strassenabschnitte bezieht, *ii)* den „*Bänkli-Patenschaften*“ (*Platz-Patenschaften*) in Wangen-Brüttisellen, bei denen Plätze zur Patenschaft vergeben werden, und *iii)* der Vergabe von Patenschaften an Asylbewerber im Rahmen des Integrationsprogramms Littering in St.Margrethen.

Somit ergibt sich folgendes Klassifikationsschema für die nachfolgenden Projekt-Beschreibungen:

1. Klassische Raumpatenschaften in Städten und Gemeinden

1a) Derzeit laufende klassische Raumpatenschaften

- Eglisau
- Wald ZH
- Affoltern a.A.
- Adliswil
- Illnau-Effretikon
- Unterkulm

1b) Schulpatenschaften

- Basel Schule
- Suhr Schule

1c) Besondere Raumpatenschaften

- Wädenswil (Strassenpatenschaften)
- Wangen-Brüttisellen (sogenannte „Bänkli-Patenschaften“ (Platz-Patenschaften))
- St.Margrethen (Integrationsprogramm Littering)

1d) Raumpatenschaften in Planung

- Wohlen
- Rüschlikon
- Uster
- Sauberes Fricktal

2) „Veranstaltungs-Patenschaften“

- Zürich: FCZ und GC
- Basel Trash Angels

3) Patenschaften von Unternehmen auf privatem und/oder öffentlichem Grund

- Zürich: McDonald's
- Buchs SG: SBB („Bahnhofspatenschaft“)
- Luzern Vereinbarungen mit Take-Away Anbietern

3.4 Beschreibung der Raumpatenschaften und ihres Hintergrunds

3.4.1 „Klassische“ Raumpatenschaften in Städten und Gemeinden

a) Laufende Raumpatenschaften

Eglisau

Raumpatenschaften als Teil der Kampagne "Eglisauber". An verschiedenen Orten haben verschiedene lokale Vereine und Gruppen die Raumpatenschaft übernommen: Der Verein "Viva" die Badi, der Tennisclub das Clubareal und Umgebung und der Verkehrsverein diverse Feuerstellen und Wanderwege.

Hintergrund: Littering wurde zunehmend ein Problem, das die Bevölkerung stört. Dies hat die Gemeinde dazu bewegt, aktiv zu werden. Sie hat die Bevölkerung aktiv daran beteiligt, zu bestimmen was prioritär getan werden soll. Die Bevölkerung konnte Littering-Orte online melden, um schlimmste Orte mit grösster Priorität für Gegenmassnahmen zu definieren.

Wald

Alle Jahre findet eine Anti-Littering-Tag statt. An diesem Tag räumen Einwohnerinnen und Einwohner der Gemeinde Wald den öffentlichen Raum auf. Zudem gibt es als Abschluss für alle eine Gratis-Wurst. Der Tag wird zudem von der Gemeinde genutzt, um neue Raumpaten zu finden. Bestehende Raumpaten werden angefragt, ob sie wieder ein Jahr eine Patenschaft übernehmen und neue Paten werden gesucht. Auf den Anti-Littering-Tag wird mit Inseraten, Plakaten und Einladungsbrief an bestehende Paten aufmerksam gemacht. Am Anti-Littering-Tag wird den neuen und bestehenden Paten zudem Material für das jeweilige Raumpatenschafts-Jahr verteilt, damit sie wieder für ein Jahr ausgerüstet sind.

Hintergrund: *Werkhof hat 2011 eine Zunahme des Litterings wahrgenommen und hatte die Idee für das Raumpatenschaftsprojekt. Der Gemeinderat hat dann entschieden, einen Anti-Littering-Tag durchzuführen und Raumpatenschaften zu initialisieren.*

Affoltern a.A.

Raumpatenschaft als Teil der Kampagne der Gemeinde. Am "Abfallgipfel" der Kick-off-Veranstaltung für die Anti-Littering-Kampagne in Affoltern a.A. wurden erstmals Raumpaten aktiv gesucht. Ziel der Veranstaltung war aus der Bevölkerung Raumpaten zu finden und Interessierte wurden auch gefunden. Zudem wurde Anfang 2015 ein Zeitungsartikel mit "Aufruf an neue Raumpaten" publiziert und dadurch wurden weitere Paten gefunden.

Hintergrund: *Entstanden ist Projekt Raumpatenschaft auf Initiative des Gemeinderats hin, der 2007 zu dem Schluss kam, dass etwas gegen Littering unternommen werden muss. Daraus ist die Arbeitsgruppe "Littering und Vandalismus" entstanden. Im Mai 2010 gab es eine grosse Kick-off-Veranstaltung mit der Bevölkerung, der sogenannte "Abfallgipfel". Die Anti-Littering-Kampagne der Gemeinde hat 3 Standbeine: Repression (Bussen), Prävention/Information (Plakate, Abfallkübel gestalten durch Kinder) und Massnahmen vor Ort (Raumpatenschaften).*

Adliswil

Der Litter Club Adliswil hat ca. 100 Mitglieder und alle zahlen einen Jahresbeitrag von CHF 25. 2mal pro Jahr organisiert der Litter Club grosse Aufräum-Aktionen - im Frühling "Adliswil räumt auf" und im September am nationalen IGSU Clean-Up-Day. Zudem wird an jedem ersten Samstag im Monat eine Aufräum-Aktion im Dorfzentrum durchgeführt und alle Mitglieder die Zeit haben, helfen mit. Als weitere Massnahmen reinigen die Mitglieder des Litter Clubs in unregelmässigen, selbstgewählten Intervallen ihre Quartiere mit Nachbarn, Familie, Freunden etc. Bei diesen Aufräum-Aktionen deponieren die Mitglieder die eingesammelten Abfälle an einem Ort, melden dem Club-Präsidenten, wo sie Abfälle deponiert haben und der Werkhof der Stadt holt die Abfälle schliesslich auf Aufforderung des Club-Präsidenten hin ab.

Hintergrund: *Der Litter Club Adliswil wurde aufgrund einer persönlichen Initiative ins Leben gerufen (2010), nach dem Motto "anstatt sich zu ärgern, etwas machen". Herr Baumann hat als Privatperson mit dem Stadtpräsident Kontakt aufgenommen und ihm ein Konzept präsentiert. Der Stadtpräsident war begeistert und so war der Litter Club Adliswil lanciert. Vom Stadtrat sind 6 von 7 Mitgliedern im Litter Club geworden und der Litter Club hat grossen Rückhalt im Stadtrat und auch im Werkhof.*

Illnau-Effretikon

2006 hat die Stadt Illnau-Effretikon Raumpaten gesucht und dafür alle Vereine, Institutionen (alle Schulen und Bildungseinrichtungen) und das lokale Gewerbe angeschrieben und zum Mitmachen motiviert. Zudem wurden Inserate geschaltet, um auch die Bevölkerung (Einzelpersonen) zu motivieren Paten zu werden. Paten wurden zahlreich gefunden (Vereine, Schulen, Detailhandel/Gewerbe, Privatpersonen) und diese sind seit 2006 aktiv. Die Häufigkeit der Reinigung wird den Paten selber überlassen – allgemein ist ihnen

vieles frei und offen gestellt. Sie sollen nicht eingeschränkt werden, sondern ihr freiwilliges Engagement gemäss eigener Zeit und Lust umsetzen können.

Hintergrund: Das Projekt Raumpatenschaften gegen Littering wurde in der Stadt Illnau-Effretikon 2006 in Zusammenarbeit mit der KEZO (Kehrrichtverbrennung Zürcher Oberland) gestartet. Auch andere Gemeinden aus dem Zürcher Oberland, wie Rüti, Maur und Kyburg, haben sich beteiligt und im Rahmen der damaligen Anti-Littering Kampagne "Triffsch...?" wurden Raumpatenschaften initiiert.

Unterkulm

Die Gemeinde Unterkulm organisiert seit 2010 regelmässig jedes Jahr folgende Aktionen im Dorf: 1. Dorfputzete am zweiten Samstag im Mai zusammen mit der Bevölkerung, 2. Bachputzete im Herbst mit allen Oberstufenschülerinnen und -Schülern, 3. wöchentliche Aufräum-Aktionen der Unterstufenschülerinnen und -Schüler rings ums Schulareal herum (Umkreis von 150m). 4. Kommunikationsmassnahmen in lokaler Presse und auf der Homepage der Gemeinde.

Hintergrund: Das Littering-Problem hat in der ländlichen Gemeinde Unterkulm bis 2008 stetig zugenommen und immer mehr Aufwand für den Werkhof generiert. Der Technische Betrieb der Gemeinde bekam dann 2009 vom Gemeinderat den Auftrag ein Konzept gegen Littering zu erarbeiten. Dieses wurde 2010 abgesegnet und anschliessend starteten die Massnahmen.

b) Schulpatenschaften

Basel Schule

Das Amt für Umwelt und Energie Basel-Stadt (AUE) und die Stadtgärtnerei Basel suchen Schulklassen, sogenannte GREEN TEAMS, die sich einen Wunsch in ihrem Schulumfeld erfüllen möchten und bereit sind, dafür einen Umwelteinsatz zu machen. Die Leistung von Verwaltungsseite und die Gegenleistung des GREEN TEAMS werden fair und verbindlich ausgehandelt und in einem Vertrag festgelegt.

So funktioniert es im Allgemeinen: Schüler/innen einer Klasse oder mehrere Schulklassen schliessen sich zu einem GREEN TEAM zusammen und diskutieren, welchen Umwelteinsatz sie bereit sind zu leisten. Zusätzlich überlegen sie, welche Belohnung sie für diese Tätigkeit erhalten möchten. Die Lehrperson nimmt daraufhin mit dem AUE Kontakt auf und unterbreitet den Vorschlag. Das Projektteam überprüft, ob Leistung und Gegenleistung in einem angemessenen Verhältnis stehen. Gemeinsam wird ein Vertrag ausgehandelt. Erwünscht sind Einsätze in den Bereichen Abfallvermeidung, Rezyklieren, Kompostieren, Entsorgen oder Littering. Ein GREEN TEAM kann zum Beispiel einen Putzeinsatz leisten, im Schulhof einen Kompostplatz einrichten oder das nächste Schulfest ressourcenschonend gestalten.

Sobald das GREEN TEAM seinen Umwelteinsatz geleistet hat, wird vom Amt für Umwelt und Energie (AUE)/Stadtgärtnerei die gewünschte Gegenleistung erbracht, also beispielsweise ein Basketballkorb auf dem Pausenplatz montiert. Schliessen sich mehrere Klassen zu einem GREEN TEAM zusammen, kann auch ein grösserer Wunsch in Erfüllung gehen.

Details zum Beispiel Raumpatenschaft: Im Falle der "GREEN TEAM Raumpatenschaft" hat eine Schulklasse über 2 Jahre einen 200 bis 300 Meter langen Strassenabschnitt in der Nähe der Schule 1mal wöchentlich gereinigt. Die Schüler der Klasse wurden jeweils durch den Lehrer für Putzeinsätze eingeteilt und die Schüler haben in der Freizeit geputzt. Die Stadt Basel AUE schloss dann mit der Schulklasse und der Lehrperson einen Vertrag ab - dies ist ein zusätzlicher Lernaspekt für die Schüler, da sie meist das erste mal einen Vertrag unterzeichnen und sie lernen, was dabei beachtet werden muss. Dadurch werden sie sich der Verantwortung des Vertrags und der Abmachung bewusst und haben ein starkes Commitment. Fürs Commitment der Schülerinnen und Schüler ist auch zentral, dass die Schulklasse von Anfang an ins Projekt einbezogen werden (bei der Wahl des Themas, Wahl der Aktivität, Art der Umsetzung der Aktivität, Auswahl/Umsetzung der Belohnung etc.).

Hintergrund: GREEN TEAM als Teil des 5-Säulen-Konzepts des Kanton Basel-Stadt (Departement für Wirtschaft, Soziales und Umwelt des Kantons Basel-Stadt, Amt für Umwelt und Energie, 2011) – Engagement von Schulen zum Thema Umwelt.

Suhr

Seit ca. 10 Jahren werden in der Gesamtschule Suhr Aktivitäten im Littering-Bereich organisiert. Von Anfang an gab es die Raumpatenschaften für das Schulhausareal - das sogenannte "Schulhausplatz-Fötzele". Alle Kinder vom Kindergarten bis zur Oberstufe beteiligen sich daran. Jede Woche ist pro Schulhaus eine Klasse für das „Fötzelen“ zuständig - das machen sie jeweils als Klasse nach der grossen Pause am Morgen gemeinsam unter Beisein der Lehrperson. Die Klassen werden durch die Schulleitung eingeteilt und durch die Lehrpersonen der einzelnen Klassen je Klasse geschult und betreut.

Hintergrund: Littering war zunehmend ein Thema in der Schule. Schleichend gab es immer mehr und mehr Abfall, der auf dem Boden liegen blieb. Daher wurde vor ca. 10 Jahren mit einzelnen Massnahmen gestartet. 2014 hat die Schule dann das erste Mal im Rahmen eines Jahresthemas am Clean-Up-Day der IGSU mitgemacht. Seitdem ist das Thema Littering ein "Dauerthema" und wird über das Jahr durch mit verschiedenen Massnahmen angegangen.

c) Besondere Modelle

Strassenpatenschaften – Wädenswil

Personen aus der Bevölkerung (Einzelpersonen, Paare, Familien) können sich bei der Stadt Wädenswil melden und sich als Strassenpaten anmelden. Die Strassenpaten dürfen selber Strassenausschnitte auswählen. Das Gesundheitsamt der Stadt Wädenswil stellt den neuen Paten dann Abfallsack-Rollen (30Liter-Säcke) zu. Abfallsäcke, die voll sind, werden dann von den Paten beim Werkhof entsorgt. Wenn die Paten grosse Mengen an Littering oder illegale Deponien finden, hilft zudem der Werkhof beim Abtransportieren. Zudem hängt die Dienststelle Jugend am jeweiligen Strassenabschnitt eine Tafel auf, die auf die Strassenpatenschaft hinweist (inklusive Name des/der Paten). Die Tafeln werden an Strassenlaternen angebracht und bleiben dort hängen für die gesamte Patenschaftszeit.

Hintergrund: Das Projekt Strassenpatenschaften ist aus dem Wettbewerb "Sauberei" im Jahr 2012 entstanden. Im Rahmen der Aktion "Sauberei" konnte die Bevölkerung Ideen einreichen, wie die Stadt das Littering-Problem bekämpfen könnte. Eine der Gewinner-Ideen am Wettbewerb waren "Raumpatenschaften". Diese wurden dann ab September 2012 von der Dienststelle Jugend umgesetzt.

Bänkli-Patenschaften – Wangen-Brütisellen

Überall in der Gemeinde stehen Bänkli - teils standen diese bereits lange Zeit da und wurden verschönert (angemalt, gestaltet etc.) und teilweise wurden neue Bänkli aufgestellt. Verschiedene Vereine und Privatpersonen übernehmen die Patenschaft für jeweils ein Bänkli. Sie halten das Bänkli und das Umfeld des Bänklis sauber. Das Projekt wurde 2015 gestartet und ist noch in der Test-Phase.

Hintergrund: Zunehmende Littering-Problematik in der Gemeinde. Das Projekt wurde von der Abteilung Gesellschaft und der Jugendarbeit initiiert.

Patenschaften mit Asylsuchende – St. Margrethen

Einmal wöchentlich entfernen 4 Asylsuchende der Gemeinde St. Margrethen das Gemeindegebiet von herumliegenden Abfällen. Die Asylbewerber melden sich freiwillig und bekommen eine kleine Entlohnung

von der Gemeinde für ihre Leistung. Ausrüstung (Westen, Handschuhe, Greifzangen, Abfallsäcke) bekommen sie von der Gemeinde, ebenso eine Instruktion am Anfang und Infos, wo gerade eine aufzuräumende Strasse ist. Die Asylsuchenden sammeln Abfälle ein und die Gemeinde entsorgt diese dann.

Hintergrund: *Littering hat seit einigen Jahren in der Gemeinde St. Margrethen stetig zugenommen, so dass der Werkhof gar nicht mehr alle Strassen richtig reinigen kann (d.h. maschinell ja, aber nicht jeden Fötzel konnte der Werkhof von den Strassenrändern entfernen). Das "Integrationsprogramm Littering" wurde durch den Kanton St. Gallen initiiert, um Asylbewerbern eine sinnvolle Tätigkeit anbieten und sie dadurch integrieren zu können. Das Programm wurde 2014 auf kantonaler Ebene beendet und ab dann durch die Gemeinde selber weitergeführt: Organisation, Umsetzung und Finanzierung.*

d) Geplante Raumpatenschaften

Wohlen

Die Aktion in der Gemeinde Wohlen heisst "wir räumen auf" und wurde umgesetzt mit Hilfe von *PeopleTalk* zur Dialogförderung im Gemeinwesen. Oberstufenschülerinnen und -Schüler haben selber Filmsequenzen gedreht und die Bevölkerung zum Thema Littering befragt (Ist Littering aus Ihrer Sicht ein Problem? Stört es? Was wären sinnvolle Gegenmassnahmen? Was sind/wären Sie bereit zu machen?)

Hintergrund: *Mit Unterstützung von PeopleTalk haben Oberstufenschülerinnen und -Schüler Filmsequenzen gedreht und die Bevölkerung zum Thema Littering befragt (Problem? Stört es? Gegenmassnahmen? Aktionsbereitschaft?). Die Sequenzen wurden dann zu einem 50minütigen Film zusammen geschnitten, welcher anschliessend im Kino und in Schulhäusern gezeigt wurde. Ziel war es, damit die Gesamtbevölkerung zu sensibilisieren. Zudem gab es eine Plakataktion mit Jugendlichen aus der Gemeinde und Statements der Jugendlichen auf den Plakaten. Der Plakataushang war überall im Dorf, um Aufmerksamkeit für den Film zu erregen. Eltern und Freunde wurden zum Ansehen des Films motiviert und der Film konnte auch gekauft werden (CHF 12). Anschliessend hat die Schule das Material für Lehrpersonen erstellt (verschiedene Koffer mit Unterrichtsmaterialien je Stufe) und das Thema Littering soll nun von den Lehrpersonen in jeder Klasse in jedem Jahr einmal aufgegriffen werden. 2015 hat eine Projektwoche zum Thema Littering stattgefunden. Ursprünglich war die Idee auch, Raumpatenschaft mit der Bevölkerung zu organisieren, was aber bislang noch nicht zu Stande kam.*

Rüschlikon

Raumpatenschaften sind eine weitere Möglichkeit gegen Littering vorzugehen, welche die Gemeinde zukünftig umsetzen möchte. Idee ist insbesondere auch das Gewerbe und den Handel einzubeziehen, da es bisher keine Anti-Littering-Massnahmen in Kooperation und Zusammenarbeit mit dem Gewerbe/ Handel in der Gemeinde Rüschlikon gab. Die Vorstellung von Raumpatenschaften gegen Littering gibt es seit 2011, die Umsetzung war aber bislang noch nicht möglich. Die Gemeinde Rüschlikon setzt jedoch seit 2011 viele andere Massnahmen gegen Littering um und zwar folgende: Infrastruktur verbessert (Abfalleimer mit Aschenbechern und grössere Abfalleimer an neuralgischen Hotspots, z.B. an der Seepromenade), Reinigung durch Gemeinde verstärkt, Sensibilisierungsmassnahmen an Schulen, Teilnahme am IGSU Clean-Up-Day mit Schulen jährlich im September, Umwelttag jährlich im Frühling und Plakat-Kampagnen.

Hintergrund: *Seit 2011 gibt es eine breitabgestützte Anti-Littering-Kampagne in der Gemeinde Rüschlikon. Raumpatenschaften waren seit jeher eine Idee, sind bisher nur noch nicht umgesetzt. Rüschlikon hat besondere Littering-Hotspots wie z.B. die Seepromenade. Weil es gute Parkmöglichkeiten bei allen Seezugängen hat, wird dort viel Material hin transportiert und oftmals bleibt viel Littering zurück. Die Gemeinde reinigt daher öfters - das führt zwar dazu, dass der öffentliche Raum sauber aussieht.*

Eigentlich gibt es aber viel Littering, was die Bevölkerung nicht zu Gesicht bekommt, da die Reinigung enorm verstärkt wurde. Raumpatenschaften sollen dem entgegenwirken.

Uster

Seit 2002 engagiert sich die Stadt Uster mit verschiedenen Massnahmen gegen Littering (diverse eigene Plakatkampagnen, Plakataushänge mit IGSU-Sujets, IGSU-Botschafter jedes Jahr vor Ort, 2014 Kleber am Boden als Hinweise auf Abfalleimer). Auch Raumpatenschaften waren eine Idee, welche die Stadt 2012/2013 versucht hat umzusetzen. Leider wurden keine Raumpaten gefunden, trotz schriftlichem und persönlichem Anfragen bei Vereinen, Schulen und Privatpersonen.

***Hintergrund:** Stadt Uster wollte 2012/2013 Raumpatenschaften ins Leben rufen. Das Projekt ist aber mangels freiwilligen Helferinnen und Helfern nicht umgesetzt worden. Die Stadt Uster wäre aber offen für einen neuen Versuch und würde sich über Tipps freuen.*

Fricktal

Die Arbeitsgruppe "Sauberes Fricktal" führt seit 6 Jahren jedes Jahr verschiedene Massnahmen gegen Littering durch. Die Arbeitsgruppe erarbeitet jedes Jahr einen Ideenkatalog mit Massnahmen und dieser wird allen Gemeinden aus dem Fricktal im Rahmen einer "Initialveranstaltung" vorgestellt, die jeweils Anfang Jahr stattfindet. Dazu werden alle Gemeinden (Gemeinderäte und Vorsteher der Umweltkommissionen) des Fricktals eingeladen. In den letzten Jahren wurden bereits verschiedene Aktionen und Massnahmen umgesetzt. Die verschiedenen Massnahmen und ihre Abfolge waren: 1. Erstes Ziel war es, die wertvolle Arbeit des Werkhofs sichtbar zu machen und zu zeigen, was sie leisten. Dafür wurden Kleber mit Slogans auf dem Boden im öffentlichen Raum angebracht, z.B. bei Haltestellen oder beim Schulhausplatz bzw. der Turnhalle. Dies ist sehr gut bei der Bevölkerung angekommen, da es witzig und innovativ war. Es gab zuerst Slogans die negativ getönt waren (in oranger Farbe), z.B. "Abfall nicht auf den Boden werfen" und im zweiten Schritt gab es Slogans mit positiver Tönung (in grüner Farbe), z.B. "Wir freuen uns, wenn alles im Kübel landet". 2. Es wurden Plakate an Littering-Hotspots platziert, die aufzeigten, wie lange Abfälle im öffentlichen Raum liegen bleiben, bis sie sich zersetzen. 3. Es wurden Plakate in Zusammenarbeit mit dem Aargauer Landwirtschaftsverband aufgehängt mit dem Slogan "Abfall tötet Tiere". 4. Ab 2016 sind Plakate und Tonbänder mit Persönlichkeiten geplant, die die Bevölkerung zum korrekten Umgang mit Abfall motivieren. 5. Aufräum-Aktionen werden in den verschiedenen Gemeinden regelmässig seit einigen Jahren durchgeführt. 6. IGSU-Botschafter-Teams sensibilisieren die Bevölkerung bei grösseren Veranstaltungen im öffentlichen Raum für die Littering-Thematik. 7. Es sind Raumpatenschaften angedacht, wurden jedoch bislang aufgrund mangelnder Unterstützung bei Organisation, Planung und Hilfsbereitschaft der Bevölkerung nicht umgesetzt.

***Hintergrund:** Die Firma "Repla" (Regionalverband) hat die Vereinigung "Sauberes Fricktal" 2010 initiiert und ins Leben gerufen. Verschiedene Gemeinden aus der Region Fricktal beteiligen sich. Beraten wird die Vereinigung von einem Umweltberatungsbüro.*

3.4.2 Veranstaltungspatenschaften

Zürcher Fussballclubs FCZ und GC

Das ERZ (Entsorgung und Recycling der Stadt Zürich) ist aktiv auf das Stadionmanagement des Zürcher Letzigrunds zugegangen, da immer mehr Reinigung nach Fussballspielen nötig war. Das Stadionmanagement ist hierfür aber nicht zuständig und hat daher zwischen ERZ und den Vereinen vermittelt. Dann hat ERZ mit den beiden Vereinen FCZ und GC je einzeln einen Vertrag abgeschlossen. ERZ hat zugesichert mehr zu reinigen (vor/während/nach Matches) und Fussballclubs haben sich einverstanden

erklärt, einen Videospot gegen Littering zu drehen. Dieser Spot wurde dann während FCZ- und GC-Fussballspielen jeweils 2 mal gezeigt (Am Anfang und in der Pause).

