

Evaluering af renholdelsesstrategi 2007

Baggrund

BR bevilgede i forbindelse med budgetaftalen for 2007 30 mio. ekstra om året til renhold i årene 2007-2009. Nærværende notat omhandler forvaltningens implementering af de delprojekter, udvalget godkendte i december 2006.

Det er et politisk mål, at København skal være blandt Europas reneste hovedstæder i 2009. For at nå dette mål er der som led i Renholdelsesstrategi 2007 identificeret en række områder, der vil løfte og synliggøre renholdelsen i byen. Initiativerne kan kategoriseres inden for de overordnede temaer:

1. Øget mekanisk renholdelse
2. Partnerskaber
3. Synlighed og kampagner.

I dette notat beskrives de aktiviteter, der er gennemført under hvert tema og der gøres status over erfaringer og de vigtigste læringer. Derudover opsummeres resultaterne af de effektmålinger, der er gennemført og der redegøres for de foreløbige overvejelser over indholdet i renholdelsesstrategi 2008.

1. Øget mekanisk renholdelse

Under temaet øget mekanisk renholdelse er der i 2007 gennemført følgende aktiviteter:

1. Renholdelse 7 dage om ugen
2. Ekstra tømning af affaldskurve i indre by og på udvalgte brogader
3. Opsætning af 450 ekstra affaldskurve
4. Jobtræning og integration.

1. Renholdelse 7 dage om ugen

På samtlige gader, pladser og cykelstier i indre by samt på brogader og øvrige gader i brokvartererne med forretnings-, forlystelses- og caféaktiviteter er der fra 1. april 2007 hhv. 1. juni indført fejning 7 dage om ugen.

Hverdage renholdes gaderne i indre by fra kl. 04-22. Det maskinelle renhold begynder på strøget kl. 04 og snappeholdene møder kl. 15.

Både lørdag og søndag er der 12-14 mand i city fra kl. 6.30 til 13.30. Snappehold møder kl. 13 - 21 som et basishold, hvor bl.a. alle A-kurve tømmes (kurve, der i sommerhalvåret tømmes 5-6 gange dagligt).

Erfaringer

På trods af en intens indsats især efter 1. juni opleves byen fortsat ikke som ren. Udførelsen skal være mere fleksibel fremover. Der skal mere fokus på arbejdsledelse, herunder motivering af det udførende personale.

Vigtigste læring

De eksisterende rutiner er ikke tilstrækkeligt effektive; når der er sygdom eller en maskine bryder ned, bliver vigtigste ruter ikke nødvendigvis taget, hvilket der skal gøres op med.

Det har desuden vist sig svært at finde varige mandskabsfaciliteter til den forøgede personalestyrke.

2. Ekstra tømning af affaldskurve i indre by

Fra 1. juni indførtes en ekstra tømning af de såkaldte A-kurve i indre by, således at de eksisterende 5 daglige tømninger blev suppleret med en ekstra i tidsrummet 11-12.30. Dette forventes især at være gældende for sommerhalvåret.

Erfaringer

Den ekstra tømning blev implementeret hurtigt og tilfredsstillende, og har fungeret godt sommeren over.

Vigtigste læring

Samtidig med rutinemæssig tømning af affaldskurven, skal øvrigt affald der ligger omkring kurven, samles op. De udførende medarbejdere skal fremover instrueres i dette, og der skal følges op på, om det sker i praksis.

En struktureret gennemgang af GPS-registreringen af affaldskurvenes fyldningsgrad vil kunne kortlægge, hvilke kurve, der er overflødige og skal flyttes/fjernes eller hvor der vil være behov for ekstra kurve.

3. 450 flere affaldskurve

Der er opsat ca. 450 nye affaldskurve i perioden april til oktober 2007 og ca. 400 kurve er genoprettet. Der er introduceret 3 nye kurvetyper: pizzakurven, orange "lilje"-kurv og en mobil "pariser"-kurv.

Erfaringer

Der har været forbilledligt samarbejde alle forvaltningsenheder imellem. Centrene har samarbejdet godt.