Hintergrund: Ein Verhaltenskodex, welcher durch den Detailhandel erarbeitet wurde, wurde als Grundlage verwendet und gilt als Ausgangspunkt. Nachdem die Stadt schon mit McDonald's positive Erfahrungen mit Verträgen gemacht hatte, wollten sie das auf Fussballclubs übertragen.

Jugendliche an Veranstaltungen und Events in der Stadt Basel

Jugendliche sind an kleinen Veranstaltungen und Events in der Stadt Basel (z.B. Fussballturnier "Grümpeltturnier", Musikfestivals, Konzerte etc.) präsent, sensibilisieren andere Jugendliche für korrekten Umgang mit Abfall und Wertstoffen und sammeln herumliegende Abfälle ein. Die Jugendlichen erhalten einen kleinen Lohn für ihre Tätigkeit. Die Jugendlichen werden durch die mobile Jugendarbeit angefragt, ob sie „Trash Angels“ werden möchten - jeweils für ein Jahr. Die „Trash Angels“ erhalten von der Stadt Basel (AUE) eine zweistündige Schulung Anfangs Saison. Bei den Einsätzen an Veranstaltungen ist immer eine erwachsene Person (Mitarbeitende der Mobilen Jugendarbeit) mit dabei.

Hintergrund: Seit 2004 hat die Stadt Basel (AUE) verschiedene Aktionen mit der Mobilen Jugendarbeit zusammen im Littering-Bereich durchgeführt. Beispielsweise haben Jugendliche Befragung zum Littering in der Bevölkerung durchgeführt. 2011 wurde dann im Stadtparlament mehr Repression im Littering-Bereich gefordert und als Reaktion darauf das 5-Säulen-Konzept gegen Littering von der Stadt Basel erarbeitet und anschliessend vom Parlament gutgeheissen. Mit dem Projekt "Trash Angels" wurde die Zusammenarbeit vom AUE und der Mobilen Jugendarbeit verstärkt und mit einem neuen Projekt erweitert, dieses betrifft die Säule "Prävention" eines umfassenden Konzepts.

5-Säulen-Konzept der Stadt Basel:

Zur Eindämmung des Litterings gibt es kein Patentrezept. Einzelmassnahmen zeigten bisher nicht die gewünschte Wirkung. Der Kanton Basel-Stadt begegnet dem Problem deshalb mit einem Massnahmenkatalog, der auf fünf Säulen basiert.

- 1. Repression: Littering und illegale Entsorgung werden konsequent verfolgt und mittels Ordnungsbussen geahndet. Die Busse für «Verbotenes Beseitigen von Kleinabfällen, sogenanntes Littering» beträgt 80 Franken. Zusätzlich zur Polizei kann auch das Amt für Umwelt und Energie Ordnungsbussen erheben. Im AUE sind vier speziell geschulte Abfallkontrolleure tätig.*
- 2. Sensibilisierung/Prävention: Mit breit angelegten Sensibilisierungskampagnen in Schulen, Kindergärten und im Freizeitbereich werden junge Leute, aber auch Erwachsene mit Fragen der Abfallentsorgung und des Litterings konfrontiert.*
- 3. Reinigung: Um das gestiegene Abfallaufkommen zu bewältigen und die Sauberkeit an zentralen Lagen länger in die Nacht hinein aufrechtzuerhalten, wurde die Reinigungskapazität bei der Stadtreinigung und der Stadtgärtnerei stark ausgebaut.*
- 4. Saubere Veranstaltungen: Basel-Stadt fördert saubere, vorbildliche Veranstaltungen mit Mehrweglösungen. Dies hat auch Einfluss auf das private (Freizeit-)Verhalten. So gilt seit dem 1. Januar 2015 die Mehrweggeschirrpflicht für alle öffentlichen Veranstaltungen auf öffentlichem Grund und für Veranstaltungen auf privatem Grund mit mehr als 500 Personen.*
- 5. Einbezug Gewerbe: Take-Away Anbieter sind seit dem 1. Januar 2015 dazu verpflichtet, vor ihrem Ladenlokal während der Betriebszeiten Abfallkübel aufzustellen und auf eigene Kosten zu leeren. Auf freiwilliger Basis treffen sich die Grossverteiler Coop, Migros, Manor sowie McDonald's und der Gewerbeverband BS regelmässig mit dem Amt für Umwelt und Energie, um gemeinsam Massnahmen gegen das Littering zu entwickeln.*

3.4.3 Patenschaften von Privaten Unternehmen

McDonald's Stadt Zürich

McDonald's ist 2006/2007 aktiv auf die Stadt Zürich zugegangen und ein allgemeiner Infoaustausch zum Thema ist daraus entstanden (Rückblick Vergangenheit, Ausblick Zukunft, Problem soll gemeinsam angegangen und gelöst werden). Mittlerweile findet 2 Mal jährlich ein Austausch und Dialog zwischen McDonald's und Stadt Zürich auf freiwilliger Basis statt. Je McDonald's Filiale wurde ein Vertrag mit der Stadt Zürich vereinbart und unterzeichnet. Die Verträge beinhalten eine tägliche Reinigungsaktion um Filialen herum durch McDonald's, 2 Mal jährliche Dialogaustausche am Runden Tisch mit der Stadt Zürich und eine jährliche gemeinsame Aufräum-Aktion von ERZ und McDonald's.

***Hintergrund:** Ein Verhaltenskodex, welcher durch den Detailhandel erarbeitet wurde, wurde als Grundlage verwendet und gilt als Ausgangspunkt. McDonald's hat auf dieser Basis aktiv mit ERZ Kontakt aufgenommen und wollte gemeinsam an der Lösung der Littering-Probematik arbeiten, was seit 2006/2007 getan wird.*

Bahnhof Buchs SG

Bahnhofspatenschaften sind ein gesamtschweizerisches Projekt der SBB und diese gibt es neben Buchs SG auch an anderen Orten (z.B. Uster, Rüti ZH etc.). Jeden Abend sind während 3 Stunden 2 Personen am Bahnhof vor Ort und markieren Präsenz, sammeln Abfälle ein, helfen Passanten bei Bedarf und machen auf die Littering-Problematik aufmerksam. Sie sprechen die Passanten zudem aktiv an und motivieren sie, Abfälle und Wertstoffe korrekt zu entsorgen bzw. zu recyceln. Die Bahnhofspaten haben keine Befugnisse wie SBB-Mitarbeitende, sind aber klar als Bahnhofspaten gekennzeichnet (mit Gillet "Railfair") und werden von den Pendlern so wahrgenommen und auch bei Fragen und für Tipps angesprochen. Alle Bahnhofspaten erhalten eine 5-tägige Schulung (Allgemeine Informationen, Ausbildung zu SBB und Ausbildung vom Roten Kreuz zum Umgang mit schwierigen Situationen, Zivilcourage und Feedback-Geben).

***Hintergrund:** Problematik am Bahnhof war 2009 zunehmend und SBB und Gemeinde wollten etwas dagegen unternehmen, um das Sicherheitsgefühl der Pendler am Bahnhof zu erhöhen. Früher gab es in der Gemeinde Buchs ein Problem mit Drogendealern. Dieses konnte mit einer Selbsthilfeorganisation, die freiwillig und eigenständig aus der Bevölkerung entstanden ist, und durch blosse Präsenz stark verbessert werden. Diese Idee wurde dann auf den Bahnhof mittels der Bahnhofspatenschaft übertragen. Das grösste Littering-Problem am Bahnhofs Buchs generiert einerseits ein 24-Stunden-Shop und andererseits der liegengebliebene Abfall von Pendlern.*

Take-Away Anbieter Luzern

Seit 12 Jahren hat die Stadt Luzern Verträge bzw. Vereinbarungen mit Take-Away Anbietern im Stadtgebiet, dies auf freiwilliger Basis. Die Stadt arbeitet diese für jeden Take-Away Anbieter individuell aus. Zudem wird sobald ein Take-Away ein Baugesuch einreicht von der Stadt Kontakt mit dem Take-Away Anbieter aufgenommen und dieser über den Vertrag informiert. Im persönlichen Gespräch werden dann die genauen Bedingungen der Vereinbarungen zwischen den beiden Partnern (Stadt und Take-Away Anbieter) ausgehandelt und festgelegt. Grosse McDonald's-Filialen reinigen z.B. das Trottoir rings um die Filiale und leeren die Abfalleimer im Sempachergarten (täglich). Kleinere Take-Aways müssen nur die Abfalleimer im Umfeld des Ladens leeren und die Stadt stellt Abfallsäcke zu Verfügung und holt den gesammelten Abfall ab und bezahlt die Entsorgung.

***Hintergrund:** Verursacher sollen für Littering verantwortlich gemacht werden. Da der Konsument nicht "fassbar" ist, wird der Inverkehrbringer (Take-Away Anbieter) angegangen. Dies bestätigt auch ein Bundesgerichtsurteil von 2012: Ein Betreiber kann haftbar gemacht werden, wenn nachweisbar ist, dass er für Littering verantwortlich ist. Seit 1997 hat Littering zugenommen, seit 2012 stagniert das Littering-Aufkommen gemäss der Stadt Luzern.*

3.5 Kosten und Finanzierung der Raumpatenschaften

Bei den Kosten der Raumpatenschaften wurden neben den Ausgaben für die Reinigungsausrüstung der Paten und für die Entsorgung der Abfälle vor allem Kosten für Verpflegung der Paten bei den Reinigungsaktivitäten oder für Helferfeste häufig genannt (Abbildung 5). Von einigen Interviewpartnern wurden auch Kosten für die Administration und Organisation (33%) der Raumpatenschaftsprojekte und für Geschenke, Belohnungen oder Vergütungen (27%) als Kostenpunkte genannt. Ein Interviewpartner (7% der Auskunft gebenden Personen) erwähnte zudem Kosten für Inserate und Öffentlichkeitsarbeit.

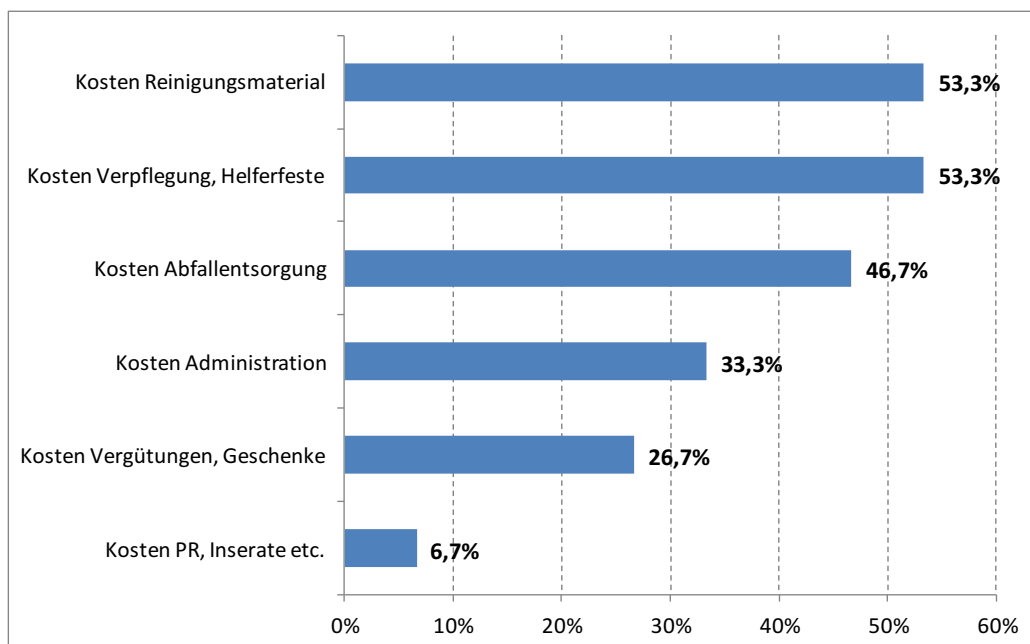


Abbildung 5: Prozentualer Anteil der Nennungen verschiedener Kostenpunkte bei den untersuchten Raumpatenschaften (N = 15).

Die Finanzierung der Raumpatenschaften übernehmen in den meisten Fällen die Städte und Gemeinden als Organisatoren der Raumpatenschaften (Abbildung 6). Bei den Unternehmenspatenschaften beteiligten sich auch die Unternehmen massgeblich an den Kosten. Nur in zwei Fällen (12%) tragen Vereine oder andere Raumpaten(organisationen) die Kosten alleine.



Abbildung 6: Prozentualer Anteil der finanziellen Trägerschaften (N = 17).

3.6 Motivation und Rekrutierung der Raumpaten

3.6.1 Motivation der Raumpaten fürs Mitmachen

Für die meisten Raumpaten steht der Wunsch etwas Sinnvolles zu tun bzw. eine idealistische Motivation für die Übernahme einer Raumpatenschaft im Vordergrund (Abbildung 7). Politische, strategische Überlegungen oder auch der Wunsch einen Imagegewinn zu erzielen, sind in einem Viertel der Fälle ausschlaggebend und vor allem bei den Patenschaften von Unternehmen von Bedeutung. Aber auch ein Verein kann strategisch-politische Interessen verfolgen oder einzelne Paten können einen Imagegewinn erwarten. Eine finanzielle Motivation der Raumpaten wird von 19% der Interviewpartner vermutet, in 12,5% der Fälle machen die Raumpaten mit, weil sie daran auch Spass haben. In gleichfalls 12,5% der Fälle wurden die Paten quasi zum Mitmachen verpflichtet (an Schulen). In den meisten Fällen werden mehrere dieser Motivationen gleichzeitig vermutet, so dass die Gesamtsumme der Prozentanteile weit mehr als 100% ergibt.

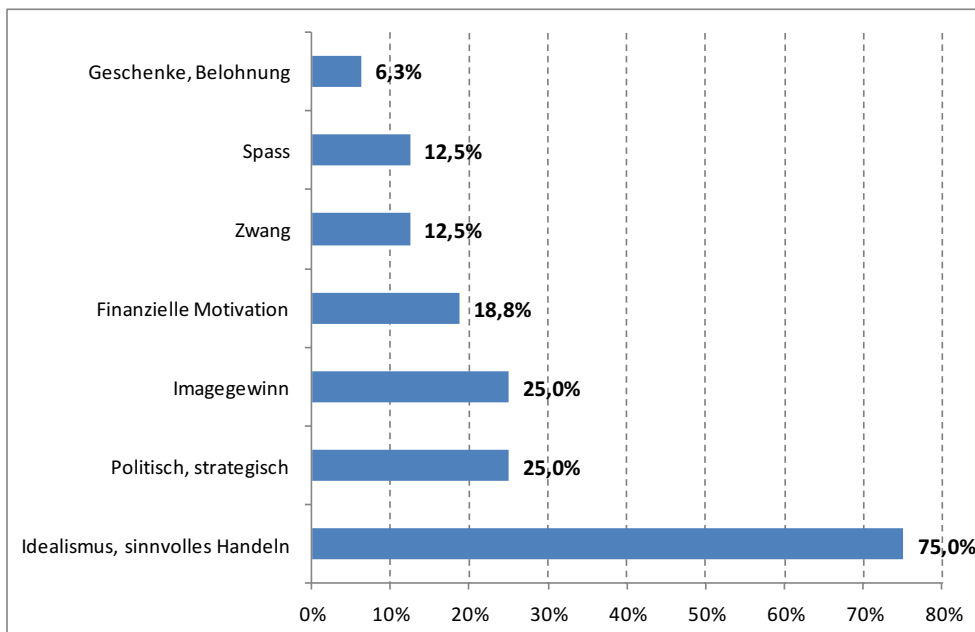


Abbildung 7: Anteil der Nennungen für verschiedene Motivationen der Raumpaten bzw. Patenorganisationen fürs Mitmachen (N = 16).

3.6.2 Anreize fürs Mitmachen

Komplementär zu manchen Motivationstypen werden seitens der Organisatoren der Patenschaften auch Anreize gegeben (z.B. Spass → Helferfest; finanzielle Motivation → Vergütung; Imagegewinn → Danksagung). Einen Überblick über die gegebenen Anreize gibt Abbildung 8. Hier ist zu sehen, dass ein Helferfest bei der Hälfte der Raumpatenschaftsprojekte und somit am Häufigsten gegeben wird. Es folgen die Übernahme von Kosten und Spesen (36%), eine Ehrung oder Danksagung (29%), Geschenke (29%) und eine Verpflegung der Helfer (21%) bei den Reinigungsaktivitäten selbst.

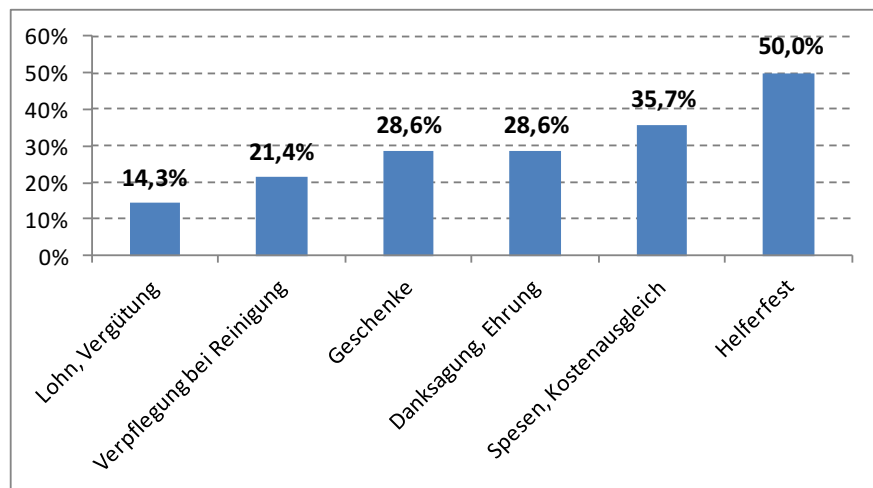


Abbildung 8: Anreize seitens der Organisatoren zur Motivation der Raumpaten bzw. Patenorganisationen fürs Mitmachen (N = 14).

3.6.3 Vorgehen zur Rekrutierung bzw. Gewinnung von Raumpaten

Um über die Möglichkeit zur Übernahme von Raumpatenschaften zu informieren und somit Raumpaten innerhalb eines Patenschaftsprojekts zu gewinnen, werden viele unterschiedliche Wege eingeschlagen (Abbildung 9). Am Häufigsten sind direkte persönliche Kontakte (60%), gefolgt von Medienaufrufen im Internet, in Zeitungen oder Gemeindeblättern (47%). Auch im Rahmen von Anti-Littering Kampagnen, bei Aufräum-Aktionen oder bei Vorträgen und Veranstaltungen werden viele Raumpaten rekrutiert.

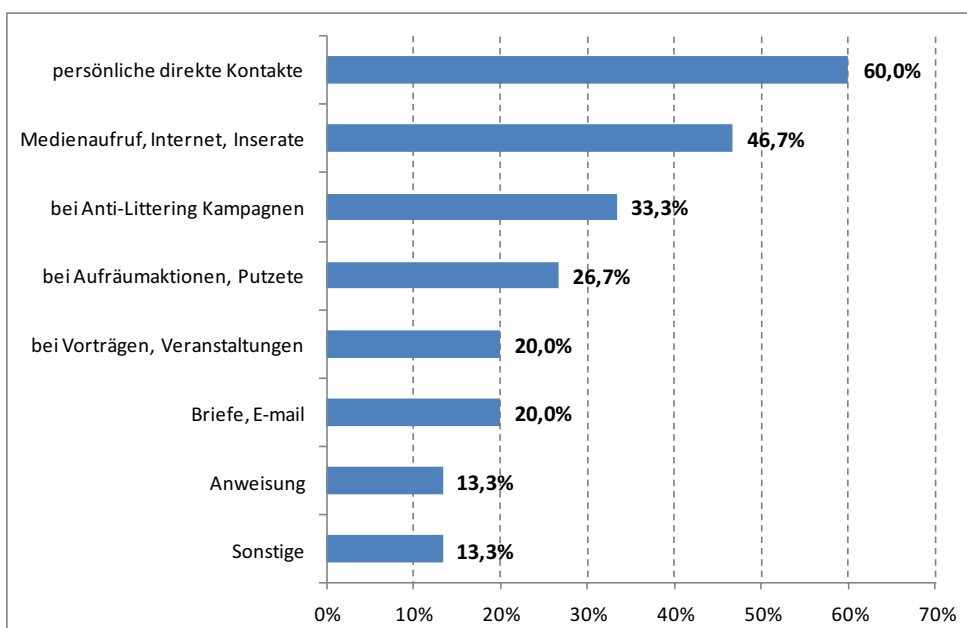


Abbildung 9: Prozentualer Anteil unterschiedlicher Vorgehensweisen zur Gewinnung von Paten (N=15).

3.7 Reinigungsaktivitäten der Raumpaten

Es wurde danach gefragt, wie häufig die Raumpaten, die von Ihnen betreuten Gebiete, reinigen. In der Hälfte der Fälle konnten die Interviewpartner das nicht allgemein beantworten, da im betreffenden Raumpatenschaftsprojekt mehrere Raumpatenschaften mit unterschiedlichen Reinigungsfrequenzen bestehen und/oder weil dies den Raumpaten selbst überlassen sei (50%). In zwei Fällen (12,5%) handelt es sich um Veranstaltungspatenschaften, so dass die Reinigungsfrequenzen dem Tournus der Veranstaltungen folgen. Bei den verbleibenden Patenschaftsprojekten wird zu je gleichen Teilen (je 19%) wöchentlich oder sogar noch etwas häufiger (laufend, täglich) gereinigt (Abbildung 10).

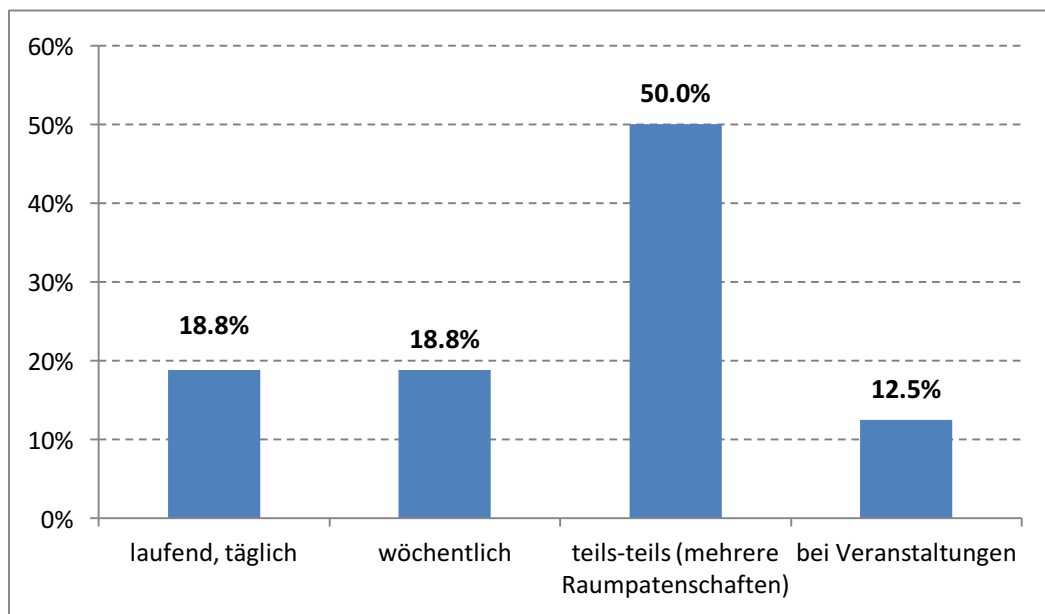


Abbildung 10: Prozentualer Anteil der Frequenz der Reinigungsaktivitäten der Raumpaten (N = 16).

Des Weiteren wurde gefragt, ob die Raumpaten bei jedem Wetter reinigen, also auch bei Regen, oder ob dies von der Wetterlage abhängt. In der Hälfte der Fälle ist dies den Raumpaten selbst überlassen (50%), in 44% der Raumpatenschaftsprojekte reinigen die Paten auch bei schlechtem Wetter und bei 6% der Projekte wird bei Regenwetter eher nicht gereinigt (Abbildung 11).

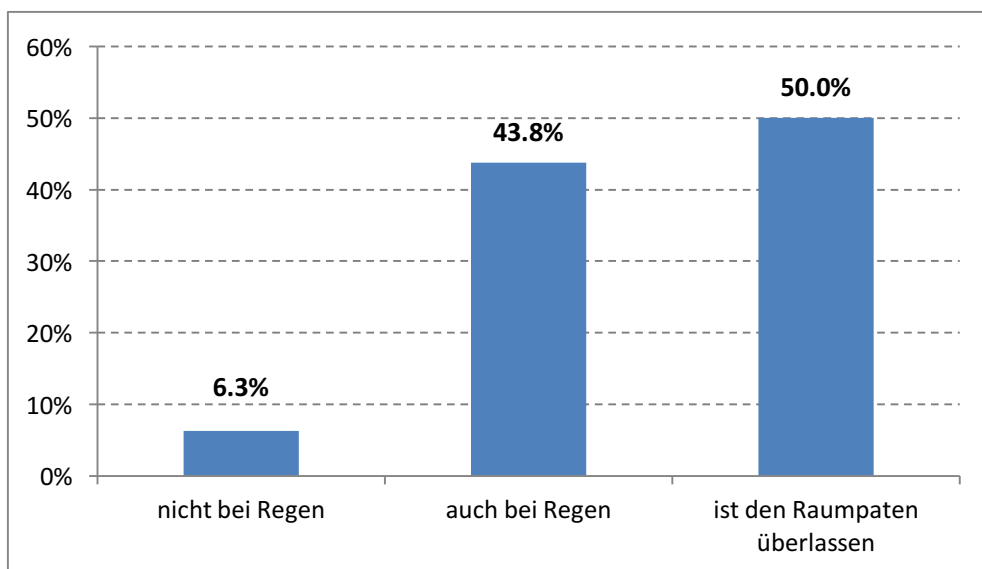


Abbildung 11: Prozentualer Anteil der Reinigung bei verschiedenen Wetterlagen (N = 16).

Zudem wurde auch gefragt, ob die Paten die öffentlichen Räume von Hand, mit Greifzangen und/oder maschinell reinigen. Es zeigte sich, dass die meisten Paten (69%) kombiniert von Hand und mit Greifzangen arbeiten (Abbildung 11). Nur in einem Patenschaftsprojekt nutzen die Paten auch Reinigungsmaschinen (Abbildung 12). Nach der Ausrüstung wurde auch im Detail gefragt und es zeigt sich, dass fast alle Raumpaten Abfallsäcke oder andere Entsorgungsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt bekommen und neben Greifzangen häufig auch Handschuhe und Warnwesten ausgegeben werden (Abbildung 12). Die Ausrüstung wird in den meisten Fällen von den Städten und Gemeinden bzw. von den Organisatoren der Raumpatenschaften zur Verfügung gestellt und finanziert. Nur in einem Fall haben sich die Paten selbst Greifzangen gekauft. Besen und Schaufeln werden nur selten zur Verfügung gestellt (in 12% der Fälle, also in nur 2 Projekten).

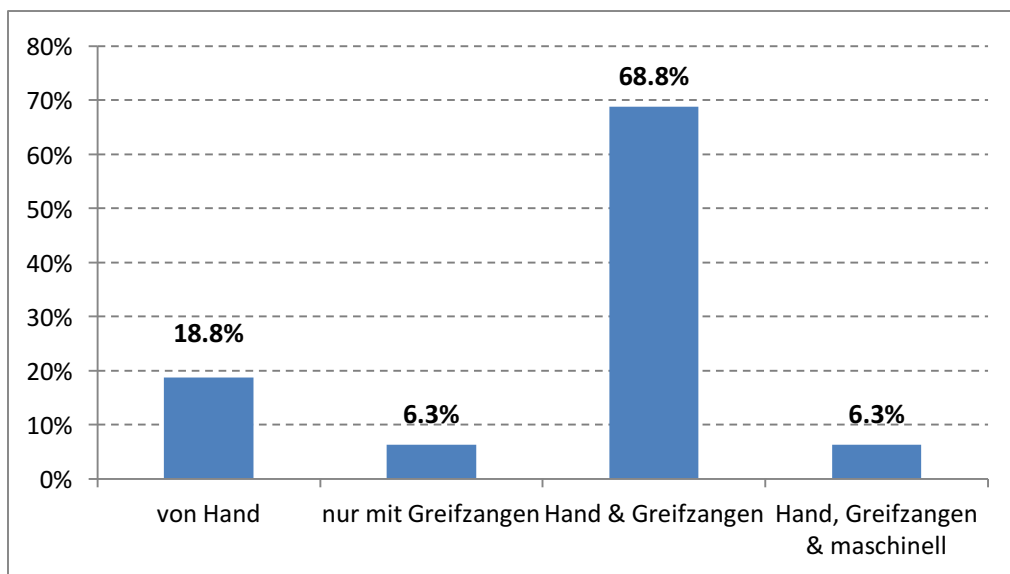


Abbildung 12: Prozentualer Anteil verschiedener Arten der Reinigung (N = 16).

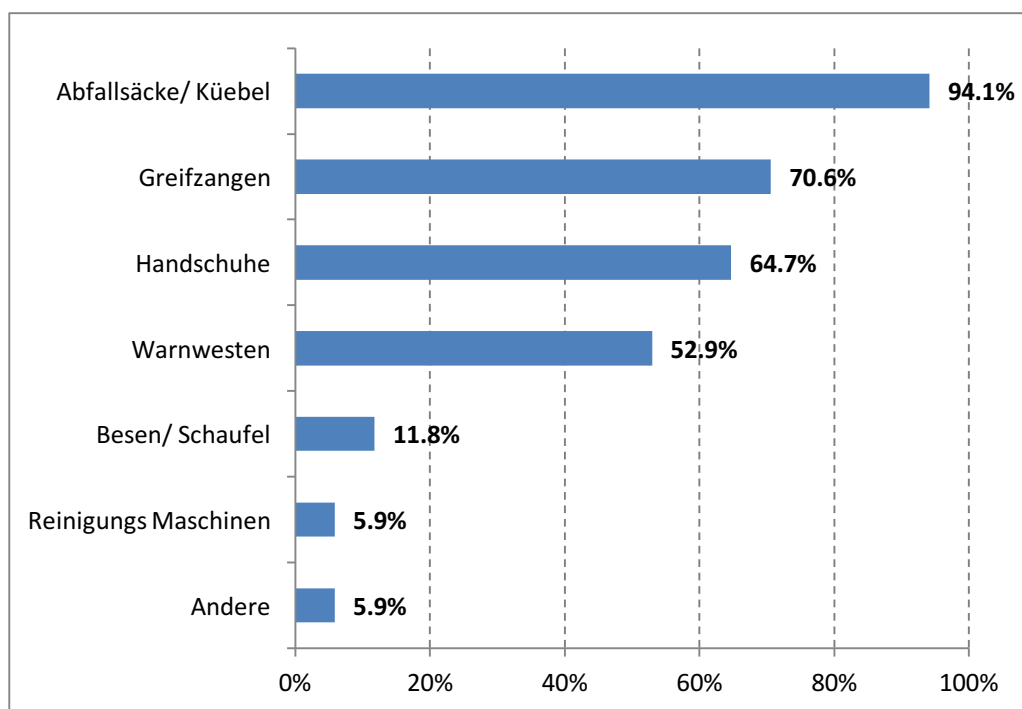


Abbildung 13: Prozentualer Anteil unterschiedlicher Hilfsmittel zur Reinigung (N = 17).

3.8 Bezug der Raumpatenschaften zu Anti-Littering-Kampagnen und -Aktionen

Bei der Hälfte (8 von 16) der laufenden oder bereits abgeschlossenen Raumpatenschaften besteht ein enger Bezug zu einer Anti-Littering Kampagne. Genannt wurden hierbei die Kampagnen „Eglisauber“ (in Eglisau), "Triffsch...?" in Illnau-Effretikon und "Sauberei" in Wädenswil sowie eine „BFE Plakatkampagne“ und das 5-Säulen-Programm in der Stadt Basel. Andere Kampagnen trugen einfach den Namen der Gemeinde, beispielsweise die Anti-Littering-Kampagne in Affoltern a.A. im Jahr 2010, die mit einem „Abfallgipfel“ eröffnet wurde. So wurden Raumpatenschaften an manchen Orten als Kampagnenelemente eingeführt und über das Ende der Kampagne hinweg beibehalten oder die Kampagnen hatten Ideenwettbewerbe für die Bekämpfung des Littering initiiert und „Raumpatenschaften“ gingen aus einem solchen Wettbewerb hervor. Bei 3 der verbleibenden Raumpatenschaften ohne Bezug zu einer Anti-Littering Kampagne bestand zumindest ein enger Bezug zu Aufräum-Aktionen bzw. dem nationalen Clean-Up-Day der IGSU. Die fünf verbleibenden Patenschaften ohne einen solchen Bezug sind einerseits die drei Patenschaften von Unternehmen (Vereinbarungen mit McDonald's in Zürich, Take-Away Anbietern in Luzern sowie die Bahnhofpatenschaften in Buchs). Zudem war die abgeschlossene Veranstaltungs-Raumpatenschaft der Fussballclubs GC und FCZ eine solche, eher eigenständig entwickelte Initiative. Bei den klassischen Raumpatenschaften von Einzelpersonen, Gruppen, Vereinen und Schulen wurden einzig die „Bänkli-Patenschaften“ in Wangen-Brütisellen als ein eher alleinstehendes Projekt ohne unmittelbaren Bezug zu übergeordneten Kampagnen oder anderen Massnahmen(paketen) entwickelt. Dies zeigt die grosse Bedeutung von Kampagnen und auch Aufräum-Aktionen für die Initiierung und Realisierung von Raumpatenschaften.

3.9 Öffentlichkeitsarbeit und Hinweise auf Raumpatenschaften vor Ort

3.9.1 Hinweise auf Raumpatenschaften vor Ort

Bei den 16 laufenden oder vergangenen Raumpatenschaften gibt es nur 4, die vor Ort durch Hinweise auf die Raumpatenschaft aufmerksam machen (25%). Die anderen (75%) geben keine solchen Hinweise. Beschreibungen der Hinweise, die gegeben werden, sind in Tabelle 1a zu finden. Die Antworten von Vertretern von Patenschaften ohne Hinweise zeigen, dass einige die Idee, solche Hinweise zu geben, sehr gut finden, und offen dafür sind dies zukünftig zu testen. Andere äussern Bedenken oder sind der Meinung, es wüssten auch ohne Hinweise vor Ort alle Bescheid, dass Raumpatenschaften vorhanden sind (Tabelle 1b).

Tabelle 1a: Ausführungen zur Frage nach Hinweisschildern bei den Patenschaften **mit** Hinweisschildern

1.	Informationstafel mit Logo der Kampagne, spezielles Logo mit "Hänfli & Rösli" - dieses wird weitergeführt auch in der nächsten Phase, wo weitere Plätze neu gestaltet werden (<i>Bänkli-Platzpatenschaft</i>).
2.	Tafeln, die an Strassenlaternen aufgehängt werden, im jeweiligen Strassenabschnitt der Paten. Das wird sehr stark von der Bevölkerung wahrgenommen und die Tafeln prägen das Stadtbild. (<i>Strassenpatenschaft</i>).

3.	Die „Trash Angels“ haben einerseits Tshirt/Warnwesten an, worauf ersichtlich ist, dass sie „Trash Angels“ bzw. „Trash Heros“ sind. Zudem gestalten die „Trash Angels“ jährlich eigene Plakate zum Thema Littering (z.B. mit Schockbildern) mit dem Slogan "Wir sammeln Abfälle. Helft mit" und hängen diese jeweils bei den Festen, an denen sie präsent sind, auf. Je nach Kreativität und Wunsch der Jugendlichen werden Plakate sehr unterschiedlich realisiert. Die Freiheit zum Gestalten ist den Jugendlichen voll selber überlassen. Die Stadt stellt lediglich Infomaterial zu Verfügung und Plakate (<i>Veranstaltungspatenschaft</i>).
4.	Früher gab es Hinweise, welche am Boden aufgemalt waren. Diese wurden aber über die Jahre vom Regen weggeschwemmt. Die Stadt plant 2016 neue Hinweise zu platzieren. Umsetzung neuer Hinweise noch unklar. Bisherige Hinweise waren auf den Boden aufgemalt und haben die Patenschaft erwähnt. Das fördert das Bewusstsein in der Bevölkerung (<i>klassische Raumpatenschaft</i>).

Tabelle 1b: Ausführungen zu Hinweisschildern bei den Patenschaften **ohne solche Hinweisschilder**

1.	Wir haben nicht daran gedacht, finden die Idee aber gut und überlegen, es neu einzuführen.
2.	Wir haben keine Hinweise vor Ort, aber in den Medien vor/nach Aktionen zum Hinweis darauf.
3.	Nein, alle wissen es ja: Schüler von der Schule, Eltern von Kindern und die restliche Bevölkerung durch Berichte im Gemeindeblatt.
4.	Nein, nie darüber nachgedacht. Aber gute Idee. Allenfalls zukünftig. Aber Raumpaten werden vor Ort während dem Reinigen oft von der Bevölkerung angesprochen und gefragt, was sie machen. Dann erzählen die Raumpaten und erhalten oft Komplimente.
5.	Nein, Wieso? Sonst wird dies auch noch gelittert.

3.9.2 Medieninformationen und Berichte zu Raumpatenschaften

Neben Hinweise vor Ort informieren und berichten auch Medien über Raumpatenschaften. In Abbildung 14 ist zu sehen, bei welchem Anteil der abgeschlossenen oder laufenden Raumpatenschaften gemäss den Angaben der Interviewpartner Medien zur Unterstützung der Raumpatenschaften eingesetzt wurden und zu welchem Zeitpunkt dies geschah. Über 87.5% der Raumpatenschaften wurde nach Auskunft der Interviewpartner in den Medien berichtet. Bei allen diesen Projekten wurde während der laufenden Raumpatenschaften darüber berichtet. Bei 31% bzw. 44% der Projekte wurde vor dem Start bzw. zum Start der Raumpatenschaften darüber berichtet. Bei den 8 Patenschaftsprojekten, bei denen entweder das ganze Projekt abgeschlossen wurde oder einzelne Patenschaften innerhalb des Projekts zu Ende gingen, wurde in 37.5% der Fälle zum Ende von Patenschaften in den Medien berichtet (Abbildung 14).

Am häufigsten wird in lokalen Zeitungen (79%) und Gemeindeblättern (67%) über Raumpatenschaftsprojekte informiert, danach folgen Berichte im Internet (50%). In grösseren, überregionalen Zeitungen oder durch Plakate wird die Bevölkerung in etwa einem Viertel der Patenschaftsprojekte informiert. Etwas seltener wurde auch in grösseren Zeitungen (29%) oder mit Plakaten (23%) auf Raumpatenschaften aufmerksam gemacht. Noch seltener waren Berichte in Funk und Fernsehen oder der Einsatz von Lautsprechern oder Film-Projektionen an Veranstaltungen (Abbildung 15). Der Medieneinsatz wird in Tabelle 2 auf Basis der gegebenen Antworten genauer beschrieben.

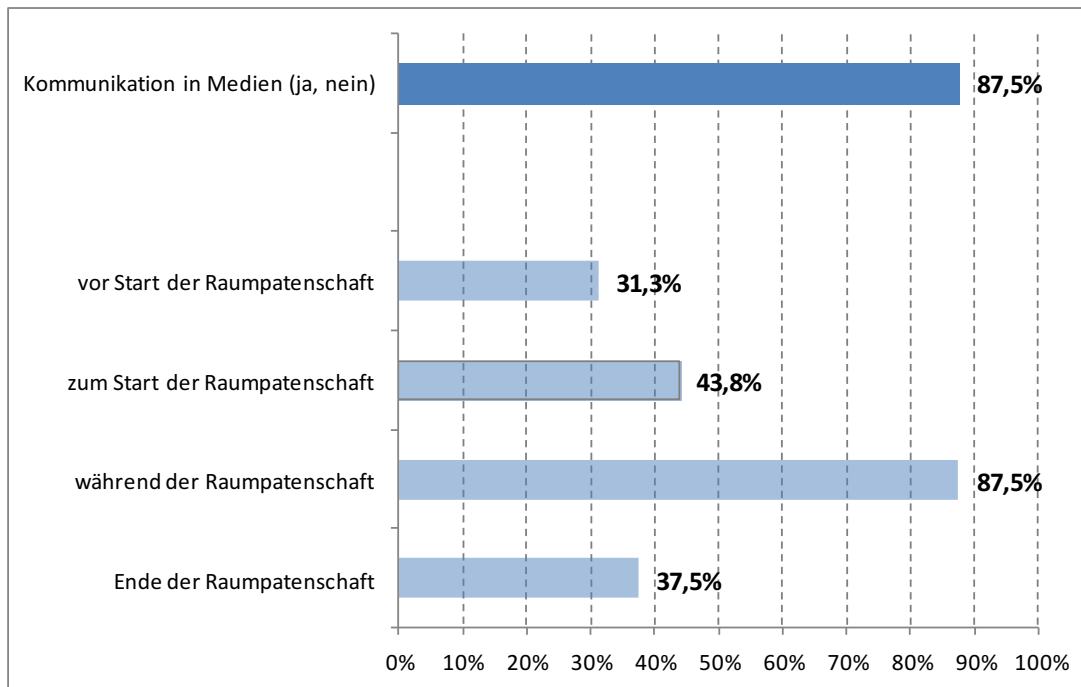


Abbildung 14: Prozentualer Anteile der Raumpatenschaftsprojekte über die zu verschiedenen Zeitpunkten in den Medien berichtet wurde (N = 16, ausser bei „Ende der Raumpatenschaft: N = 8).

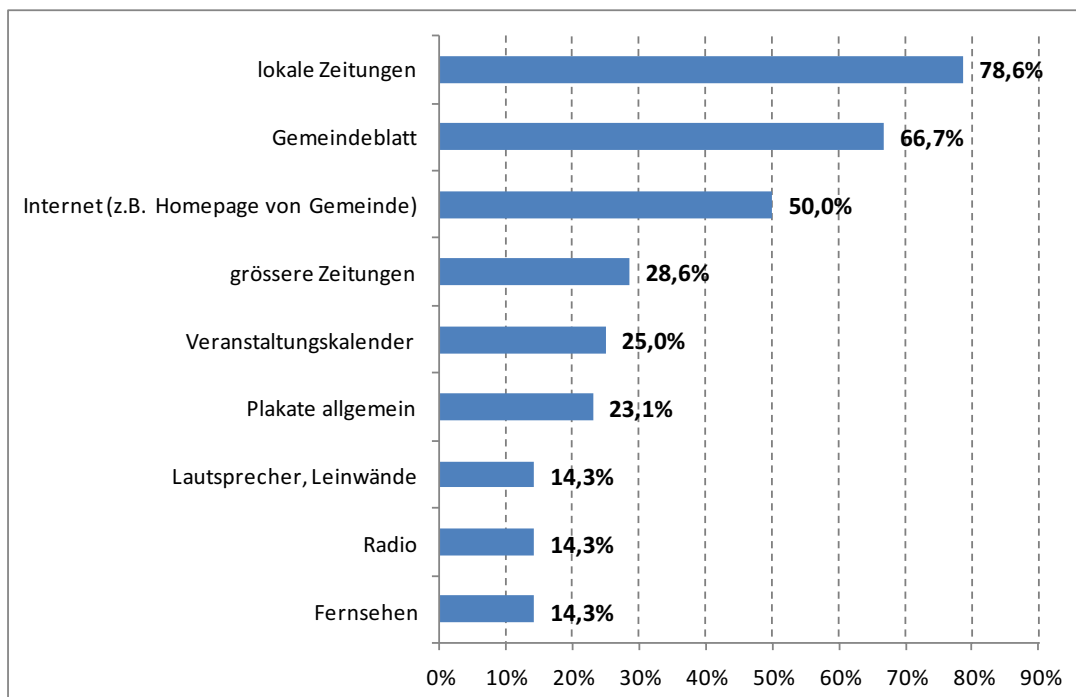


Abbildung 15: Prozentualer Anteile der Raumpatenschaftsprojekte über die in verschiedenen Medien berichtet wurde (N = 14).

Tabelle 2: Antworten zur Frage nach Hinweisen auf Raumpatenschaften in den Medien

1.	Hinweise in Medien vor und nach Aktionen, um die Aktionen bekannt zu machen.
2.	Gemeinsame Medienmitteilung von McDonald's und Stadt bei Start der Verträge. In den anschliessenden Jahren teils Medienberichte (auf Initiative der Medien hin).
3.	Ein Videospot gegen Littering wurde von den Fussballclubs FCZ und GC je einzeln aufgenommen: Der gleiche Spot mit anderen Darstellern, einem Fussballspieler je Club. Der Spot wurde anschliessend an Matches im Stadion gezeigt.
4.	Medienmitteilungen von SBB und Gemeinde bei Start des Projekts und immer wieder Medienbeiträge.
5.	Die zwei grossen Aufräum-Aktionen pro Jahr werden immer kommunikativ begleitet - mit Plakaten und Medienberichten.
6.	Der Speaker der Veranstaltungen weist jeweils darauf hin, dass die „Trash Angels“ vor Ort sind und stellt sie im Idealfall auf der Bühne vor. Zudem werden „Trash Angels“ im Jahresbericht der Stadt und bei allfälligen Medienmitteilungen von der Stadt Basel erwähnt.
7.	Medienarbeit rund um Clean-Up-Day: Medieneinladung, Medienmitteilung und Berichte.
8.	Lokale und regionale Medien verschiedenster Art.
9.	Auf der Homepage der Stadt wird auf die Patenschaften verwiesen und auf die Möglichkeit neu Pate zu werden. Zudem erfolgt viel Medienarbeit rund um die zwei Aufräum-Tage im Jahr.
10.	Regelmässige Berichte zum Thema Littering (mindestens 1mal pro Jahr wird das Aufräumen durch die Asylbewerber thematisiert, zudem jedes Jahr über den nationalen Clean-Up-Day, weitere Massnahmen und Aktualitäten zum Thema etc.).
11.	Grundsätzliche Informationen zum Projekt, aber auch über die einzelnen Plätze: Auf der Homepage der Gemeinde, in der Zeitung ("Kurier" - wöchentliches Ortsblatt).
12.	Infos in lokaler Presse und auf der Homepage der Gemeinde (Aufruf im Veranstaltungskalender und zudem regelmässige Infos zum Recycling; 2015 inklusive Wettbewerb).
13.	Anti-Littering Tag wird genutzt, um neue Raumpaten zu finden. Auf den Anti-Littering-Tag wird mit Inseraten, Plakaten und Einladungsbriefen an bestehende Paten aufmerksam gemacht.
14.	Anfang 2015 wurde ein Zeitungsartikel mit einem "Aufruf an neue Raumpaten" publiziert und weitere Paten wurden gefunden.

Hauptsächliche Ziele der Kommunikation über die Raumpatenschaften in den Medien waren a) die Sensibilisierung der Bevölkerung für das Littering-Problem und Förderung der Motivation etwas dagegen zu tun, b) die Information der Bevölkerung über bzw. die Generierung von Aufmerksamkeit für die Raumpatenschaften und c) das Gewinnen neuer Paten. Letzteres war bei über der Hälfte der Raumpatenschaften ein wichtiger Grund für begleitende Kommunikationsmassnahmen und den Einbezug von Medien in das Raumpatenschaftsprojekt. Antworten der Interviewpartner zur Frage nach den Zielen begleitender Kommunikationsaktivitäten finden sich in Tabelle 3. Ergänzend wurde zudem auch gefragt, ob die genannten Kommunikationsziele aus Sicht der Interviewten erreicht wurden (Tabelle 4). Diesbezüglich äusserten sich 11 der Interviewpartner positiv während nur 3 sich bezüglich der erzielten Wirkungen der Kommunikationsmassnahmen unklar sind oder diese für gering halten. Insbesondere berichten auch viele Interviewpartner, dass die begleitenden Kommunikationsaktivitäten geholfen haben, Raumpaten zu finden.