Vigtigste læring

Det har været svært for alle udførende led at følge trit med efterspørgselen. Det har været en udfordring at få KTKs smedeværksted til at nå de aftalte delmål. Endvidere har levering af selve affaldskurvene været ustabil.

4. Jobtræning og integration

20 jobsøgende har været igennem jobtræningsforløb i samarbejde med BIF, KTK og Center for Veje og Renhold. Forløbet har været sammensat af både praktik, jobtræning, og et løfte om en potentiel mulighed for ansættelse. I alt er 11 nye medarbejdere blevet fastansat.

Erfaringer

Processen med at få etableret de rigtige rammer for jobtræningsprojektet har været omkostningsfuld, men de yderste led i "fødekæden", mentees og mentorer har haft godt og frugtbart forløb. Mentorerne har hver haft en mentee tilknyttet, som er blevet støttet i en række opgaver og funktioner. Projektet blev den 12. december tildelt kommunens Mangfoldighedspris.

Vigtigste læring

Der er opnået en række synergieffekter af forløbet omkring mentee og mentor. Der er sket en øget værditilførsel i organisationen, som egentlig var utilsigtet. Strukturen skal understøttes i den nye organisationsstruktur.

2. Partnerskaber

1. Opgradering af fortovsrenhold
2. Partshøring om udvidet fortovsrenhold
3. Samarbejde med større grundejere og erhvervsdrivende

1. Opgradering af fortovsrenhold

Den eksisterende ordning fra 2005, hvor kommunen renholder fortove på de private grundejeres regning blev den 1. juli udvidet til renhold 7 dage/uge inklusive snapning af affald.

Erfaringer

Udvidelsen til renhold 7 dage/uge har tilsyneladende medført et fald af borgerklager. Dog modtages der stadig klager, hvilket understreger behov for kvalitetssikring af det udførte arbejde samt en øget fokusering på arbejdsrutiner.

Vigtigste læring

Internt i forvaltningen skal der fokuseres mere på intern kommunikation omkring delelementerne, eksempelvis håndtering af byggeaffald vs. daglig renhold. Endvidere skal borgerne løbende holdes orienteret omkring den til en hver tid gældende ordnings omfang og timing.

2. Partshøring om udvidet fortovsrenhold

Der er i efteråret gennemført en partshøring af en yderligere udvidelse af ordningen til at omfatte renhold af alle fortove i indre by.

Erfaringer

Partshøringen er forvaltningsteknisk gennemført korrekt og der er indkommet ca. 450 partsindlæg som behandles. Resultatet af partshøringen vil blive forelagt TMU i en indstilling den 23. januar 2008.

Vigtigste læring

Gennembearbejdet materiale i skriftlig form til borgerne, både i form af det der sendes direkte samt borgernes mulighed for selv at tjekke strækninger og udformning på arealerne i givet fald via en hjemmesideløsning, som kunne aflaste forvaltningens medarbejdere, da borgerne ville kunne betjene sig selv som en yderligere service.

3. Samarbejde med større grundejere, erhvervsdrivende m.fl.

Et af målene i renholdelsesstrategi 2007 var at etablere forpligtende samarbejder med større grundejere om byens renholdelse. Borgerne har svært ved at skelne mellem forskellige offentlige myndigheder og grundejeres rollefordeling i det offentlige rum, og stationsforpladser og fastfoodkæders del af det offentlige rum trækker meget ned i den samlede vurdering af renholdelsesniveauet i byen.

Ideen er at etablere samarbejder, hvor alle involverede er bevidst om deres egen rolle og ansvar for byens renholdelse, hvilket samlet set vil bidrage til at gøre København til en renere by.

Erfaringer

Der er i 2007 indledt et samarbejde med Center for Miljø i forhold til indsatsen omkring gratisaviser. Derudover er der i forbindelse med Ren By kampagnen indgået forskellige samarbejdsaftaler. De vil blive beskrevet nærmere i afsnit om kampagnen. Initiativerne på området er derudover sat på virksomhedsplanen for 2008. Bl.a. DSB, Metro, vognmænd, detailhandel, herunder samarbejde med fastfoodkæder og store grundejere.