Tabelle 3: Antworten der Interviewpartner auf die Frage nach den Zielen begleitender Kommunikationsaktivitäten

1.	Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit generieren und die Wahrnehmung der Raumpatenschaften fördern. Zudem herausfinden, wo in der Gemeinde Littering ein Problem ist und geputzt werden soll (Mithilfe der Bevölkerung - online dreckige Orte melden) und herausfinden, wo Raumpatenschaften Sinn machen bzw. wirkungsvoll sind.
2.	Neue Raumpaten finden. Bestehende Raumpaten zum Weitermachen motivieren und Verdanken. Zudem breite Bevölkerung für das Thema sensibilisieren und über Tätigkeit der Raumpaten informieren.
3.	Bevölkerung informieren.
4.	Fussballfans informieren und zum Mitmachen und korrekten Abfallentsorgen motivieren.
5.	Paten zu finden.
6.	Bevölkerung informieren und Aufmerksamkeit für die Littering-Thematik wecken. Zudem auch neue Paten suchen.
7.	Bevölkerung aufmerksam machen und sensibilisieren. Mitglieder/Paten lassen sich immer wieder neue finden.
8.	Aktionen und Engagement bekannt machen – weitere Helferinnen und Helfer finden.
9.	Bevölkerung informieren und zum Mithelfen und korrekten Entsorgen motivieren.
10.	"Tu gutes und sprich darüber".
11.	Bevölkerung auf Projekt hinweisen und zeigen, dass Vorbilder in der Stadt unterwegs sind und so soll das Littering eingedämmt werden. Sensibilisierung der Bevölkerung für das Thema.
12.	Neue Paten finden und Bevölkerung sensibilisieren.
13.	Bevölkerung informieren und sensibilisieren.
14.	Bewusstsein der breiten Bevölkerung soll gesteigert werden.

Tabelle 4: Antworten der Interviewpartner auf die Frage, ob die begleitenden Kommunikationsaktivitäten ihre Ziele erreicht haben

Antworten, die eine Erreichung der Ziele bzw. positive Wirkungen beschreiben	
1.	Ja, es gibt eine starke Wahrnehmung und Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit.
2.	Information über die Raumpatenschaften wird von der Bevölkerung geschätzt und hilft der Gemeinde bestehende Raumpaten zu "pflegen" und neue zu finden.
3.	Paten wurden gefunden.
4.	Paten wurden gefunden. Bevölkerung kennt das Projekt.
5.	Bevölkerung wird sensibilisiert und weiss nun, dass Raumpaten die Strassen reinigen (z.B. Nachbar, Freund oder Kollege aus Fussballteam). Wird stark wahrgenommen.
6.	Neue Paten werden gefunden und Bevölkerung sensibilisiert.
7.	Bevölkerung informieren und sensibilisieren.
8.	Engagement der Schule wird positiv wahrgenommen.

9.	Aktionen werden bekannt in der Bevölkerung und weitere Helfende werden gefunden.
10/11.	„Ja“ (2x)
Antworten, die keine Wirkung annehmen oder mit unklarer Wirkung	
1.	Es wird von Bevölkerung eher nicht wahrgenommen, dass Verträge zwischen McDonald's Filialen und Stadt Zürich ERZ bestehen.
2.	Wirkung unklar.
3.	Wirkung noch nicht absehbar.

3.10 Begleitende Aktionen, Events für die Patenschaften

Bei einer Mehrzahl der Raumpatenschaften wurden spezielle Aktivitäten oder Events zur Unterstützung der Paten oder Patenschaften durchgeführt. In Tabelle 5 werden die kurzen Beschreibungen dieser Events zusammen mit den von den Interviewpartnern genannten Zielen und Effekten wiedergegeben. Wie schon bei den begleitenden Kommunikationsmassnahmen dienen auch diese Aktionen hauptsächlich der Sensibilisierung der Bevölkerung, der Generierung von Aufmerksamkeit für die Raumpatenschaften und der Gewinnung neuer Paten. Weitere, zusätzliche Ziele der Events oder Aktionen sind der Dank an Raumpaten, das Säubern der Umwelt bei Aufräum-Aktionen und das Generieren von Ideen zur Optimierung und Verbesserung von Raumpatenschaften beispielsweise innerhalb eines Workshops. Zudem diente eine Aufräum-Aktion zum Start der Raumpatenschaft einer Schule der Instruktion der Schülerinnen und Schüler bezüglich dem besten Vorgehen und der Standards bei der Reinigung.

Tabelle 5: Beschreibung von begleitenden Aktionen und Events zur Unterstützung der Raumpatenschaften.

1.	Start- und End-Event zur Kampagne "Eglisauber" während Frühlings- und Herbstfest - <i>Ziel</i> dabei ist Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit zu generieren und weitere Personen zum Mitmachen bei den Raumpatenschaften zu motivieren. Die Events sollen die Kampagne bekannt machen und eine starke Wahrnehmung der Raumpatenschaften in der Öffentlichkeit erreichen.
2.	Anti-Littering-Tag zum Start/Ende, jeweils 1mal pro Jahr - <i>Ziel</i> ist bestehende Raumpaten zum Weitermachen zu motivieren und zu verdanken und neue Paten zu finden. Zudem eine breite Bevölkerung für das Thema zu sensibilisieren und über Tätigkeiten der Raumpaten zu informieren. - <i>Zielerreichung:</i> Der Anlass wird von der Bevölkerung geschätzt und hilft der Gemeinde Raumpaten zu "pflegen" und neue zu finden.
3.	"Abfallgipfel" als Kick-off-Veranstaltung der Raumpatenschaften - <i>Ziel</i> ist die Patenschaften ins Bewusstsein der Bevölkerung zu bringen und Raumpaten zu finden. - <i>Zielerreichung:</i> Beim Kick-off-Anlass wurden Raumpaten gefunden.
4.	Litter Club macht an diversen Events in der Gemeinde mit (Chilbi, Aufräum-Aktionen, nationaler IGSU Clean-Up-Day etc.) - <i>Ziel/ Zielerreichung:</i> Das sensibilisiert die Bevölkerung für die Littering-Problematik und man räumt gleich Abfälle weg.

5.	<p>Es findet eine gemeinsame Aufräum-Aktion der Schulklasse zusammen mit der Stadtreinigung zum Start der Raumpatenschaft statt. Organisiert und begleitet wurde die Start-Aufräum-Aktion durch die Stadt Basel (AUE).</p> <p>- <i>Ziel:</i> Dabei will man Schülerinnen und Schülern zeigen, wie sie beim Aufräumen vorgehen sollen. Zudem sollen sie einen sauberen Abschnitt haben zum Start der Raumpatenschaft. Dies diene ihnen auch dazu, den Schülerinnen und Schülern aufzuzeigen, welchen Sauberkeitsstandard sie im Folgenden bei Ihren Aufräum-Touren erreichen bzw. erzielen sollen.</p> <p>- <i>Zielerreichung:</i> Ja, die Strassenabschnitte sind dadurch sauber zum Start der Patenschaft und die Schülerinnen und Schüler wussten danach, wie sauber sie zukünftig reinigen müssen.</p>
6.	<p>Es findet eine gemeinsame Aufräum-Aktion der Schulklasse zusammen mit der Stadtreinigung zum Start der Raumpatenschaft statt. Organisiert und begleitet wurde die Start-Aufräum-Aktion durch die Stadt Basel (AUE).</p> <p>- <i>Ziel:</i> Dabei will man Schülerinnen und Schülern zeigen, wie sie beim Aufräumen vorgehen sollen. Zudem sollen sie einen sauberen Abschnitt haben zum Start der Raumpatenschaft. Dies diene ihnen auch dazu, den Schülerinnen und Schülern aufzuzeigen, welchen Sauberkeitsstandard sie im Folgenden bei Ihren Aufräum-Touren erreichen bzw. erzielen sollen.</p> <p>- <i>Zielerreichung:</i> Ja, die Strassenabschnitte sind dadurch sauber zum Start der Patenschaft und die Schülerinnen und Schüler wussten danach, wie sauber sie zukünftig reinigen müssen.</p>
7.	<p>Vor einigen Jahren wurde ein Workshop mit allen Paten durchgeführt</p> <p>- <i>Ziel des Workshops:</i> überlegen und herausfinden, was für eine Aktion jährlich gemeinsam durchgeführt werden könnte, um den Zusammenhalt zu fördern und noch mehr Personen aus der Bevölkerung zum Mitmachen und zum korrekten Umgang mit Abfall zu motivieren.</p>
8.	<p>Rundgang zu den 6 neu gestalteten Plätzen mit den Gestaltern, um über das Projekt zu erfahren und informieren. (<i>Bänkli-Patenschaften</i>)</p>

3.11 Analyse der Wirksamkeit und Akzeptanz der Raumpatenschaften

3.11.1 Messung und Kommunikation von Effekten auf die Sauberkeit vor Ort

Nur in wenigen, nämlich in 3 der 16 aktiven bzw. abgeschlossener Raumpatenschaftsprojekten fand nach Angabe der Interviewpartner eine Messung des Erfolgs der Patenschaften in Bezug auf die Sauberkeit vor Ort statt. Auch in diesen Fällen waren die Kriterien der Erfolgsprüfung jedoch nicht objektiv definiert, dass man von einer Messung im exakten Sinn sprechen kann. Vielmehr wurde die Sauberkeit per Augenschein eingeschätzt oder die Mengen gesammelter Abfälle (bzw. die Anzahl verbrauchter Abfallsäcke) wurde als Erfolgskriterium betrachtet. Hierzu konsistent erscheint der Befund, dass bislang noch in keiner der untersuchten Raumpatenschaften eine gezielte Kommunikation über Effekte der Raumpatenschaften hinsichtlich der Sauberkeit in den Städten und Gemeinden bzw. in den betreuten Arealen in den Medien stattfand.

Als beste Indikatoren für erzielte Wirkungen auf die Sauberkeit können bzw. müssen somit subjektive Einschätzungen bezüglich der Veränderung des Littering-Ausmasses in den Flächen der Raumpatenschaften gelten und Auskünfte in Bezug auf die Reduktion des Reinigungsaufwandes.

3.11.2 Wahrgenommener Einfluss der Raumpatenschaften auf Littering vor Ort

Fast alle Interviewpartner nehmen eine Verminderung des Litterings auf den von Raumpaten betreuten Flächen im Vergleich zu vor der Einführung der Patenschaften aus (Abbildung 16).

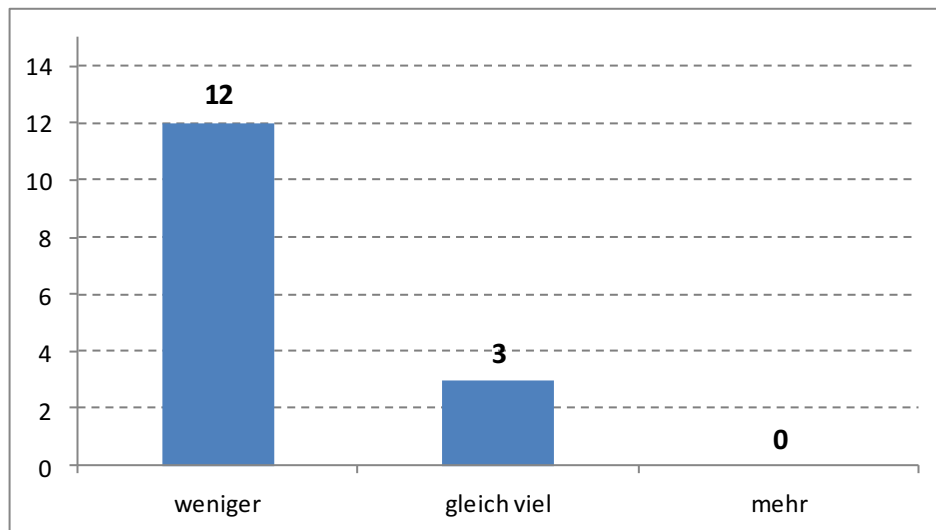


Abbildung 16: Einschätzung der Interviewpartner (N = 15) in Bezug auf das Ausmass des Litterings während der Raumpatenschaften im Vergleich zur Zeit vor deren Einführung.

3.11.3 Wirkung der Raumpatenschaften aus Sicht der Organisatoren

Die Organisatoren der Raumpatenschaften sind mit den erzielten Wirkungen fast alle zufrieden (Abbildung 17). Entsprechende Aussagen der Interviewpartner über die Wirkungen aus Sicht der Organisatoren sind in Tabelle 6 dargestellt.

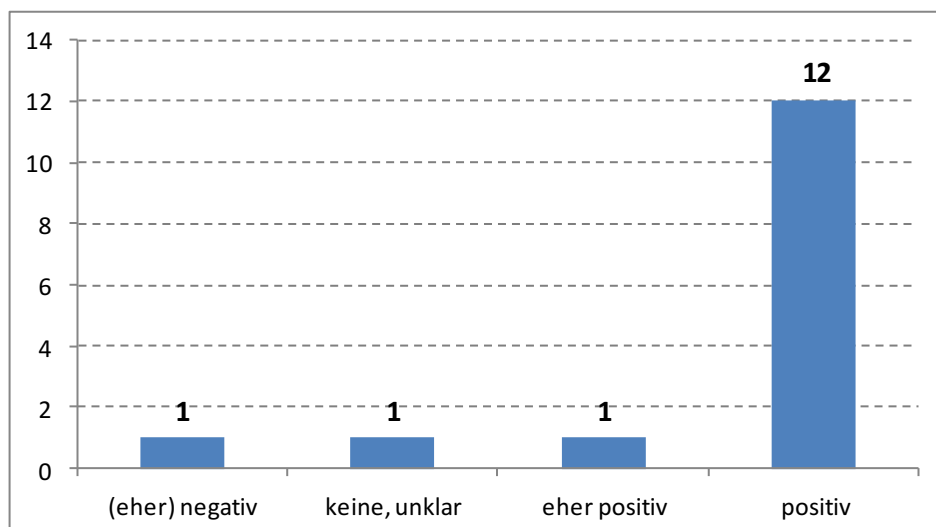


Abbildung 17: Einschätzung der Interviewpartner (N = 15) in Bezug auf die Wirkung der Raumpatenschaften aus Sicht der Organisatoren.

Tabelle 6: Antworten der Interviewpartner zur Frage nach den Wirkungen der Raumpatenschaften aus Sicht der Organisatoren

1.	"Gut" bis "sehr gut". Alle Massnahmen der Gemeinde sind nötig - es werden sicherlich keine Massnahmen gestrichen zukünftig, eher weitere dazu gefügt. Der Massnahmen-Mix bringt die gewünschte Wirkung (Reduktion der Abfallmengen im öffentlichen Raum).
2.	Schön, dass ein Unternehmen einen Teil der Verantwortung wahrnimmt. Auch die Austauschplattform ist sehr positiv.
3.	Die Strassenpatenschaften haben eine starke positive Wirkung. Gedanken der Bevölkerung werden angeregt und im Wissen, dass eine persönlich bekannte Person einen Abschnitt der Strasse reinigt, wird das Littern von eigenen Abfällen gehemmt und es gibt tatsächlich weniger Littering. Sehr wirkungsvoll sind auch die Tafeln, welche noch weitere Personen sensibilisieren und allgemein starke Aufmerksamkeit erregen.
4.	Es ist überraschend einfach neue Helferinnen und Helfer zu finden. Das ist sehr erfreulich. Auch Spass am Mithelfen ist sehr positiv. Geholfen beim Suchen der Mitglieder/Paten hat das grosse Beziehungsnetzwerk von Herr B..
5.	Gesteigertes Bewusstsein für Littering-Problematik ist da, Sensibilisierung hat gewirkt und es hat nun weniger Littering.
6.	Hilft sehr stark zur Bildung von Einstellungen dahingehend selber nicht zu littern. Sichtbar Verbesserung der Littering-Situation ist auf dem Schulhausplatz wahrnehmbar. Kinder lernen "das tut man nicht".
7.	Littering-Situation hat sich verbessert und das Sicherheitsgefühl kann durch Präsenz der Paten vor Ort erhöht werden.
8.	Positiv, hilft das Problem in starken Littering-Zeiten (Mittags) zu reduzieren. Wir wollen lieber Hilfe beim Reinigen als Hilfe beim Bezahlen der Reinigung.
9.	Die erreichte Reduktion der Reinigungshäufigkeit durch die Gemeinde ist sehr positiv. Zudem ist erfreulich zu sehen, dass so viele Personen freiwillig und motiviert mithelfen.
10.	Sehr gute Sache: Win-Win-Situation für alle (Asylbewerber, Gemeinde/Werkhof, Gesellschaft und Bevölkerung).
11.	Situation hat sich verbessert: weniger Littering. Dies wird insbesondere an den Clean-Up-Days sichtbar, da bei jeder Aufräum-Aktion weniger Abfälle gefunden werden als bei der vorherigen. Zudem wurde die breite Bevölkerung stark sensibilisiert für die Littering-Thematik und ein Problembewusstsein ist entstanden.
12.	Zivilcourage in der Bevölkerung hat zugenommen, Littering hat abgenommen.
13.	Raumpatenschaft kann Littering nicht ganz aus dem Weg schaffen, aber reduzieren.
14.	Austausch positiv und dass sich Fussballclubs an der Problemlösung beteiligen wollen. Wirkung auf Littering ist aber unklar und wird als gering eingeschätzt
15.	Noch keine

Anmerkung: Antworten 1-12 wurden als positiv; 13 als eher positiv; 14 als unklar eingestuft, 15 als (eher) negativ (vgl. Abbildung 17).

3.11.4 Wirkung der Raumpatenschaften aus Sicht der Raumpaten

Auch die Raumpaten sind gemäss den Beschreibungen der Interviewpartner mit den erzielten Wirkungen fast alle zufrieden (Abbildung 18). Entsprechende Aussagen der Interviewpartner über die Wirkungen aus Sicht der Raumpaten sind in Tabelle 7 dargestellt.

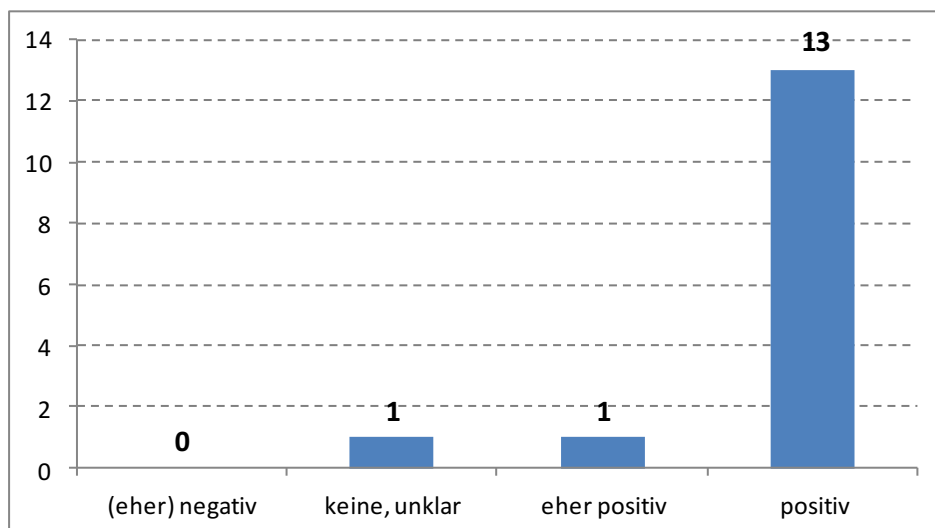


Abbildung 18: Einschätzung der Interviewpartner (N = 15) bezüglich der Wirkung der Raumpatenschaften aus Sicht der Raumpaten.

Tabelle 7: Antworten der Interviewpartner zur Frage nach den Wirkungen der Raumpatenschaften aus Sicht der Raumpaten

1.	Besonders wertvoll ist das Zeichen, das gesetzt wird und dass dadurch die breite Bevölkerung auf die Thematik aufmerksam gemacht wird.
2.	Paten und Gemeinde werden auf neue Sitzgelegenheiten angesprochen. (Bänkli-Patenschaften)
3.	Paten freuen sich mithelfen zu dürfen und sehen ihre Wirkung auch darin, dass sie die Bevölkerung in Gesprächen sensibilisieren können.
4.	Imagegewinn für Paten.
5.	Littering-Situation hat sich verbessert und zudem reinigt der Werkhof noch besser. Zwei Vorteile - sehr zufriedenstellend für die Mitglieder/Paten.
6.	Paten machen es sehr gerne und sind motiviert bei der Sache.
7.	Machen gerne mit und leisten dadurch Beitrag zur Problemlösung.
8.	Positiv, Littering-Situation hat sich verbessert.
9.	Sauberer, littern weniger.
10.	Schätzen Austausch mit Stadt Zürich sehr. McDonald's möchte das gerne in anderen Städten entsprechend durchführen. Aber andere Städte sind nicht so offen dafür wie Zürich.
11.	Paten stellen ebenfalls eine Abnahme des Littering-Ausmasses fest.
12.	Tafeln werden wahrgenommen, erregen Aufmerksamkeit und sensibilisieren die breite Bevölkerung, was positiv wahrgenommen wird.
13.	Weniger Littering in der Stadt Basel (auch offene Container an Littering-Hotspots, z.B. Rheinbord, helfen).
14.	Austausch positiv und dass sich Fussballclubs an der Problemlösung beteiligen wollen. Wirkung aus Sicht der Paten ist unklar und vermutlich eher gering.
15.	Unklar

Anmerkung: Antworten 1-13 wurden als positiv; 14 als eher positiv; 15 als unklar eingestuft (vgl. Abbildung 14).

3.11.5 Wirkung der Raumpatenschaften aus Sicht der Öffentlichkeit

Gemäss den Beschreibungen der Interviewpartner wurden die Reaktionen in der Öffentlichkeit durch die Autoren auf einer 5-stufigen Skala von „negativ“ bis „positiv“ bewertet. Es wurden zumeist klar positive Bewertungen seitens der Bevölkerung geschildert (Abbildung 19). In einem Drittel der Fälle konnten die Interviewpartner jedoch keine oder keine eindeutige Aussage über die Wirkung der Raumpatenschaften aus Sicht der Öffentlichkeit treffen. Kurze Zusammenfassungen der Aussagen der Interviewpartner über die Wirkungen aus Sicht der Öffentlichkeit sind in Tabelle 8 dargestellt.

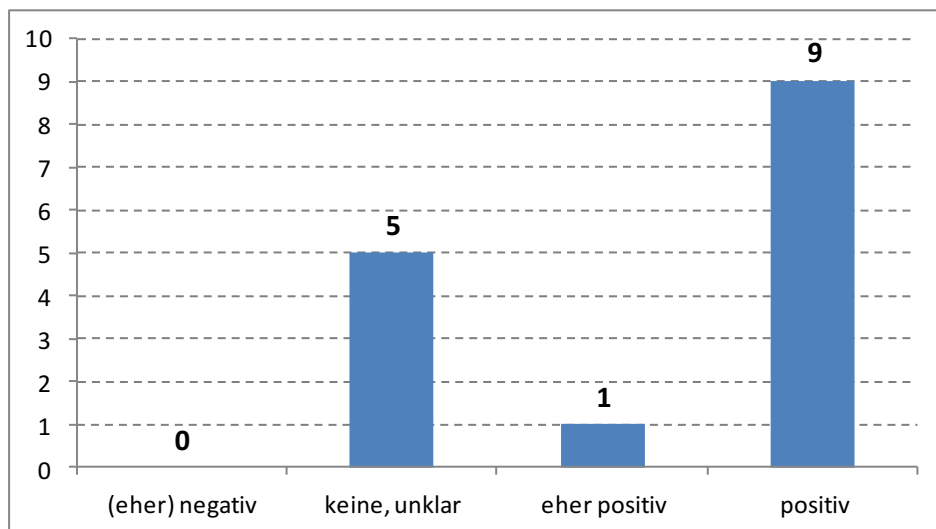


Abbildung 19: Einschätzung der Interviewpartner (N = 15) in Bezug auf die Wahrnehmung der Wirkungen der Raumpatenschaften in der Öffentlichkeit.

Tabelle 8: Aussagen zu den Wirkungen der Raumpatenschaften aus Sicht der Öffentlichkeit

1.	Bevölkerung ist beeindruckt von tatkräftigen freiwilligen Helferinnen und Helfern.
2.	Bevölkerung schätzt es enorm, dass es den Litter Club gibt. Er gilt nun als fester Bestandteil der Gemeinde und die Bevölkerung nimmt dies durchweg positiv wahr. Zudem Danken Personen den Mitgliedern bei Aktionen oft und Komplimente werden ausgesprochen.
3.	Bevölkerung wird sensibilisiert für die Thematik.
4.	Empfinden Tätigkeit der Raumpaten als sehr positiv und wertschätzen dies. Oft entstehen Gespräche der Bevölkerung mit Raumpaten und dadurch werden viele Leute für Thematik sensibilisiert.
5.	Positives Echo zu den neuen Sitzgelegenheiten.
6.	Öffentlichkeit schätzt das Engagement und findet es positiv.
7.	Schulhausplatz ist nun sauberer.
8.	Starke, positive Wahrnehmung (Littering-Abnahme wird angenommen).
9.	Verbesserte Littering-Situation wird wahrgenommen (stabilisiert oder sogar verbessert).
10.	Wird von Bevölkerung als fester Bestandteil der Gemeinde wahrgenommen und die meisten finden es sehr gut und sinnvoll.
11.	Wird wahrgenommen, allerdings keine direkten Feedbacks, da Personen sich nicht getrauen, da sie bisher nicht mitgemacht haben und "Angst haben" zum Mitmachen motiviert zu werden.
12.- 13.	unklar (2 x)
14.- 15.	keine Wahrnehmung (2 x), RP ist der Öffentlichkeit nicht /kaum bekannt.

Anmerkung: Antworten 1-9 wurden als positiv; 10 als eher positiv; 11-15 als unklar eingestuft (vgl. Abbildung 15).

3.11.6 Gesamtbeurteilung aus Sicht der Raumpaten

Die Raumpaten sind mit den Raumpatenschaftsprojekten insgesamt mehrheitlich zufrieden (Abbildung 20). In wenigen einzelnen Fällen wurden aber auch negative bzw. unterschiedliche Erfahrungen gemacht. Aussagen der Interviewpartner über eine Gesamtbeurteilung der Patenschaften aus Sicht der Raumpaten werden in Tabelle 9 wiedergegeben.

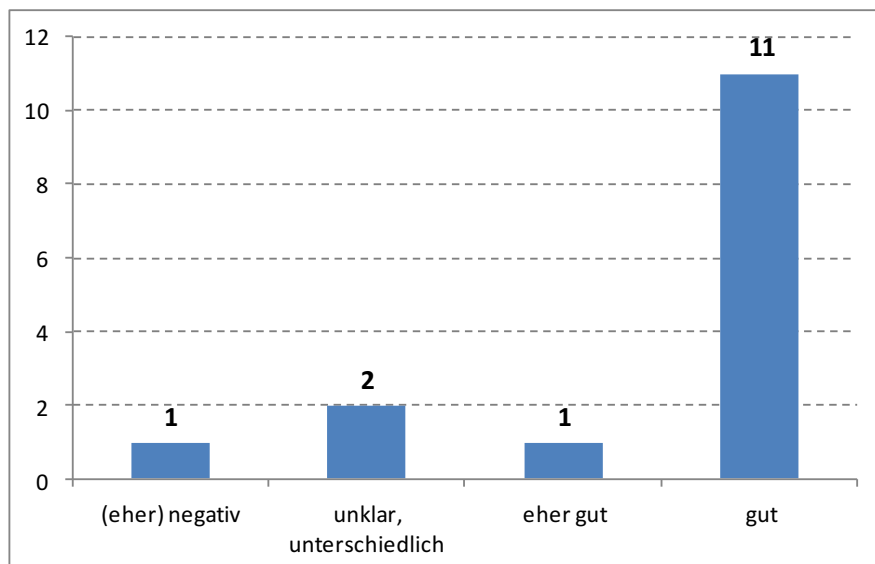


Abbildung 20: Einschätzungen der Interviewpartner (N = 15) zur Gesamtbeurteilung der Raumpatenschaften aus Sicht der Raumpaten.

Tabelle 9: Antworten der Interviewpartner zur Frage nach den Gesamtbeurteilungen der Raumpatenschaften aus Sicht der Raumpaten

1.	Hohe Akzeptanz bei McDonald's. Ist für McDonald's sehr wichtig (eventuell sogar wichtiger als für die Stadt Zürich).
2.	Jugendliche sind stolz, dass sie „Trash Angels“ sein dürfen (würden viele gerne machen, aber nur einige werden durch mobile Jugendarbeit ausgewählt). Sie machen es gerne und es wird langsam "cool" (Beispiel: Die „Trash Heros“ haben am Jugendmusikfestival die "Trash Heros"-Tshirts auch nach abgeschlossener Arbeit anbehalten und waren am Abend sogar so an Konzerten. Dies zeigt, dass es "cool" wird, sich gegen Littering zu engagieren).
3.	Paten machen es sehr gerne, sind sehr motiviert und immer anständig. (<i>Integrationsprogramm Littering</i>)
4.	Paten machen gerne mit.
5.	Mitglieder helfen gerne und kommen immer gerne zu Events. Den Austausch finden sie positiv und einen Beitrag zur Allgemeinheit zu leisten, gibt ihnen ein gutes Gefühl.
6.	Mitmachen hat Spass gemacht und die starke Wahrnehmung in der Bevölkerung hat ihnen einen Imagegewinn gebracht.
7.	Paten machen es gerne und schätzen den monatlichen Austausch in der gesamten Gruppe. Da die Gruppe sehr heterogen ist (Alter, Hintergründe etc.) gibt es teils Spannungen, aber grundsätzlich ist es positiv. Die Paten schätzen es, einen Beitrag zur Umwelt leisten zu können.
8.	Paten machen es sehr gerne und freuen sich, dass sie dadurch einen Beitrag zum Umweltschutz und zur Sicherheit in der Stadt leisten können. Der freiwillige Beitrag ist ihnen wichtig.
9.	Paten machen es sehr gerne und freuen sich, über das sichtbare Resultat. Es macht ihnen Spass.

10.	Sehr positiv. Die Paten haben das Gefühl, einen wichtigen Teil zur Lebensqualität in der Gemeinde beizutragen. Sie sind sehr engagiert und würden es vermissen, wenn die Gemeinde das Projekt Raumpatenschaften einstellen würde. Raumpatenschaft ist zu einer Art Hobby für sie geworden.
11.	Sehr motiviert. Machen es gerne und freuen sich, Teil der Problemlösung sein zu dürfen.
12.	Fussballclubs FCZ und GC sind positiv gestimmt. Wirkung ist aber unklar.
13.	Schwer einzuschätzen, sie machen mit, aber ob gerne oder nicht ist unklar.
14.	Unklar.
15.	Die Schülerinnen und Schüler machen es nicht mit grosser Begeisterung, das "Schulhausplatz-Fötzele", ausser die Lehrer schaffen es, sie zu motivieren, z.B. mit einem Wettbewerb. Teils haben Schülerinnen und Schüler auch grosse Freude an Ihren "Funden" und sind stolz darauf und berichten stolz darüber.

Anmerkung: Antworten 1-11 wurden als positiv; 12 als eher positiv; 13-14 als unklar und 15 als eher negativ eingestuft (vgl. Abbildung 20).

3.11.7 Gesamtbeurteilung aus Sicht der Öffentlichkeit

In der Öffentlichkeit werden die Raumpatenschaften mehrheitlich positiv beurteilt (Abbildung 21). Bei etwa einem Drittel der Raumpatenschaft war die Beurteilung seitens der Öffentlichkeit jedoch für unsere Interviewpartner nicht eindeutig erkennbar, gemischt oder unklar. Letzteres ist unter anderem dann der Fall, wenn die Öffentlichkeit von den Patenschaften nichts oder nur wenig weiss. Einzelne Aussagen der Interviewpartner zur Gesamtbeurteilung der Patenschaften aus Sicht der Öffentlichkeit werden in Tabelle 10 wiedergegeben.

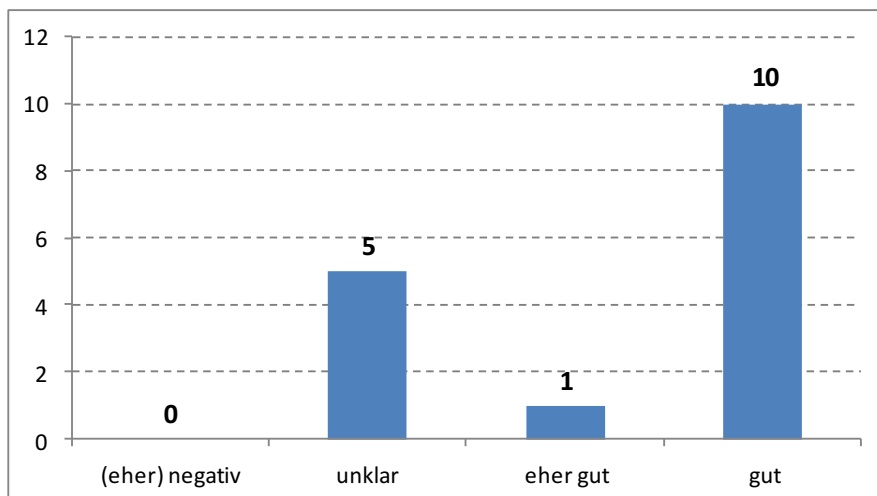


Abbildung 21: Einschätzung der Interviewpartner (N = 16) zur Gesamtbeurteilung der Raumpatenschaften aus Sicht der Öffentlichkeit.

Tabelle 10: Antworten der Interviewpartner zur Frage nach den Gesamtbeurteilungen der Raumpatenschaften aus Sicht der Öffentlichkeit

1.	Die Menschen bewundern die Raumpaten und viele finden es eine super Sache. Nur selten werden die Raumpaten von der Bevölkerung belächelt (Im Sinne von: "Ich bücke mich doch nicht um den Abfall anderer aufzulesen").
2.	Eltern finden es sehr sinnvoll und befürworten es (keine einzige negative Rückmeldung bis jetzt).
3.	Die Leute finden es sehr positiv und sprechen oft direkt Lob und Komplimente aus gegenüber den Paten.

4.	Grosse Beteiligung in Stadt am Litter Club, viele neue Mitglieder können bei Aktionen gefunden werden.
5.	Gut. Anfangs zum Teil negativ wahrgenommen, dass Asylbewerber in einem langsamen Tempo reinigen, aber das hat sich gelegt (denn Asylbewerber bekommen Auftrag an Tag X die Strasse Y zu reinigen und dafür erhalten sie Lohn, unabhängig davon wie viele Stunden sie für die Auftragserledigung benötigt haben).
6.	Sehr hoch. Oft werden Komplimente ausgesprochen und viele würden gerne mitmachen, wie sie am Anti-Littering-Tag jeweils sagen, haben aber zuwenig Zeit.
7.	Sehr positiv. Bevölkerung spricht oft Komplimente und Lob aus, wenn sie mit Raumpaten sprechen.
8.	Bevölkerung spricht den Paten oftmals direktes Lob aus.
9.	Starke Wahrnehmung der Kampagne. Der Begriff "Eglisauber" hat sich in allen Köpfen verankert und ist bekannt mit positiver Assoziation. Allgemein sehr positive Wahrnehmung der Kampagne in der Bevölkerung
10.	Trash Angels werden positiv wahrgenommen und breit akzeptiert. (Ebenso das Mehrwegkonzept bei Veranstaltungen: Wenn, dann haben nur ältere Personen Mühe damit, Jugendliche finden es sehr einfach.)
11.	Keine Rückmeldung dazu bekannt.
12.	Bevölkerung hat eher kein Wissen davon.
13.	Geringe Wahrnehmung.
14.- 16.	Unklar (3x).

Anmerkung: Antworten 1-10 wurden als positiv; 11 als eher positiv; 11-16 als unklar eingestuft (vgl. Abbildung 21).

3.11.8 Reduktion des Reinigungsaufwands für die Gemeinde

Auf die Frage, ob sich der Reinigungsaufwand für die Gemeinden auf den betreuten Flächen durch die Raumpatenschaften reduziert hat, geben 43% eine deutliche Reduktion an und 29% der Interviewpartner beschreiben eine leichte Reduktion. Nur in 7% der Raumpatenschaftsprojekte verzichtet die Gemeinde oder Stadt gänzlich auf eine eigene Reinigung der Flächen und überlässt dies somit vollständig den Paten (Abbildung 22). Es gibt auch einige Projekte (7%), bei denen die Gemeinden genauso viel reinigen wie vor Einführung der Patenschaft, oder bei denen dies von den Interviewpartnern nicht beurteilt werden kann (14%).

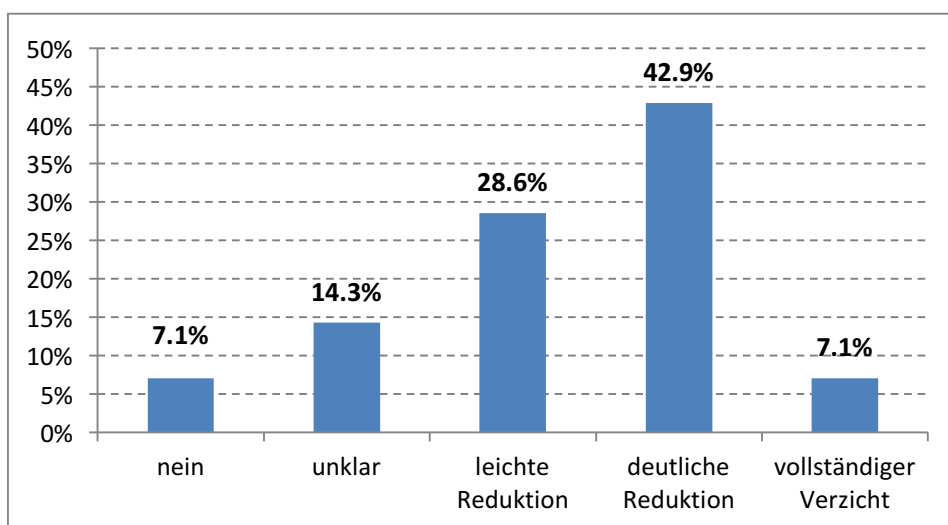


Abbildung 22: Prozentuale Verteilung der Beurteilungen einer Reduktion des Reinigungsaufwandes für Städte und Gemeinden (N = 14).

3.12 Analyse vertiefender Kommentare zu den Raumpatenschaften

3.12.1 Positive Aspekte und Lessons Learned

Positive Aspekte und Lernerfahrungen, die in den untersuchten Patenschaftprojekten gesammelt werden konnten, sind in Tabelle 11 dargestellt.

Tabelle 11: Positive Aspekte und Lessons Learned

1.	Fokus auf einige zentrale Massnahmen und nicht auf zu viele, da beschränkte Ressourcen. Allgemeine Aufrufe zum Mitmachen helfen wenig, wirkungsvoll sind gezielte, persönliche Aufrufe (durch persönliche Kontakte) - an einzelne Personen oder aktive Vereine. Wichtig ist eine Kombination von persönlichen und medialen Aufrufen.
2.	In Nachbargemeinden, die viel kleiner sind als Eglisau (ca. 5000 Einwohner) und unter 1000 Einwohner haben, ist meist keine so grosse Abstimmung und Koordination nötig und Massnahmen (wie z.B. Raumpatenschaften) können einfacher durchgeführt werden. Kleine Gemeinden können ohne grossen Aufwand auf niedriger Ebene Anti-Littering-Massnahmen umsetzen und viel Ressourcen werden dadurch eingespart. Grosse Gemeinden brauchen vor Projektstart und während der Projektphase viel Zeit zur Koordination und Abstimmung aller beteiligten Gruppen (Gemeinde, Schule, Vereine etc.). Daher könnte es sein, dass viele kleine Gemeinden Raumpatenschaften haben, dies aber nicht unbedingt so nennen und nicht so gross aufziehen und daher dort auch nicht die gleiche mediale Aufmerksamkeit entsteht.
3.	Zentral ist, dass beim Littering-Thema kein Anfang und Ende einer Kampagne besteht. Man muss immer dran bleiben. Es braucht lange bis eine Einstellung dahingehend gebildet ist, dass alle nicht mehr Littern sollen. Bis dahin braucht es einen "langen Schnauf".
4.	Raumpatenschaften für sehr grosse (ganze Strassen) bis hin zu ganz kleinen Gebieten (z.B. Spielplatz) sollten ermöglicht werden. Raumpaten dürfen selber ein Gebiet wählen - bei Ort und Grösse sollte die Gemeinde den Raumpaten die Wahl überlassen. Eine Karte der Gemeinde zum Aufteilen der Gebiete für Raumpaten funktioniert super – ist einfach und übersichtlich. Jeder weiss, wo er reinigen soll und wo die Abgrenzung der Gebiete ist. Zudem ist es ganz einfach, neuen Raumpaten so ein noch nicht vergebenes Gebiet zuzuteilen.
5.	Am "Abfallgipfel", der Kick-off-Veranstaltung für die Anti-Littering-Kampagne in Affoltern a.A., wurden erstmals Raumpaten aktiv gesucht. Ziel der Veranstaltung war aus der Bevölkerung Raumpaten zu finden und Interessierte wurden auch gefunden. Zudem wurde Anfang 2015 ein Zeitungsartikel mit "Aufruf an neue Raumpaten" publiziert und weitere Paten wurden gefunden. Raumpaten wählen den Raum und die Grösse des Raums selber – dies wird den Raumpaten durch die Gemeinde frei überlassen.
6.	Wichtig ist, die Raumpatenschaften unbürokratisch und einfach zu organisieren - d.h. den Raumpaten soll vieles frei überlassen werden. Die Gemeinde soll keine Verpflichtungen und allzu strenge Regeln aufsetzen, sonst ist es schwer Paten zu finden. Da den Paten viele Freiheiten gewährt werden, hat die Stadt Illnau-Effretikon nie Probleme Paten zu finden.
7.	Wichtig ist, immer wieder neue Freiwillige zu suchen (aktiv), damit nicht plötzlich keine Helfende mehr da sind. Motivierte Freiwillige zu finden, ist nicht einfach, aber es funktioniert.
8.	Nicht nur Take-Aways sind für die Littering-Problematik eine Herausforderung für die Stadt, sondern auch Bars und Diskos (aufgrund der vielen Rauchenden draussen). Auch das sollte mehr angegangen werden.
9.	Tipp für andere: Einfach starten (auch zu zweit), nicht zu lange über Konzepte nachdenken. Einfach mal klein starten und schnell werden sich viele weitere Helfende finden lassen - dann kann immer noch eine Struktur eingefügt werden. Positiv ist für die Entwicklung zudem, wenn Unterstützung von allen Seiten da ist (Werkhof, Polizei, Stadtrat etc.) - alle profitieren schlussendlich vom positiven Resultat.

10.	Gut funktioniert hat es mit McDonald's, weil das ERZ den richtigen Ton gefunden hat (nicht Druck hilft, sondern Offenheit und ein Unternehmen als Teil der Lösung und nicht nur des Problems darzustellen.). Partner schätzen, wenn alle an einem runden Tisch sind und gemeinsam eine wirkungsvolle Lösung gesucht werden kann. Sinnvoll ist ein Dialoggefäss auf gleicher Augenhöhe von Stadt und Detailhandel. Partner so zu treffen, hilft am meisten bei der Littering-Problemlösung. (<i>Private-Public Partnership</i>)
11.	Das Gespräch suchen und individuelle Verträge festlegen ist positiv und kommt gut bei Take-Aways gut an und bringt der Stadt weniger Arbeit. Wenn es allgemeine Standards fürs Reinigen (Art, Häufigkeit, Sauberkeitsstandard) gäbe, müssten diese kontrolliert werden, was mehr Arbeit für die Stadt als Nutzen gäbe. (<i>Private-Public Partnership</i>)
12.	Obwohl dies anfangs befürchtet wurde, gab es nie oder nur sehr selten gefährliche und heikle Situationen. (<i>Bahnhofspatenschaft</i>)
13.	Wichtig ist "positive Kommunikation" und keine Repression – dies ist ein wichtiger Ansatz der Gemeinde bei allen Massnahmen gegen Littering.
14.	Ganz wichtig ist, dass der Organisator im persönlichen Kontakt mit den Raumpaten steht, an Dank-Events, in telefonischen Gesprächen und bei persönlichen Besuchen, um den Paten Wertschätzung und eine Würdigung auszudrücken. Das kommt bei Paten sehr gut an und wird geschätzt. Der Organisator der Patenschaften sollte also nicht anonym bleiben, sondern im persönlichen Kontakt stehen. Wichtig ist zudem die Zusammenarbeit mit dem Werkhof und der Polizei, damit Tafeln aufgestellt werden und alle in der Stadt Bescheid wissen. Zentral sind zudem die Tafeln, damit nicht nur die Raumpaten sondern auch die breite Bevölkerung für die Littering-Thematik sensibilisiert wird. (<i>Strassenpatenschaften</i>).
15.	Die Gemeinde konnte beim Aufbau der Patenschaften durch Asylbewerber vom "Integrationsprogramm Littering" des Kantons profitieren. Seit das Ganze organisatorisch aufgezogen wurde und steht, ist der Aufwand für die Gemeinde minimal. St. Margrethen würde allen Gemeinden, die Asylbewerber und ein Littering-Problem haben, ein entsprechendes Raumpatenschaftsprojekt empfehlen.
16.	Die Präsenz der Kampagne und des Themas in allen Köpfen hat sehr gut funktioniert. Die Patenschaften wurden positiv von der Bevölkerung aufgenommen, da sich viele Menschen über Littering ärgern und daran stören. Geschätzt wurde, dass die Gemeinde eine Gegenmassnahme unternimmt.
17.	Motivierte Personen können gefunden werden. Dies wurde anfangs nicht von allen in der Projektgruppe geglaubt.
18.	Win-Win-Situation für alle: Die Gemeinde hat Hilfe und die Oberstufenklassen erhalten einen Beitrag in die Klassenkasse. (Die Schulleitung geht die Gemeinde auch aktiv an, wenn sie sehen, dass z.B. eine Unterführung von Vandalismus betroffen ist. Dann bieten sie die Unterstützung einer Oberstufenklasse an und diese können beim Reparieren helfen.).

3.12.2 Probleme bei den Raumpatenschaften

Aussagen der Interviewpartner zu Problemen und Hindernissen, die bei den untersuchten Patenschaftsprojekten auftraten, werden in Tabelle 12 dargestellt.

Tabelle 12: Schwierigkeiten und Probleme bei den Raumpatenschaften

1.	Die Arbeitsgruppe hat mehr Ideen als Ressourcen und schliesslich konnte nicht alles umgesetzt werden (zu wenige Personen und zu wenig Zeit).
2.	Neue Raumpaten zu finden ist schwierig, seit einigen Jahren gibt es nur ganz wenige neue Raumpaten. Man muss immer dran bleiben.

3.	Teilweise werden die Paten als SBB-Mitarbeitende wahrgenommen (da RailFair Gillet), da sie die einzigen Menschen „von der SBB“ vor Ort sind (kein besetzter Schalter mehr im Bahnhof) bekommen sie Fragen, die sie nicht beantworten können bzw. für die sie nicht zuständig sind. Problematisch und unangenehm für Paten ist auch ein 24-Stunden-Laden und exzessiver Konsum von Alkohol auf dem Bahnhofs Areal, besonders im Sommer und an Fest-Weekends. (<i>Bahnhofspatenschaft</i>)
4.	Auch die Idee, ein Projekt zu "Zivilcourage" durchzuführen, bestand, es war allerdings nicht einfach dies anzugehen und die Leute zum Mitmachen zu motivieren.
5.	Es konnten leider keine freiwilligen Raumpaten gefunden werden. Das Interesse war überall sehr gering (Vereine, Schulen und Privatpersonen).
6.	Einige Jahre lang wurde die Wirkung mittels Umfragen durch die Stadt Basel erhoben. Die Ergebnisse waren aber schwer interpretierbar und es wurde angezweifelt, ob die Wirkung damit auch sinnvoll erhoben wurde. Bei Sensibilisierungsmassnahmen ist es allgemein schwer, Veränderungen im Verhalten direkt darauf zurückzuführen. Weil keine "harten Ergebnisse" ermittelt werden konnten, wurden die Umfragen mittlerweile eingestellt. Darum gibt es nun keine Wirkungsmessungen mehr.
7.	Manchmal ist es für die Stadt schwierig die Koordination der Projekte erfolgreich und zeitnah umzusetzen, da oftmals andere Abteilungen beteiligt sind und die Umsetzbarkeit stark davon abhängt, welche Person angesprochen wird und ob sie das Projekt persönlich positiv findet oder nicht. Die Koordination und Organisation der Hilfeinsätze der Schulklassen ist für Stadt somit relativ aufwändig (Zeit). Zudem wurden die Schülerinnen und Schüler manchmal von älteren Jugendlichen ausgelacht oder belästigt während der Reinigungsaktionen.
8.	Gemeinden sind kritisch, wenn Massnahmen mit grossem Aufwand vorgeschlagen werden. Daher sollte bei der Planung darauf geachtet werden, dass sich der Aufwand für die Gemeinden in Grenzen hält. Dies ist mit ein Grund, wieso die Gruppe seit 6 Jahren jedes Jahr auf neue Plakatkampagnen setzt. Zudem ist es nicht einfach, Helferinnen und Helfer zu finden, die sich das ganze Jahr über engagieren möchten.
9.	Es gab keine nennenswerten Schwierigkeiten ausser, dass die Paten teils etwas "Druck" fühlen und sich nicht getrauen, wenn sie grosse Abfalldeponien finden, den Werkhof für Hilfe zu kontaktieren. Daher ist es wichtig, dies beim Briefing und bei allen Dank-Events nochmals allen zu sagen.
10.	Es gibt keine direkten Feedbacks aus der Bevölkerung, da Personen sich nicht getrauen, - weil sie bisher nicht mitgemacht haben und deshalb "Angst haben" zum Mitmachen motiviert zu werden

3.13 Kommentare zur Zukunft der untersuchten Raumpatenschaften

Aussagen der Interviewpartner zur Zukunft der Patenschaftsprojekte werden in der folgenden Tabelle 13 wiedergegeben. Fast alle laufenden Raumpatenschaftsprojekte sollen fortgeführt und gegebenenfalls um weitere betreute Gebiete erweitert werden.

Tabelle 13: Aussichten der untersuchten Raumpatenschaftsprojekte für die Zukunft

Raumpatenschaften, die weitergeführt (und z.T. erweitert/ergänzt) werden sollen	
1.	Raumpatenschaft läuft weiter (Ende undefiniert).
2.	Es soll im gleichen Stil weiter gehen.
3.	Läuft weiter wie bisher. Zukünftig soll Kommunikation und Medienarbeit verstärkt werden und eine gemeinsame Aufräum-Aktion mit der Bevölkerung und den Raumpaten organisiert werden (à la nationaler IGSU Clean-Up-Day, einmal jährlich).

4.	Weiter wie bisher (falls irgendwann keine Paten mehr vorhanden sind, muss überdenkt werden, wie es weitergehen soll bzw. kann).
5.	Litter Club wird als fester Bestandteil der Stadt Adliswil wahrgenommen – und dies soll so bleiben. Aktivitäten werden weitergeführt und zusätzliche sind in Planung.
6.	Weiter wie bisher - sicher solange Paten mitmachen wollen. Zudem ab 2016 wieder Hinweisschilder auf Patenschaften vor Ort.
7.	Weiter so, da es von allen gut akzeptiert ist und als wirksam wahrgenommen wird.
8.	Start 2. Phase in Vorbereitung. In Kürze werden neue zu gestaltende Plätze bestimmt und deren Art und es wird nach Gestaltern und Paten für diese Plätze gesucht (<i>Bänkli-Patenschaften</i>).
9.	Weiter so und allenfalls mit zusätzlichen Massnahmen ergänzen.
Mögliche Neu- oder Wiederaufnahme von Raumpatenschaften in der Zukunft	
1.	Studenten der ZHAW Wädenswil erarbeiten im Rahmen einer Semesterarbeit Konzepte für Raumpatenschaften in Rüschlikon. Diese wurden am 30. Oktober 2015 präsentiert. Anschliessend entscheidet die Gemeinde über das weitere Vorgehen.
2.	Wir haben Interesse Raumpatenschaften neu einzuführen. Wir sind dafür offen.
3.	Im Moment besteht keine Raumpatenschaft, die vormalige der Klasse in der Stadt Basel im Rahmen des GREEN TEAMS ist beendet. Allenfalls gibt es aber wieder einmal neue Schulklassen, da das GREEN TEAM Projekt weiterläuft – nur aktuell gibt es derzeit keine Raumpatenschaft gegen Littering.
Abgeschlossene Raumpatenschaften ohne Plan zur Wiederaufnahme	
1.	Littering ist eher kein drängendes Problem im Moment. Daher ist keine Wiederaufnahme geplant. Aber von beiden Seiten (<i>FCZ/GC und Stadt Zürich</i>) ist eine Wiederaufnahme denkbar, falls das Problem wieder zunimmt. (<i>Veranstaltungspatenschaft</i>)

STUDIEN TEIL B

4. Methoden

Im Studienteil B wurde die Wirksamkeit des Einsatzes von Hinweisschildern auf Raumpatenschaften in der Praxis mittels eines Feldexperiments untersucht. Die Einbettung von Studienphase B ins Gesamtprojekt, die Forschungshypothese und die feldexperimentelle Erhebungsmethode werden im Folgenden beschrieben.

4.1 Einbettung von Studienphase B ins Gesamtprojekt

In Anschluss an die Studienphase A, bei der Recherchen zu bestehenden Raumpatenschaftsprojekten in der Schweiz und Experteninterviews mit den Organisatoren durchgeführt wurden, wurde in Studienteil B untersucht, ob Hinweisschilder bei Raumpatenschaften eine zusätzliche Reduktion des Litterings erzielen können und daher empfehlenswert für die Praxis sind. Die experimentelle Studie untersuchte somit die Wirkung der Raumpatenschaften auf die Littering-Menge vor Ort in Abhängigkeit einer bestimmten Gestaltungsvariation. Aus den gewonnenen Erkenntnissen wurden Empfehlungen abgeleitet, die schliesslich gemeinsam mit den Informationen aus den Experteninterviews zu einem **Leitfaden** (Steimer & Hansmann 2016) für die effektive Planung, Organisation und Umsetzung zukünftiger Raumpatenschaften zusammengefasst wurden.

4.2 Forschungsfrage und Hypothese

Das Ziel der Studienphase B ist, durch Messungen begründete Aussagen zum Ausmass der Wirkung von Raumpatenschaften ohne bzw. mit Hinweisschildern als Mittel zur Verringerung des Littering machen zu können. Nachdem die grundlegende Wirksamkeit von Raumpatenschaften zur Erhöhung der Sauberkeit vor Ort bereits in Studienphase A belegt werden konnte, sollte nun die folgende Forschungsfrage im Feldexperiment untersucht werden:

Wird durch das Aufstellen von Hinweisschildern im Raumpatenschaftsgebiet eine Reduktion der Littering-Menge verglichen mit der Bedingung ohne Hinweisschilder erzielt?

Aufgrund früherer Studien, die eine positive Wirkung von Hinweisschildern und Plakaten gegen Littering (ohne Bezug zu Raumpatenschaften) zeigen konnten (Fehr et al. 2014; Hansmann & Steimer 2015, 2016), wurde per Analogieschluss erwartet, dass die Hinweisschilder das Littering vor Ort reduzieren werden (= *Forschungshypothese*).

4.3 Erhebungsmethode

Um belastbare Daten für die Verminderung von Littering in Abhängigkeit bestimmter Gestaltungsmerkmale von Raumpatenschaften zu gewinnen, war eine vergleichende feldexperimentelle Studie nötig, bei der verschiedene Messungen des Litterings (Verschmutzungsgrad bzw. Anzahl gelitterter Gegenstände) bei unterschiedlichen experimentellen Bedingungen durchgeführt werden.

Aus dem in Studienphase A gewonnenen Überblick bestehender Raumpatenschaften wurden zur Durchführung der Untersuchung jene Projekte ausgewählt, bei denen bisher keine Hinweisschilder zum Einsatz kamen. Diese Raumpatenschaftsprojekte wurden angefragt, ob sie die Studie durch Mitmachen beim Feldexperiment unterstützen würden. Hierdurch konnten 20 Raumpatenschaftsgruppen in vier Patenschaftsprojekten für das Feldexperiment gewonnen und in dieses einbezogen werden. Die Organisatoren der Raumpatenschaften und die Paten wurden zum Mitmachen motiviert, indem sie die für das

Experiment nötigen Hinweistafeln zur Raumpatenschaft als Geschenk bekamen und mittels eines kleinen Zustupfs für ein Helferfest als Dankeschön. Schliesslich wurden 4 Raumpatenschaftsprojekte mit jeweils mehreren Paten(gruppen) gefunden, die zum Teilnehmen bereit waren. Die Paten waren teilweise Einzelpersonen und in anderen Fällen Gruppen (z.B. Familien, Nachbarschaftsgruppen oder Quartiervereine). Die Teilnehmenden können der folgenden Tabelle 14 entnommen werden.

Tabelle 14: Teilnehmende des Feldexperiments

Ortschaft	Organisator	Anzahl teilnehmende Paten(gruppen)
Stadt Illnau-Effretikon	Stadt	6
Gemeinde Affoltern am Albis	Gemeinde	5 ^a
Gemeinde Wald ZH	Gemeinde	3
Gemeinde Adliswil	Litter Club Adliswil	6

^aDavon 2 ohne Angabe des Namens auf den Hinweisschildern.

Je Paten(gruppe) wurden für das Feldexperiment spezifische, individualisierte Hinweistafeln produziert. Auf den Hinweistafeln war neben dem Logo des Organisators der Raumpatenschaft auch der Name der Raumpaten bzw. der Patengruppe gut sichtbar aufgedruckt (Beispiele siehe Abbildung 23). Zudem wurde der Slogan „Stopp Littering. Wir helfen mit. Dieses Areal wird gepflegt von“ auf den Tafeln platziert. Das Aufstellen der Tafeln hat der Organisator des Raumpatenschaftsprojekts vorgenommen und je Paten(gruppe) zwei individualisierte Tafeln platziert – jeweils am einen und anderen Ende des Patenschaftsgebiets.



Abbildung 23: Beispiele von Hinweistafeln der Studie (Format: 30cm x 42cm)

Das Ausmass der Veränderung des Litterings durch das Anbringen bzw. Vorhandensein von Hinweistafeln im Patenschaftsgebiet wurde mittels dem Zählen gefundener Abfälle über mehrere Wochen vor und nach dem Anbringen der Schilder gemessen. Das Messen der Menge und Art gefundener Gegenstände wurde durch die jeweiligen Paten vorgenommen und auf einem einheitlichen Erhebungsblatt je Reinigungsdurchgang notiert. Auf dem Erhebungsblatt waren diverse häufige Littering-Gegenstände aufgelistet. Gruppirt bzw. kategorisiert nach Abfall-Art: Take-away-Verpackungen, Getränkebehältnisse, Zeitungen/Flyer, Zigarettenabfälle (Stummel, Verpackungen, Bruchstücke) und Diverses. Die letztere Kategorie „Diverses“ war unterteilt in die drei Unterkategorien gross, mittelgross und klein mit je einem Beispiel als Grössenanker für die 3 Stufen (Schuhe, Nasstücher und Trinkhalm). Für jede der Oberkategorien waren die verschiedenen dazugehörigen Gegenstände aufgelistet, bei Getränkebehältnissen

waren dies beispielsweise Glas, Alu-Dose, Tetrapack, PET-Flasche, Kaffeebecher/Getränkebeutel/Weiteres und Bruchstücke von Getränkebehältnissen. Insgesamt waren auf dem Erhebungsbogen 5 Oberkategorien mit insgesamt 22 Unterkategorien von Abfällen vorgegeben (Anhang C). Für diese 22 Kategorien wurde bei jedem Reinigungsdurchgang die Anzahl bestimmt und im Erhebungsbogen festgehalten.

In der Studie reinigten die Paten während 6 aufeinanderfolgenden Wochen ihr Gebiet 1 Mal wöchentlich (jeweils möglichst am gleichen Wochentag zur etwa gleichen Tageszeit). Dabei wurde die ersten 3 Wochen gereinigt und gemessen, ohne dass ein Hinweisschild auf dem Gebiet stand. Anschliessend hat die Gemeinde während den letzten 3 Wochen zwei Hinweisschilder auf die Raumpatenschaft für die Bevölkerung sichtbar auf dem Gebiet aufgestellt und es wurden nochmals für 3 Wochen Messungen durchgeführt. Nach Abschluss der 6 Erhebungsdurchgänge je Paten(gruppe) wurden die Erhebungsblätter an die IGSU gesendet und die Daten durch die IGSU erfasst. Das so geplante Untersuchungsdesign ist in Tabelle 15 dargestellt. Es ergaben sich allerdings, wie Tabelle 16 zeigt, aus organisatorischen Gründen leichte Abweichungen von dem beschriebenen, angestrebten Untersuchungsdesign.

Tabelle 15: Geplantes Untersuchungsdesign

Je Raumpaten-Gruppen	Hinweis auf Raumpatenschaft (mit/ohne) Hinweisschild	
	Ohne Schild	Mit Schild
N = 20 Paten(gruppen)	3 Messungen	3 Messungen

Tabelle 16: Realisiertes Untersuchungsdesign

Je Raumpaten-Gruppen	Hinweis auf Raumpatenschaft (mit/ohne) Hinweisschild	
	Ohne Schild	Mit Schild
15	3 Messungen	3 Messungen
3	2 Messungen	3 Messungen
1	3 Messungen	3 Messungen
1	1 Messung	5 Messungen
Alle (N = 20)	<i>Mittelwert Messungen ohne Schild</i>	<i>Mittelwert Messungen mit Schild</i>

Anstatt jeweils 60 Messungen mit und ohne Hinweisschild wurden 55 Messungen *ohne* und 62 *mit* Hinweisschild durchgeführt. Dennoch wurden pro Paten(gruppe) zumeist wie geplant 6 Messungen je Patenschaftsgruppe getätigt: jeweils 3 Messungen vor dem Aufstellen des Hinweisschildes und 3 Messungen mit Anwesenheit der Schilder auf dem Patenschaftsgebiet. Die Abweichungen vom geplanten Untersuchungsablauf wurden bei der statistischen Auswertung berücksichtigt, indem ein Messwiederholungsfaktor mit nur 2 Stufen (ohne vs. mit Hinweisschilder) gebildet wurde, der es erlaubte das mittlere Littering an den 20 Orten in der Zeit *vor* Anbringung des Hinweisschildes mit dem mittleren Littering pro Woche *nach* Anbringen des Hinweisschildes zu vergleichen.

5. Ergebnisse

5.1 Littering vor Ort insgesamt

Tabelle 17 zeigt die Verunreinigung der Patenschaftsareale mit unterschiedlichen Abfallfraktionen im Mittel aller Messungen. Am häufigsten wurden auf den Patenschaftsarealen somit gelitterte Zigarettensammel gefunden mit im Mittel 111.7 pro Reinigung. Am zweithäufigsten wurden Take-Away-Verpackungen gefunden mit 39.9 Stücken je Reinigung, gefolgt von Getränkeverpackungen (M = 14.5) und Drucksachen (Flyer, Zeitungen, Broschüren) mit M = 5.7 Stück pro Woche. Unter diversen Abfälle wurden häufig Feuerzeuge, CDs, Plastiksäcke und Hundesäckchen genannt. Andere Nennungen waren unter Anderem Kugelschreiber, Batterie, Gummi-/Plastikhandschuh, Blechdeckel, Spraydose, Radkappe, Schwamm, Handyakku, Pillenverpackung, Ballon, Ball, Waschmitteldose, Metallteile, Zahnbürste, Haarspange, Duftlampe und Klebebandrolle.

Tabelle 17: Gesamtmittelwerte des Littering der 22 Abfallfraktionen (und von drei Oberkategorien) bei den 116 getätigten Messungen (55 Messungen ohne Hinweisschild; 62 Messungen mit Hinweisschild).

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std. Deviation
Verpackungen Take-Away	116	0	106	11.2	17.0
Schachteln Take-Away	116	0	25	1.3	3.8
Serviette Take-Away	116	0	23	2.4	4.3
Besteck Take-Away	116	0	4	0.4	0.8
Kioskartikel Take-Away	116	0	102	16.4	21.9
Bruchstücke Take-Away	116	0	222	8.2	29.6
Summe Take-Away-Verpackungen	116	0	366	39.9	55.6
Glas	116	0	5	0.7	1.1
Aludose	116	0	31	4.8	6.1
Tetrapack	116	0	7	0.7	1.3
PET-Flasche	116	0	17	3.3	3.8
Kaffebecher etc.	116	0	15	2.0	3.3
Bruchstücke Getränkebehalter	116	0	44	3.0	5.9
Summe Getränkeverpackungen	116	0	75	14.5	15.2
Flyer	116	0	390	4.6	36.3
Gratis-Zeitung	116	0	9	0.4	1.4
Tages-, Wochenzeitung	116	0	10	0.3	1.2
Magazine, Broschüren	116	0	15	0.4	1.6
Summe Drucksachen	116	0	390	5.7	36.4
Zigarettensammel	116	0	552	111.7	153.3
Zigaretten-Verpackungen	116	0	29	3.8	5.2
Zigaretten-Bruchstücke	116	0	30	3.0	6.1
Diverses Gross	116	0	42	0.7	4.0
Diverses Mittel	115	0	35	5.6	7.4
Diverses Klein	116	0	100	5.6	14.8
Valid N (listwise)	115				

5.2 Einfluss der Hinweisschilder auf Littering im Patenschaftsgebiet

5.2.1 Effekte auf einzelne Litterfraktionen

Für jedes Raumpatenschaftsprojekt wurde die mittlere Abfallmenge in den Wochen ohne Hinweisschild und in den Wochen mit Hinweisschild für jede Fraktion gesondert berechnet. Die resultierenden Gesamtmittelwerte über alle 20 Raumpatenschaftsprojekte zeigt Abbildung 24.

Die stärkste Verminderung von Littering durch Hinweisschilder ergab sich demnach für Take-Away-Verpackungen mit einem Mittelwert von $M = 43.1$ ($SD = 54.4$) Stücke pro Woche ohne Hinweisschilder und $M = 37.8$ ($SD = 49.9$) mit Hinweisschildern. Eine Verschlechterung zeigte sich hingegen im Hinblick auf gelitterte Drucksachen nämlich von $M = 2.4$ ($SD = 3.9$) zu $M = 8.8$ ($SD = 29.4$) mit Hinweisschildern. Des Weiteren zeigte sich eine geringfügige positive Veränderung bei den gelitterten Zigarettenstummeln von $M = 116.6$ ($SD = 136.8$) ohne Hinweisschilder auf durchschnittlich $M = 114$ ($SD = 161.4$) mit Hinweisschilder. Bei den weiteren Abfallfraktionen waren die Mittelwerte *ohne* und *mit Hinweisschildern* beinahe gleich bzw. diese unterschieden sich durchweg um weniger als 1 Abfallstück je Reinigungsdurchgang (vgl. Abbildung 24).

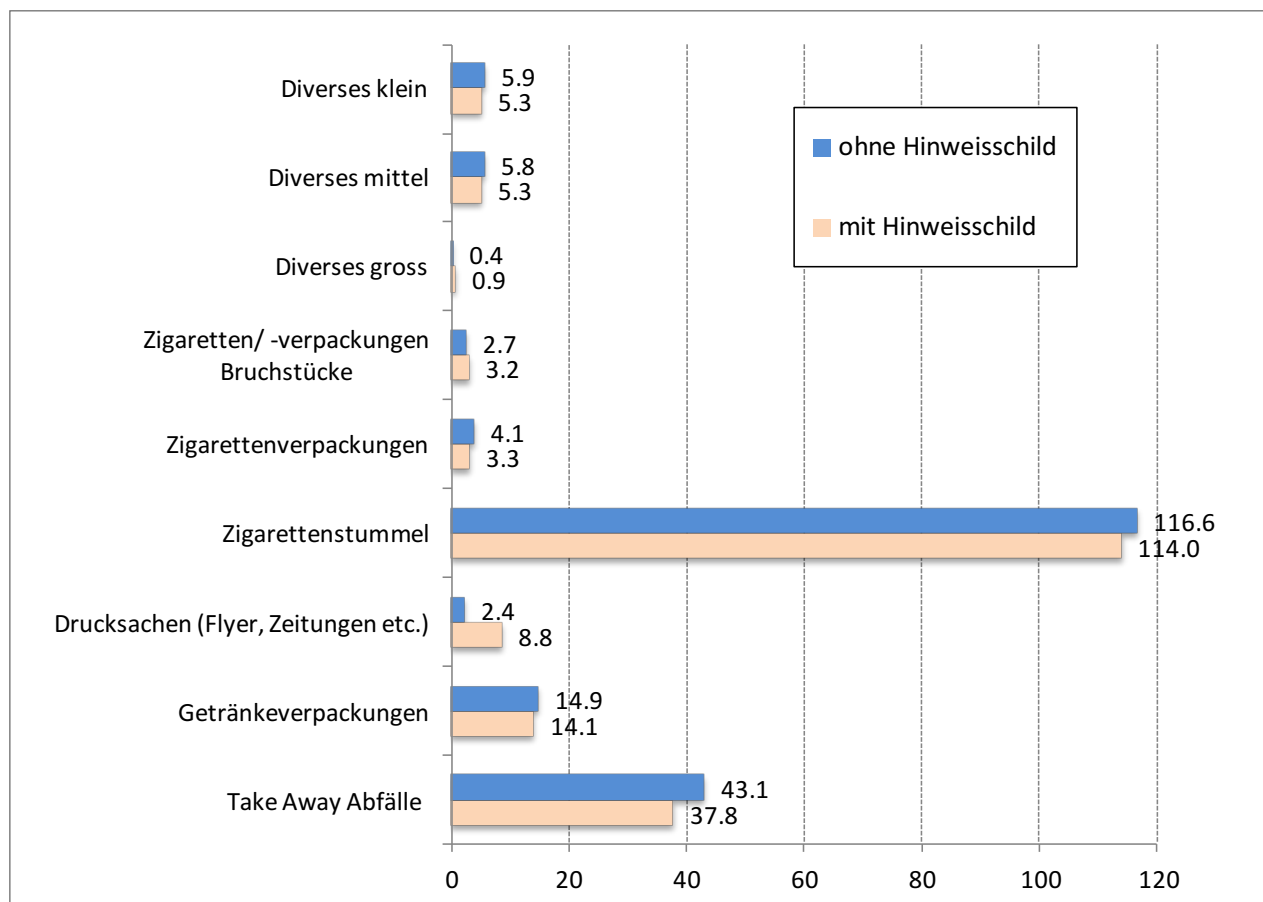


Abbildung 24: Mittlere Anzahl der gefundenen Abfallstücke verschiedener Fraktionen bei den Raumpatenschaftsprojekten ($N = 20$) in den Wochen vor und nach Installation der Hinweisschilder.

Die drei nennenswerten Mittelwertsunterschiede wurden auf statistische Signifikanz hin überprüft. Aufgrund von Abweichungen von einer Normalverteilung, deutlichen Ausreissern bei allen drei Littererfraktionen und vor dem Hintergrund der eher kleinen Stichprobe ($N = 20$ Raumpatenschaftsprojekte) wurde hierfür mit dem Wilcoxon-Test ein non-parametrisches Testverfahren auf Rangskalenniveau verwendet.

Es zeigte sich bei keiner der drei Abfallfraktionen ein signifikanter Effekt mit $p < .05$ bzw. auf dem 5%-Niveau. Bezüglich der Abfallfraktion „Zigarettenstummel“ wurde jedoch eine statistische relevante Tendenz mit $p < .1$ (10%-Niveau) in Richtung auf weniger Littering bei Präsenz von Hinweisschildern gefunden (Tabelle 18a). Bei 15 der 20 Raumpatenschaftsprojekte ergab sich hier eine Verbesserung nach dem

Aufstellen der Hinweisschilder und nur bei 4 Projekten eine Verschlechterung (Tabelle 18b). Trotz der eher kleinen Mittelwertsdifferenz von 2.6 Stummeln pro Woche und Patenschaftsgebiet war der Effekt statistisch auffällig und wäre bei hypothesenkonformer einseitiger Testung sogar statistisch signifikant. Im Gegensatz hierzu erscheint der deutlich grössere Mittelwertsunterschied bezüglich gelitterter Drucksachen vor dem Hintergrund der Rangplatz-Analyse mittels Wilcoxon-Tests als durch einzelne Ausreisser bedingt und somit zufällig. Denn bezüglich gelitterter Drucksachen zeigte sich bei 7 Patenschaftsprojekten eine Erhöhung nach dem Aufstellen der Hinweisschilder und bei gleich vielen eine Verminderung, während die Mittelwerte bei 6 Patengebieten unverändert blieben ($p = .777$; vgl. Tab. 18a,b).

Tabelle 18a: Ergebnisse des Wilcoxon-Tests zur Analyse der Unterschiede bei den drei Litterfraktionen Take-Away Verpflegung, Drucksachen und Zigarettenstummel zwischen den Bedingungen *ohne* und *mit Hinweisschildern* (HS)

	Differenz: Take-Away-Verpackungen mit – ohne HS	Differenz: Gelitterte Drucksachen mit – ohne HS	Differenz: Zigarettenstummel mit – ohne HS
Z	1,248 ^b	-,283 ^c	1,690 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,212	,777	,091

Tabelle 18b: Wilcoxon-Test zur Analyse der statistischen Aussagekraft der Mittelwertsunterschiede bei den drei Litterfraktionen Take-Away-Verpackungen, Drucksachen und Zigarettenstummel: Anzahl positiver und negativer Veränderungen sowie mittlerer Rangplatz und Rangsumme der Veränderungen von *ohne* zu *mit Hinweisschildern* (HS).

		N	Mittlerer Rangplatz	Summe der Rangplätze
Differenz: Take-Away-Verpackung mit – ohne HS	Negative Rangplätze	12 ^a	10,50	126,00
	Positive Rangplätze	7 ^b	9,14	64,00
	Ties	1 ^c		
	Total	20		
Differenz: Gelitterte Drucksachen mit – ohne HS	Negative Rangplätze	7 ^d	6,86	48,00
	Positive Rangplätze	7 ^e	8,14	57,00
	Ties	6 ^f		
	Total	20		
Differenz: Zigarettenstummel mit – ohne HS	Negative Rangplätze	15 ^g	9,13	137,00
	Positive Rangplätze	4 ^h	13,25	53,00
	Ties	1 ⁱ		
	Total	20		

a. Summe Take-Away mit < Summe Take-Away ohne

b. Summe Take-Away mit > Summe Take-Away ohne

c. Summe Take-Away mit = Summe Take-Away ohne

d. Summe Papier mit < Summe Papier ohne

e. Summe Papier mit > Summe Papier ohne

f. Summe Papier mit = Summe Papier ohne

g. Zigarettenstummel mit < Zigarettenstummel ohne

h. Zigarettenstummel mit > Zigarettenstummel ohne

i. Zigarettenstummel mit = Zigarettenstummel ohne

5.2.2 Effekte der Hinweisschilder auf einen Littering-Gesamtindex

Zur Analyse des Einflusses der Hinweisschilder auf das Littering insgesamt wurde basierend auf den einzeln gezählten Abfallfraktionen ein Littering-Gesamtindex konstruiert. Zigarettenstummel und -bruchstücke sowie diverse kleine gelitterte Abfälle wurden hierbei nur als halbe Abfallstücke gewichtet, während diverse grosse Abfälle doppelt gewichtet wurden. Alle übrigen Abfallfraktionen wurden einfach gezählt.

Die folgende Formel beschreibt dementsprechend die Berechnung des summativen Littering-Gesamtindex:

$$\text{Littering-Gesamtindex} = \text{Summe Take-Away Abfallstücke} + \text{Summe Getränkeabfälle} + \text{Summe gelitterte Drucksachen} + \text{Anzahl Zigarettenstummel}/2 + \text{Zigarettenverpackungen} + \text{Zigaretten(verpackungen) Bruchstücke}/2 + \text{grosse diverse Abfallstücke} * 2 + \text{mittelgrosse Abfallstücke} + \text{kleine Abfallstücke}/2$$

Die gewählten Gewichtungen berücksichtigen, dass kleine Abfallstücke die Umwelt zwar deutlich weniger ästhetisch beeinträchtigen, aber ihre Entfernung ähnlich aufwendig ist wie die grösserer Abfallstücke.

Der Mittelwert des so berechneten Littering-Gesamtscores bei den 20 Raumpatenschaftsprojekten war *ohne* Hinweisschilder mit $M = 133.8$ nur geringfügig höher als *mit* Hinweisschildern mit $M = 132.3$ (Tabelle 19). Da die Differenzen zwischen den Untersuchungsbedingungen mit und ohne Hinweisschild nicht normalverteilt waren (Kolmogorov-Smirnov Test, $p = .01$) wurde auch hier zur Untersuchung des Unterschieds auf statistische Signifikanz der non-parametrische Wilcoxon-Test angewendet. Die kleine Reduktion des mittleren Littering-Gesamtscores bei Präsenz von Hinweisschildern erwies sich hierbei nicht als statistisch signifikant ($p = .296$). Der Mittelwert des Littering-Gesamtscores war jedoch immerhin bei 13 Raumpatenschaften mit Hinweisschild tiefer als ohne und lediglich bei 7 Raumpatenschaften war er mit Hinweisschild höher als ohne Hinweisschild, so dass man eine leicht Tendenz zur Reduktion von Littering vor Ort erkennen kann.

Tabelle 19: Mittelwerte des Littering Gesamtscore *ohne* und *mit* Hinweisschilder

Littering Gesamtscore	Mittelwert	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
- ohne Hinweisschilder	133,750	20	115,02	25,72
- mit Hinweisschilder	132,315	20	133,89	29,94

Es konnte somit in der Untersuchung zwar nicht nachgewiesen werden, dass die Hinweisschilder eine statistisch signifikante Reduktion des Littering erreichen. Die gefundenen Tendenzen gehen aber in die erwartete Richtung, wonach Hinweisschilder Littering reduzieren könnten und daher empfehlenswert für Raumpatenschaftsprojekte in der Praxis sind.

5.3 Durch Paten wahrgenommener Einfluss der Hinweisschilder

Es weist nicht nur die gefundene statistische Tendenz darauf hin, dass Hinweisschilder eine sinnvolle Ergänzung von Raumpatenschaftsprojekten sind, sondern auch die Wahrnehmungen und Empfindungen der aktiven Raumpaten. Das Feedback der teilnehmenden Paten(gruppen) war durchwegs positiv: Sowohl Organisatoren der Projekte als auch die Paten selber haben sich sehr über die Tafeln gefreut. Einerseits haben die Hinweistafeln das Engagement der Organisatoren und Paten für die breite Bevölkerung sichtbar gemacht und dadurch noch mehr Personen für die Littering-Thematik sensibilisiert. Andererseits haben insbesondere die Paten die aufgestellten Tafeln als Würdigung und Wertschätzung für ihre Tätigkeit wahrgenommen und sahen diese dadurch gesteigert. Zudem hatten die Paten(gruppen) den Eindruck,

dass sich der Sinn ihrer Tätigkeit durch die Hinweistafeln verstärkt, da noch weitere Personen aus der Bevölkerung für die Littering-Thematik sensibilisiert wurden. Durch die Tafeln wurden die Paten von der Bevölkerung oft auf das Patenschaftsprojekt angesprochen und ihnen wurde oftmals direktes Lob und persönlicher Dank ausgesprochen. Das ist eine direkt Form der Wertschätzung und des Danks für die Mithilfe der Paten und kann helfen weitere Paten zu finden. Tafeln bzw. Hinweisschilder sind bei Raumpatenschaftsprojekten somit für Paten Organiatoren und Bevölkerung sinnvoll und positiv. Das Aufstellen solcher Gebietsmarkierungen wird daher für die Praxis empfohlen.

6. Diskussion und Schlussfolgerungen

6.1 Status Quo Effektivität und Potential von Raumpatenschaften (Studienteil A)

Basierend auf den Ergebnissen der Experteninterviews mit Organisatoren von Raumpatenschaften in der Schweiz kann grundsätzlich gesagt werden, dass Raumpatenschaften einen erfolgversprechenden Ansatz zur Verbesserung der Sauberkeit im öffentlichen Raum darstellen, der bereits an vielen Orten erfolgreich umgesetzt werden konnte. Es gab zwar bei einzelnen Projekten auch Probleme und Hindernisse. Die vielen positiven Beispiele und funktionierenden Ansätze und Vorgehensweisen, die in den Interviews beschrieben wurden, können jedoch substantiell dazu beitragen, solche Probleme oder Hindernisse bei zukünftigen Patenschaftsprojekten zu meistern (Best Practice Approach bzw. Leitfaden).

Raumpatenschaften als Massnahmen gegen Littering und für mehr Sauberkeit im öffentlichen Raum haben grosses Potential zukünftig in der Schweiz mehr ein- und umgesetzt zu werden und in einem Massnahmen-Mix zur Sensibilisierung der Bevölkerung für den korrekten Umgang mit Abfällen und zum Eindämmen der Littering-Problematik effektiv beizutragen. Die bereits bestehende Verbreitung solcher Patenschaftsmodelle in der Schweiz liesse sich voraussichtlich innerhalb weniger Jahre steigern, wenn dies gezielt unterstützt und gefördert wird. Dies könnte neben positiven Effekten auf die Sauberkeit auch die Identifikation der Bevölkerung mit dem öffentlichen Raum ihrer Städte und Gemeinden fördern.

6.2 Schlussfolgerungen aus der quasi-experimentellen Analyse zum Einfluss von Hinweisschildern auf Littering vor Ort (Studienteil B)

Es zeigte sich zwar keine statistisch signifikante, aber immerhin eine tendenzielle Verminderung des Litterings durch das Anbringen von Hinweisschildern. Im Hinblick auf Zigarettenstummel war diese Tendenz besonders deutlich und wäre bei einem einseitigen statistischen Test sogar signifikant ausgefallen. Vor dem Hintergrund zahlreicher anderer Studien, welche die Wirksamkeit von Plakaten und Hinweisschildern zur Reduktion von Littering belegen (vgl. Feher et al. 2014; Hansmann & Steimer 2015, 2016), kann deren Einsatz bei Patenschaftsprojekten daher voll und ganz empfohlen werden. Wichtig ist, wie diese Tafeln gestaltet werden, damit Littering vermindert, auf die Paten aufmerksam gemacht und deren Engagement gewürdigt wird. In einer zukünftigen Studie könnte diese Fragestellung anhand einer grösseren Stichprobe von Raumpatenschaftsprojekten und mit unterschiedlichen Ansprachen in der Beschilderung noch genauer untersucht werden. In der vorliegenden Studie könnte die eher kleine Stichprobe von 20 Raumpatenschaftsgebieten eine Ursache für das Ausbleiben signifikanter Befunde sein. Auch das eher kleine Format der Schilder und der eher kurze Beobachtungszeitraum von zumeist 3 Wochen mit Hinweisschildern könnten gemeinsam die Wirkung vermindert haben, da einige Besucher der Patenschaftsgebiete die Hinweisschilder eventuell nicht wahrgenommen haben. Aufgrund der eher geringen Anzahl von insgesamt 20 Teilnehmenden Raumpaten(gruppen) konnte auch keine eigentliche Kontrollbedingung mit balancierter Zufallszuordnung realisiert werden, da dann nur 10 Paten(gruppen) für die Intervention verfügbar gewesen wären, was nicht ausgereicht hätte. Somit ist die vorliegende Studie kein echtes, sondern lediglich ein Quasi-Experiment bzw. eine Längsschnittstudie mit Bedingungsvariation und vorher-nacher Vergleich, aber ohne echte Kontrollgruppe. Mögliche rein saisonale und wetterbedingte Einflüsse oder Trainingseffekte bei der Messung und Reinigung der Abfälle konnten daher nicht analysiert werden und könnten potentiell Einfluss auf die Ergebnisse genommen haben.

Die Ergebnisse der ersten Studienphase haben gezeigt, dass zu fast allen Raumpatenschaften Medienberichte veröffentlicht werden. Hinweise auf die Raumpatenschaften vor Ort werden hingegen nur bei etwa einem Viertel der bestehenden Patenschaftsprojekte eingesetzt. Dies obwohl eine Markierung der Patenschaften die Identifikation der Paten mit dem betreuten Ort steigern und solche Hinweise ähnlich wie Anti-Littering Plakate Einstellungen zugunsten korrekter Entsorgung verändern könnten und die Passanten auch an die bestehende soziale Norm, nicht zu littern, vor Ort erinnern (Hansmann & Steimer

2015). Gemäss früheren Studien zu ähnlichen Fragestellungen (z.B. Effekten von Plakaten, vgl. Hansmann & Steimer 2014, 2015, 2016) ist zu erwarten, dass Hinweise vor Ort daher die Effektivität von Raumpatenschaften zur Verminderung von Littering steigern und die Paten bei ihrer Arbeit unterstützen können. Solche Anzubringen ist auch vor dem Hintergrund der nun erzielten Ergebnisse empfehlenswert, insbesondere dann, wenn die Raumpaten dies wünschen. Und letztlich auch nur dann, denn den Raumpaten sollte generell möglichst viel Freiraum bei der Gestaltung ihrer Patenschaft gelassen werden. Vor dem Hintergrund früherer Studien ist eine positive, humorvolle und umweltorientierte Ansprache sinnvoll und zudem sollten Information vermittelt und das Engagement der Paten gewürdigt werden. In einer zukünftigen Studie könnte die optimale Gestaltung von Hinweisschildern für Raumpatenschaften noch näher untersucht werden. Ein spannender Aspekt hierbei könnte auch sein, zu untersuchen wie Raumpaten in diesen Gestaltungsprozess allenfalls mit eingebunden werden können (z.B. durch einen Ideenwettbewerb), um eine noch stärkere Identifikation mit dem eigenen Patenschaftsgebiet zu erreichen.

6.2 Hinweise für eine gute Initialisierung und optimale Gestaltung von Raumpatenschaften in der Praxis

Aus der Vorrecherche, den durchgeführten Experteninterviews und den Ergebnissen und Erfahrungen aus dem Quasi-Feldexperiment konnten diverse Schlussfolgerungen für eine effiziente Planung und Umsetzung von zukünftigen Raumpatenschaften in der Praxis gezogen werden. Diese werden nach Abschluss des Forschungsberichts in Form eines Leitfadens zusammengefasst und Interessierten zur Verfügung gestellt.

Nachfolgend werden bereits verschiedene Tipps und Hinweise für eine wirkungsvolle Initialisierung und einen optimalen Aufbau und eine ideale Gestaltung von Raumpatenschaften in der Praxis aufgeführt:

Initialisierung der Raumpatenschaften

- **Rolle der Organisatoren:** Die Organisatoren der Raumpatenschaften sollen nachdem ein Projekt ins Leben gerufen wurde insbesondere die Information über das Projekt auf Gemeindeebene, die Organisation und die Koordination übernehmen. Zudem sollen sie das Motivieren und das Rekrutieren der Raumpaten als Aufgabe übernehmen. Auch sind sie Anlaufstelle für Fragen, Beratung und für einen Austausch mit den Raumpaten, aber auch mit den Medien und der Politik.
- **Rekrutierung von Raumpaten:** Raumpaten werden am besten durch eine Kombination von persönlichen Ansprachen bzw. Gesprächen und durch einen Aufruf in lokalen Medien beispielsweise mittels Inseraten (z.B. auf der Homepage des Organisations, in Gemeindezeitungen) gesucht und gefunden. Zudem eignen sich auch Veranstaltungen in den Bereichen Umwelt, Recycling oder Littering dazu, dass interessierte Personen motiviert werden können, sich als Raumpaten zu engagieren. Der Organisator der Raumpatenschaft sollte beständig daran bleiben, neue Raumpaten zu suchen und immer wieder etwas dafür tun, damit das Projekt langfristig aufrechterhalten werden kann.
- **Motivation und Anreize fürs Mitmachen:** Da die meisten Raumpaten sich aktiv engagieren, weil sie Littering stört, sie das Projekt sinnvoll finden und gerne einen Beitrag zur Gemeinde bzw. zum Umweltschutz leisten, soll beim Aufruf bzw. der Suche von teilnehmenden Raumpaten an den Idealismus, Sinn und Wert der Tätigkeit appelliert werden. Um diesen Aspekt weiter zu betonen, können Helferfeste oder Danksagungen im Laufe und/ oder am Ende einer Raumpatenschaftsphase wirkungsvoll sein und die Motivation der Raumpaten zusätzlich steigern. Gemeinschaftserlebnisse und Spass am Patenschaftsengagement dürfen nicht zu kurz kommen, damit Idealismus und positive Motivationen langfristig erhalten bleiben.

Gestaltung und Umsetzung von Raumpatenschaften

- **Rolle der Organisatoren:** Nach der Rekrutierung der Raumpaten ist es wichtig, dass die Paten durch die Organisatoren „gepflegt“ werden. Beispielsweise mittels Danksagungen und/oder

- Helferfesten. Auch ein regelmässiger Austausch und ein Feedback zwischen Paten und Organisatoren soll stattfinden. Auch während der laufenden Patenschaft soll der Organisator als Anlaufstelle für eine Beratung und Fragen der Paten sowie von Medien, Anwohnern und Politik fungieren. Zudem soll der Organisator das Zuteilen und Festhalten der Patenschaftsgebiete übernehmen und die Paten im Detail über den Ablauf und das Vorgehen bei der Reinigung und anschliessenden Entsorgung der Abfälle informieren. Der Organisator soll den Paten auch Materialien für die Tätigkeit zu Verfügung stellen (inkl. Organisation und Finanzierung des Abtransports und der Entsorgung der gesammelten Abfälle).
- **Hinweise auf Raumpatenschaften vor Ort:** Es ist sehr wichtig, Hinweise auf das Raumpatenschaftsprojekt und die Paten vor Ort zu platzieren. Dies hat die vorliegende Untersuchung mit Experteninterviews und Feldexperiment in Übereinstimmung mit bereits bestehenden wissenschaftliche Studien (Fehr et al., 2014) gezeigt. Solche Hinweisschilder schätzen die Paten wert und sie freuen sich über dieses Zeichen. Zudem können dadurch weitere Personen aus der Bevölkerung für die Littering-Thematik sensibilisiert werden, was die Wirkung des gesamten Raumpatenschaftsprojekts weiter erhöht. Teilweise lassen sich dadurch auch neue Raumpaten finden und zur Teilnahme motivieren.
 - **Medienberichte zum Raumpatenschaftsprojekt:** Beiträge und Berichte in verschiedenen Medien zu lancieren ist ebenfalls wichtig, um die Bevölkerung auf dieses Engagement aufmerksam zu machen und für die Problematik des Litterings zu sensibilisieren. Ebenso wie durch Hinweisschilder können hierdurch weitere Personen motiviert werden, ihre Abfälle zukünftig korrekt zu entsorgen. Auch für die Raumpaten selber ist es erfreulich, dass ihre Arbeit in den Medien und der Bevölkerung dadurch noch stärkere Beachtung findet.
 - **Begleitende Aktionen und Events:** In einem regelmässigen Rythmus Dankes- bzw. Helferfeste für alle Raumpaten zu organisieren ist sehr wichtig. Einerseits um den Paten für ihren Einsatz zu danken, aber auch für einen Austausch mit den Organisatoren der Raumpatenschaft und unter den Raumpaten selber. Die Organisatoren erhalten so direktes Feedback von den Raumpaten. Zudem eignen sich solche Events auch, um neue bzw. weitere Paten für die Zukunft zu finden und sie stärken den Zusammenhalt zwischen den Paten. Auch eine jährliche gemeinsame Aufräum-Aktion beispielsweise im Rahmen des nationalen Clean-Up-Days kann das Zusammengehörigkeitsgefühl der Raumpaten fördern und ihnen zusätzliche Unterstützung aus der Bevölkerung (zumindest) an einem Tag bringen, was motivierend wirkt.
 - **Reinigung durch Raumpaten:** Hilfreich ist, wenn der Organisator des Raumpatenschaftsprojekts die Gebiete den einzelnen Raumpaten zuteilt, ihnen hierbei aber möglichst viel Freiraum für die eigene persönliche Wahl lässt. Es soll also ein Mix aus Tipps bei der Zuteilung der Gebiete und der Gewährung grösstmöglicher Freiheit für die Paten von den Organisatoren angewendet werden. Zwingend ist, dass der Organisator einen Plan erstellt und ständig aktuell hält, der zeigt, welche Gebiete bereits an Raumpaten vergeben sind, so dass kein Gemeindegebiet doppelt an Raumpaten vergeben wird. Auch bei der Entscheidung über die Häufigkeit der Reinigung und bei welcher Witterung die Reinigung durchgeführt wird, ist es sinnvoll den Raumpaten relativ viel Freiheit zu überlassen. Der Organisator soll Tipps und Empfehlungen dazu abgeben und den Raumpaten dennoch die freie Entscheidung lassen. Dies erleichtert Raumpaten zu finden und sie zum Mitmachen und Dabeibleiben zu motivieren.
 - **Material für Raumpaten:** Es scheint zudem wichtig zu sein, dass der Organisator den einzelnen Raumpaten Materialien für ihre Tätigkeit zu Verfügung stellt (Handschuhe, Warnwesten, Greifzangen und Abfallsäcke), damit die Schwelle zum Mitmachen möglichst niedrig ist. Zudem soll der Organisator des Raumpatenschaftsprojekt die Entsorgung der Abfälle übernehmen – sowohl die Organisation des Abtransports als auch die Finanzierung. Die Raumpaten sollen von Beginn an von den Organisatoren über den Ablauf und das Vorgehen im Detail informiert werden und das Gefühl haben vom Organisator gut unterstützt zu werden und vollen Rückhalt zu besitzen. Insbesondere soll den Raumpaten auch mitgeteilt werden, dass sie nicht alleine für das Beheben von illegalen Deponieren verantwortlich sind und sie beim Auffinden von illegalen Deponien die Gemeinde bzw. den Werkhof für Unterstützung kontaktieren sollen.

Insgesamt können Raumpatenschaften und auch dazugehörige Hinweistafeln oder -Schilder als Massnahmen gegen Littering empfohlen werden. Funktionierende Raumpatenschaften stellen eine Win-Win-Situation dar: Die Gemeinde hat einen kleineren Reinigungsaufwand, macht etwas für die Gesellschaft und wertet das Gemeindebild auf. Die Raumpaten können sich sinnvoll betätigen, soziale Kontakte knüpfen bzw. vertiefen sowie einen aktiven Beitrag für die Umwelt und Gesellschaft leisten. Gleichzeitig kann die Gesamtbevölkerung einen schöneren, saubereren öffentlichen Raum geniessen. Durch Raumpatenschaften kann die Menge an Littering reduziert und die breite Bevölkerung wirkungsvoll für die Littering-Thematik sensibilisiert werden.

Somit handelt es sich bei Raumpatenschaften um eine wirkungsvolle langfristige Anti-Littering-Massnahme, die auch eine präventive Wirkung hat und mit geringen Kosten die Lebensqualität in Städten und Gemeinden verbessern kann.

Quellenverzeichnis

Departement für Wirtschaft, Soziales und Umwelt des Kantons Basel-Stadt, Amt für Umwelt und Energie (2011). 5-Säulen-Konzept der Stadtsauberkeit des Kanton Basel-Stadt. Online abrufbar unter: <http://www.aue.bs.ch/abfaelle/littering/strategie.html>

Fehr, G., Veit, M., Kamm, A. & Geisseler, L. (2014). Littering in der Schweiz – Studie zur Wirksamkeit von Massnahmen unter Berücksichtigung verhaltensökonomischer Erkenntnisse. Zürich: FehrAdvice & Partners AG.

Hansmann, R., (2012). Erfolgreiche Kampagnen gegen Littering. Umwelt Perspektiven 3/2012, 11-13.

Hansmann, R. & Steimer, N. (2014). Ein Feldexperiment zur Analyse der Wirksamkeit von humorvollen, umweltorientierten und autoritären Plakaten gegen Littering. Zurich: ETH Zürich Natural and Social Science Interface (NSSI) und IG saubere Umwelt (IGSU).

Hansmann, R. & Steimer, N. (2015). Linking an Integrative Behavior Model to elements of environmental campaigns: An analysis of face-to-face communication and posters against littering. Sustainability, 7, 6937-6956.

Hansmann, R. & Steimer, N. (2016). A field experiment on behavioural effects of humorous, environmentally oriented and authoritarian posters against littering. Environmental Research, Engineering and Management, 72(1), 33-44.

IGSU (2015a). Dokumentation der Interviews von Studienphase A. Detaillierten Notizen der 20 durchgeführten Experteninterviews (Excel File). IGSU.

ANHANG A

Leitfaden: Strukturiertes Interview zu Raumpatenschaften in der Schweiz

Angaben zur Interview-Durchführung → InterviewerIn	
Datum	
Zeit (von/bis)	
InterviewerIn	
Interviewte Person(en) (Name, Organisation, Funktion)	

Allgemeine Informationen, Ziele und Hintergrund → Organisator		
Wo (Ortschaft, Stadt, Gemeinde)		
Wer	Organisator/ verantwortliche Institution (Gemeinde, Schule, Verein, Firma, etc.)	
	Kontaktperson (inkl. Abteilung, Funktion)	
	Beteiligte Partner (Gemeinde, Schule, Verein, Firma, etc.)	
	Kontaktperson	
	Raumpaten (Privatpersonen, Verein, Schule, Gemeinde, etc.)	→ Detailfragen ab Seite 3
Wann (Zeitpunkt / Dauer)	<input type="checkbox"/> Abgeschlossen (von/bis): <input type="checkbox"/> Laufend, seit: <input type="checkbox"/> Geplant, ab:	
Titel Aktion		

Beschreibung Raumpatenschaft		
Hintergrund & Entstehungsgeschichte		
Ziele der Raumpatenschaft für Organisator		
Unterstützung der Raumpaten in der Praxis durch Organisator	Angebotene Unterstützung?	
	Nachgefragte Unterstützung?	
Anreize/ Belohnung für Raumpaten? Welche?		
Finanzierung	Kosten für Projekt „Raumpatenschaft“	
	Finanzierung durch?	
Übergeordnete Anti-Littering Kampagne?	Übergeordnete Anti-Littering-Kampagne?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <i>→ Falls Ja, weitere Fragen:</i>
	Beschreibung Kampagne	
	Organisator Kampagne (Gemeinde, etc.)	
	Wann (Zeitpunkt / Dauer)	<input type="checkbox"/> Abgeschlossen (von/bis): <input type="checkbox"/> Laufend, seit: <input type="checkbox"/> Geplant, ab:
	Raumpatenschaft als Teil der Kampagne?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <i>→ Falls Ja, weitere Frage:</i>
	Eingliederung Raumpatenschaft in Kampagne – wie?	

Details Raumpatenschaft → Raumpaten

Raumpaten – beteiligte Personen	Wer? (Institution, Privatpersonen, etc.)	
	Kontaktperson	
	Anzahl beteiligte Raumpaten? (Personen)	
	Alter? (von/bis)	
	Wie wurden Paten gefunden?	
	Motivation der Raumpaten zum Mitmachen	
	Ziele der Raumpatenschaft für Paten	
	Nutzen Mitmachen	
	Koordination – durch wen?	<input type="checkbox"/> Raumpaten selber <input type="checkbox"/> Organisator der Raumpatenschaft <input type="checkbox"/> Beteiligte Partner der Raumpatenschaft <input type="checkbox"/> Andere:
	Koordination – wie?	
Dauer Engagement?	<input type="checkbox"/> Zeitlich begrenzt (von/bis): <input type="checkbox"/> Unbegrenzt (seit): Falls „Zeitlich begrenzt“: <input type="checkbox"/> Abgeschlossen (von/bis): <input type="checkbox"/> Laufend, seit: <input type="checkbox"/> Geplant, ab: <p style="text-align: center;">Falls „Abgeschlossen“: Wird Raumpatenschaft erneuert und wieso Ja/Nein?</p> <input type="checkbox"/> Ja, weil: <input type="checkbox"/> Nein, weil: Falls „Unbegrenzt“: <input type="checkbox"/> Laufend, seit: <input type="checkbox"/> Geplant, ab:	

Raum	Raum-Art: <i>(Mehrfachnennungen möglich)</i>	<input type="checkbox"/> Parkplatz <input type="checkbox"/> Parkanlage <input type="checkbox"/> Bahnhofplatz <input type="checkbox"/> Strasse <input type="checkbox"/> Haltestelle <input type="checkbox"/> Grillstelle <input type="checkbox"/> Badewiese/Seepromenade <input type="checkbox"/> Zentraler Platz <input type="checkbox"/> Schulareal/Schulweg <input type="checkbox"/> Wanderweg/Waldweg <input type="checkbox"/> Veranstaltung/Event <input type="checkbox"/> Weitere:
	Grösse (ungefähre m ² bei Platz bzw. Länge bei Strassen)	
	Ausmass Littering vor Start Raumpatenschaft	<input type="checkbox"/> wenig <input type="checkbox"/> eher wenig <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> eher viel <input type="checkbox"/> viel
	Hauptsächliche Littering-Gegenstände <i>(Mehrfachnennungen möglich)</i>	<input type="checkbox"/> Take-away-Verpackungen <input type="checkbox"/> Getränkebehältnisse (PET-Flaschen, Alu-Dosen, etc.) <input type="checkbox"/> Zeitungen & Flyer <input type="checkbox"/> Zigaretten <input type="checkbox"/> Kaugummi <input type="checkbox"/> Diverses (Taschentücher, Glacestängeli, etc.) <input type="checkbox"/> Anderes:
Reinigung → Raumpaten		
Reinigung durch Raumpaten	Material & Hilfsmittel – Was?	
	Material & Hilfsmittel – zu Verfügung gestellt durch?	
	Art Reinigung <i>(und/oder)</i>	<input type="checkbox"/> von Hand <input type="checkbox"/> mit Greifzangen <input type="checkbox"/> Maschinell <input type="checkbox"/> Anders:

	Häufigkeit Reinigung durch Paten?	
	Jahreszeit(en)? (Winter, Frühling, Sommer, Herbst – und/oder)	<input type="checkbox"/> Winter <input type="checkbox"/> Frühling <input type="checkbox"/> Sommer <input type="checkbox"/> Herbst <input type="checkbox"/> IMMER
	Wetter? (Durchführung bei welchem Wetter – und/oder)	<input type="checkbox"/> Sonne <input type="checkbox"/> Bewölkt <input type="checkbox"/> Regen <input type="checkbox"/> IMMER
Kontrolle bzw. Messung Reinigung der Raumpaten	Ja/Nein?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <i>→ Falls Ja, weitere Fragen:</i>
	Wer?	
	Wie?	
	Rückmeldung? (Ja/Nein, an wen, wie)	
Reinigung durch Gemeinde?	Ja/Nein?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <i>→ Falls Ja, weitere Fragen:</i>
	Art Reinigung (und/oder)	<input type="checkbox"/> von Hand <input type="checkbox"/> mit Greifzangen <input type="checkbox"/> Maschinell <input type="checkbox"/> Anders:
	Häufigkeit Reinigung durch Gemeinde?	

Begleitende Massnahmen → Raumpaten & Organisator		
Hinweis auf Raumpatenschaft vor Ort?	Ja/Nein?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein → Falls Nein, WIESO? → Falls Ja, weitere Fragen:
	Art der Hinweise – Hinweisschilder, Umgrenzungs-markierung, etc.?	
	Wie realisiert – Design, Anzahl, Format, Text, etc.?	
	Wirkung?	
Begleitende Kommunikationsmassnahmen?	Ja/Nein?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein → Falls Ja, weitere Fragen:
	Was? (Beschreibung Massnahmen)	
	Welche Kommunikationskanäle? (Zeitung, Radio, TV, Internet, Social Media, an Events, etc.)	
	Verantwortliche Institution (Gemeinde, Schule, Verein, Firma, etc.)	
	Kontaktperson	
	Wann? (und/oder)	<input type="checkbox"/> Vor Start Raumpatenschaft <input type="checkbox"/> Zum Start der Raumpatenschaft/ bei Eröffnung <input type="checkbox"/> Während laufender Raumpatenschaft <input type="checkbox"/> Nach Ende Raumpatenschaft
	Ziel?	

	Wirkung?	
Weitere begleitende Aktionen? Event zur Eröffnung?	Ja/Nein?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein → Falls Ja, weitere Fragen:
	Was? (Beschreibung Aktion(en))	
	Verantwortliche Institution (Gemeinde, Schule, Verein, Firma, etc.)	
	Kontaktperson	
	Wann? (und/oder)	<input type="checkbox"/> Vor Start Raumpatenschaft <input type="checkbox"/> Zum Start der Raumpatenschaft/ bei Eröffnung <input type="checkbox"/> Während Raumpatenschaft <input type="checkbox"/> Nach Ende Raumpatenschaft
	Ziel?	
	Wirkung?	
Bewertung Aktion → Raumpaten & Organisator		
Messung der Effekte & Wirkung der Raumpatenschaft?	Ja/Nein?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein → Falls Ja, weitere Fragen:
	Wie?	
	Wer? (verantwortliche Institution)	
	Kontaktperson	
Wirkung und Effekte der Raumpatenschaft	Akzeptanz bei Beteiligten (Paten)	
	Akzeptanz in Öffentlichkeit	

	Wahrgenommene Wirkung durch Organisatoren	
	Wahrgenommene Wirkung durch Raumpaten	
	Wahrgenommene Wirkung in Öffentlichkeit	
Wirkung Begleitmassnahmen (falls vorhanden)		
Zu- oder Abnahme des Litterings	Während Raumpatenschaft?	<input type="checkbox"/> + (mehr) <input type="checkbox"/> = (gleich viel) <input type="checkbox"/> - (weniger)
	Nach Ende Raumpatenschaft – im Vergleich zu vor Patenschaft? (falls beendet)	<input type="checkbox"/> + (mehr) <input type="checkbox"/> = (gleich viel) <input type="checkbox"/> - (weniger)
	Nach Ende Raumpatenschaft – im Vergleich zu während Patenschaft? (falls beendet)	<input type="checkbox"/> + (mehr) <input type="checkbox"/> = (gleich viel) <input type="checkbox"/> - (weniger)
Kommunikation über Effekte/ Wirkung	Ja/Nein?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein → Falls Ja, weitere Fragen:
	Wie?	
	Wem?	
Was funktioniert(e) besonders gut?		
Wo gab es Schwierigkeiten oder Probleme?		
Lessons Learned und Tipps		

Weitere Fragen → Raumpaten & Organisator		
Aktion noch laufend?	Ja/Nein?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	<i>Falls Ja:</i> Wie geht es zukünftig weiter?	
	<i>Falls Nein:</i> Wieso nicht? Bereitschaft sich nochmals als Pate zu engagieren?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
<i>Falls Patenschaft noch laufend:</i> Besuch IGSU & ETH möglich (Bereitschaft)?	Ja/Nein	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	<i>Falls Ja:</i> Kontaktperson	
Weitere Praxisbeispiele von Raumpatenschaften bekannt? Infos? Kontaktperson?		
Bemerkungen		

ANHANG B

Übersicht: Beispiele bestehender oder geplanter Raumpatenschaften in der Schweiz

Stand: 01.12.15

Nr	Ort	Organisation	Kontaktperson	Name Aktion	Wann	Infos/Link	Termin
SCHWEIZ							
1	Affoltern am Albis	Tiefbauabteilung	044 762 56 78, tiefbauabteilung@affoltern-am-albis.ch, Frau Sandra Zimmermann, 044 762 56 41, sandra.zimmermann@affoltern-am-albis.ch	Raumpatenschaften	laufend	http://www.affoltern-am-albis.ch/de/verwaltung/dienstleistungen/welcome.php?dienst_id=30491	Mo, 21.9, 11:00 Uhr - Frau Sandra Zimmermann
2	Adliswil	Litter Club Adliswil	Herr Heinz Peyer, Stadt Adliswil, Abfallwirtschaft und Andreas Baumann (Präsident Litter Club) - heinz.peyer@adliswil.ch		seit längerem	www.litter-club.ch	Di, 22.9, 15:00 Uhr - Herr Andreas Baumann, 079 357 34 21
3	Uster	Stadt, Leistungsgruppe Abfall und Umwelt	Frau Sarina Laustela, Stadt Uster, 044 944 73 28, sarina.laustela@uster.ch	Raumpatenschaften von Organisationen und Vereinen	2010	Patenschaft auf SBB-Areal momentan aktiv (http://www.google.ch/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0CEAQFjAE&url=http%3A%2F%2Fwww.uster.ch%2Fdl.php%2Fde%2F0de8q-592b7a%2FLitteringkonzept.pdf&ei=ewmlVcKHFoWyUa6LsJAD&usg=AFQjCNFEV3N5nS92sjTsnESQ7PAMoAbI4A&sig2=u5Q77G5-7ckTkPfbY1FbJQ&bvm=bv.96339352,d.d24)	Mi, 23.9, 15:00 Uhr - Markéta Bregenzer
4	Gemeinde Wädenswil	Jugendarbeit und Gemeinde	Herr Aurel Greter, aurel.greter@waedenswil.ch - 044 780 72 71	Patenschaften für Wädenswiler Gehsteigabschnitte	seit 3 Jahren	Strassenraumpatenschaften im Zusammenhang mit "Platz da" und "Sauberei". verzeichnet aktuell 22 Strassen welche von 17 Parteien getragen werden. PDF und Link: http://www.waedenswil.ch/de/stadt/projekte/?action=showthema&themenbereich_id=164&thema_id=485	Mi, 23.9, 11:00 Uhr - Herr Greter
5	Kanton Baselland (diverse Gemeinden)	Amt für Umweltschutz und Energie BL, Liestal	Annemarie Spinnler (annemarie.spinnler@bluewin.ch, 061 552 62 66)	Blyb suuber	2009-2011	http://www.blybsuuber.ch/	Di, 22.9, 10:00 Uhr - Frau Spinnler
6	Gemeinde Lyss	Bau + Planung	bau@lyss.ch, 032 387 03 10		2013	http://www.google.ch/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=13&ved=0CCkQFjACOAO&url=http%3A%2F%2Fwww.lyss.ch%2Fde%2Fverwaltung%2Fdokumente%2Fdokumente%2FKonzept_gegen_Littering_2013.pdf&ei=4g2lVaSGH8KqsAGunlqoBQ&usg=AFQjCNGgZbSksZ_dJJiyp7PqQ6JpfLOBQQ&sig2=w6Gu-ra_th4d0IWpVklYlw&bvm=bv.96339352,d.bGg	08.10.2015, Herr Stalder
7	Illnau-Effretikon	Stadt Illnau-Effretikon, Abteilung Gesundheit	052 354 24 09, gesundheit@ilef.ch		laufend	http://www.ilef.ch/stadtverwaltung/verwaltung/gesundheits/entsorgung/projekte/	Di, 6.10 10:00 Uhr - Frau Studer
8	Eglisau	Gemeinde, Tennisclub, Verkehrsverein	Herr Martin Hermann, Gemeindeschreiber, 043 422 35 05, martin.hermann@eglisau.ch	Kampagne "Eglisauber	2011	http://www.eglisauer.ch/CMS_FILES/index.php?page=278	Fr, 21.8, 11:00 Uhr - Herr Martin Hermann

9	Gemeinde Wangen-Brüttisellen		Abteilung Abfallwirtschaft, Zuständige: Nina Bertschi (nina.bertschi@wangen-bruettsellen.ch)		2014	http://www.google.ch/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&ved=0CEYQFjAH&url=http%3A%2F%2Fwww.wangen-bruettsellen.ch%2Fdl.php%2Fde%2F543ff5161821c%2F2.1_Siedlungsabfallwirtschaftskonzept_Anhang_4_Littering_Konzept.pdf&ei=FhGIVdy_Jsv8UoWogKgH&usq=AFQjCNF_vv5-nz2BmDLLpuCN1K2dSOmjfg&sig2=eT3zUjjYENpqJcQ9OGGNyQ&bvm=bv.96339352,d.d24	Mi 11.11.15
10	Sauberer Fricktal		info@fricktal.ch	Raumpatenschaften mit Schulen und Jugendlichen	2013	https://www.ag.ch/de/bvu/umwelt_natur_landschaft/umweltinformationen/littering/departement_detailseite_32.jsp	Do 1.10. 10:00 Uhr - Frau Gisela Taufer
11	Stadt Basel	Amt für Umwelt und Energie	Herr Timo Weber, 061 639 22 53, timo.weber@bs.ch	Raumpatenschaften mit Schulen	abgeschlossen	Schulklassen oder Gruppen von Schülern haben 200-300Meter Strassenabschnitte und/oder Sportplätze gereinigt, jeweils 1x pro Woche	Do, 3.9, 11:00 Uhr - Herr Timo Weber
12	Basel - Claraplatz	Amt für Umwelt und Energie	Herr Timo Weber, 061 639 22 53, timo.weber@bs.ch			In einem festgelegten Perimeter rund um den Claraplatz sollte sich das ansässige Gewerbe für die Sauberkeit einsetzen.	Do, 3.9, 11:00 Uhr - Herr Timo Weber
13	Basel	Mobile Jugendarbeit	061 683 01 65 - info@mjabasel.ch	Trash Angels	laufend	Trash Angels säubern für längere Zeiträume verschiedenen öffentliche Räume	Do, 3.9, 11:00 Uhr - Herr Timo Weber
14	Stadt Zürich	McDonalds (Filialen)	Herr Niels Michel, ERZ, 044 645 78 70, 079 824 92 47, niels.michel@zuerich.ch	Vereinbarung von McDonalds-Filialen für Reinigung der Umgebung			Mo, 21.9, 11:00 Uhr - Herr Niels Michel
15	Stadt Zürich	GC und FCZ (Fussballclubs)	Herr Niels Michel, ERZ, 044 645 78 70, 079 824 92 47, niels.michel@zuerich.ch	Vereinbarung vor 4 Jahren für Raumpatenschaft (nicht mehr erneuert)			Mo, 21.9, 11:00 Uhr - Herr Niels Michel
16	Gemeinde Wohlen	Oberstufen Schule	Herr Eberhart, Leiter Umwelt und Energie Wohlen - 056 619 92 27, peter.eberhart@wohlen.ch - Frau Barbara Müller Hoteit, Schulleiterin Schule Wohlen (barbara.mueller@wohlen.ch - 058 618 35 20)	Oberstufenschüler haben über mehrere Monate einmal pro Woche ein spez. Areal gereinigt	2011-2012		Di, 22.9, 14:00 Uhr - Frau Barbara Müller
17	Gemeinde Wald	Gemeinde	Herr Martin Süss, Gemeindegeschreiber, martin.suess@wald.zh.ch, 055 256 52 40 - Frau Nadine Steffen, Abteilungsleiterin Sicherheit und Gesundheit, nadine.steffen@wald.zh.ch - 055 256 51 40	bis heute 30 Patenschaften mit Einzelpersonen, welche sich 1 Jahr um ein Grundstück kümmern.	seit 2014		Do, 3.9, 10:00 Uhr - Frau Steffen

18	Stadt Luzern	Stadt Luzern, Tiefbauamt	Herr Rolf Stocker, rolf.stocker@stadtluzern.ch, 041 208 86 52	In der Stadt Luzern gibt es mit mehreren Take-aways-Betrieben Vereinbarungen, die freiwillig in den letzten Jahren abgeschlossen wurden	seit einigen Jahren		Di, 10.11.15 um 16:00 Uhr, Herr Stocker
19	Bahnhof Buchs	20 SBB Bahnhöfe in der Schweiz	Herr Walter Schwendener, 079 432 04 88, bahnhofpaten@buchs-sg.ch, Er ist für Buchs zuständig, das Präventionsprogramm ist jedoch von der SBB und heisst "RailFair" und wird seit 2004 in Zusammenarbeit mit dem SRK betrieben (Leute ausbilden)	Bahnhofpatinnen und Bahnhofpaten wirken durch ihre Präsenz deeskalierend in Konfliktsituationen, gegen Littering und Vandalismus. Zudem stehen sie Reisenden für Auskünfte und Hilfeleistungen zur Verfügung.	seit 2009	aktuell sind an 20 Bahnhöfen in Zusammenarbeit mit der SBB Freiwillige im Einsatz als Bahnhofpatinnen und Bahnhofpaten. http://bahnhofpaten-buchs.ch/content/79/50/bahnhofpaten	Di, 22.9., 10:00 Uhr - Herr Walter Schwendener
20	Unterkulm	Gemeindverwaltung Unterkulm	Herr Daniel Lemp, Bezirksgefängnis, Zentrumsplatz 1, Postfach, 5726 Unterkulm, 062 768 55 80, 079 679 20 55, d.lemp@gmx.ch		2010-2012	http://www.unterkulm.ch/xml_1/internet/de/application/d95/fs10.cfm?highlight=littering	Freitag 13.11.15
21	St.Margrethen	Gemeinde und Fast-Food-Anbieter	Herr Claudio Pallecchi, Bauverwalter, claudio.pallecchi@stmargrethen.ch	Vereinbarung mit Fast-Food-Firmen für Reinigungs des öffentlichen Raums	laufend seit 2014	http://www.littering-toolbox.ch/littering-situationen/parkanlage/beispiele/	7.10.15, 15:00 Uhr Herr Pallecchi
22	Gemeinde Rüslikon	Gemeinde	Herr Roger Kurmann, Abteilungsleiter Tiefbau/Werke, 044 724 72 35, roger.kurmann@rueschlikon.ch		in Planung		Mi 23.9, 14:00 Uhr, Herr Kurmann
23	Suhr	Schule Suhr	Schule Suhr, Frau Denise Widmer (Gesamtschulleiterin), Mühleweg 5, Postfach 268, 5034 Suhr				Fr 25.9, 14:00 Uhr - Frau Widmer
24	Gemeinde Reinach	Gemeinde	Frau Evelyn Lenzin evelyn.lenzin@reinach-bl.ch				nicht erreicht
25	Gemeinde Pratteln	Gemeindeverwaltung AllService	allservice@pratteln.bl.ch, Tel. 061 825 21 11 oder Frau Käthi Blumer von der Gemeinde Pratteln weiter Auskunft geben: 061 825 23 12, kaethi.blumer@pratteln.bl.ch (Mo und Fr erreichbar).	Blyb sauber	geplant?	http://www.pratteln.ch/de/themen/umweltenergieundabfall/littering/?action=showthema&themenbereich_id=502&thema_id=1535	kein Interesse
26	Zürcher Oberland	KEZO (Kehrrichtverwertung Zürcher Obelrand)	Claudia Lein, Zuständige Abfallunterricht, 044 938 31 25, claudia.lein@kezo.ch oder Herr Böni	"Trifsch...?"	?		Zuständige Person nicht mehr im Betrieb

ANHANG C

Erhebungsblatt: Anzahl und Art der gesammelten Abfälle

Datum	
Uhrzeit	
Gemeinde	
Name Pate/n	

Take-away-Verpackungen (ohne Getränke)	
Verpackung (z.B. Papier, Plastik, Alufolie)	
Schachtel (z.B. Karton, Styropor)	
Serviette	
Besteck (je Strich pro Besteckteil, z.B. Löffel)	
Kioskartikel (z.B. Papierli, Glacestängel, Kaugummi)	
Bruchstücke von Take-away-Verpackungen*	
Getränkebehältnisse	
Glas	
Alu-Dose	
Tetrapack	
PET-Flasche	
Kaffeebecher, Getränke-Beutel & weiteres	
Bruchstücke von Getränkebehältnissen*	
Zeitungen & Flyer	
Flyer	
Gratis-Zeitung	
Tages- und Wochenzeitung	
Magazine, Broschüren, etc.	
Zigaretten	
Stummel	
Verpackung	
Bruchstücke* (von Zigaretten und Verpackungen)	
Diverses	
Gross (z.B. Schuhe)	
Mittel (z.B. Nastücher)	
Klein (z.B. Trinkhalm)	
Anderes, Beschreibung:	

Bitte pro gesammeltes Abfallstück ein „Strichli“ in der jeweiligen Kategorie. Danke!

*Mehrere zusammengehörige Bruchstücke, die erkennbar vom gleichen Gegenstand sind, müssen Sie nicht einzeln zählen, sondern können insgesamt als ein Littering-Gegenstand gewertet werden.