Vigtigste læring

Det kræver en stor indsats, som forvaltningen ikke har haft resurser til i 2007, at etablere samarbejder med større grundejere m.fl.. Samarbejdsaftalerne skal følges op af direkte dialog med de involverede og et skærpet tilsyn.

3. Synlighed og kampagner

Under overskriften 'synlighed og kampagner' er der i 2007 sat følgende initiativer i værk:

1. Snappehold og strøgpatrulje
2. Ren By kampagne

1. Snappehold og strøgpatrulje

Den 1. april blev snappeholdet introduceret, og 1. maj strøgpatruljen. I hverdagene er de ekstra folk på gaden i tidsrummet 15-22, i weekends kl. 13-21.

Erfaringer

Det er afgørende for effekten i byrummet, at planlægningen af ruter mm. gøres så fleksibel som muligt, dvs. at ruteplanlægningen især i weekenden baseres på, hvor i byen, der er arrangementer eller lignende. Den fleksible løsning skaber en mere smidig drift.

Vigtigste læring

Øget fokus på arbejdstilrettelæggelse, -styring og -ledelse, og som en grundlæggende præmis for dette: klare retningslinier omkring prioriteringens af arbejdsindsatsen. Der skal fokus på borgerindmeldinger og opfølgning på disse.

Nye medarbejdere kan bidrage til ændring af arbejdskultur.

2. Ren by Kampagne

I begyndelsen af 2007 blev Ren By-kampagnen genfødt i en ny og anderledes udgave. Et nyt kampagnebureau, Magnetix, blev hyret til at gennemføre en samlet, holdningspåvirkende kampagne i årene 2007-09 under sloganet 'Det er en kunst at holde byen ren'.

Kampagneaktiviteterne har været spredt ud over det meste af perioden siden renholdelsesstrategien blev introduceret den 1. april.

Forud igangsætning af diverse kampagneaktiviteter er kampagnens grafiske udtryk blevet udviklet. Det gennemgående grafiske udseende er blå baggrund med en gul banan.

Kampagneprodukter

Der er blevet produceret følgende kampagneprodukter:

- Kampagnofilm - og ud fra den både en stumfilm og et radio-spot
- Sikkerhedsveste
- T-shirts
- 6 Skraldeskulpturer
- Kunstfolier til affaldskurve
- Katalog om kunstfolierne
- Hjemmeside for kunstfolier på www.renby.dk
- Gavlbannere
- Avisannoncer
- Små affaldsposer i Metroen
- Kunstbannere
- Plakater
- Lommeaskebægere
- Klistermærker til rullende materiel
- Klistermærker til sms-tjeneste på affaldskurve "Er jeg fyldt?"

Skraldeskulpturer og kampagnofilm/radiospot vil blive genbrugt som kampagneelementer i de kommende 2 år.

Samarbejdspartnere

For at udbrede ejerskabet til den rene by og kampagnens synlighed har forvaltningen etableret følgende samarbejder:

- AFA JCDecaux har udstyret sit personel med slogan-veste og sat slogan-klistermærker på deres rullende materiel.
- Clear Channel har vist stumfilm på Metroens perroner samt givet adgang til at hænge de små skraldeposer op i metrotogene.
- Dansk Reklame Film har vist kampagnofilm i 4 Nordisk Film Biografer
- DR har vist kampagnofilm i OBS
- Radio 100FM har afspillet radiospot
- Radio Energy har afspillet radiospot
- MetroXpress har bragt kampagneannoncer

- 91 cafeer, barer og restauranter er pt. behjælpelige med at uddele vores lommeaskebægere med slogan på; i alt er 12.000 lommeaskebægere blevet distribueret til beværtingerne.
- 32 københavnske kunstnere indvilgede - mod et mindre vederlag - i at stille et værk til rådighed for foliering af affaldskurve.
- 7-eleven, McDonalds og Nyhedsavisen har bidraget med hver kr. 25.000 som sponsorat til skraldeskulpturerne

Kampagnens effekt

I to uger i november er borgerpanelet blevet spurgt om deres oplevelse af kampagnen. Panelet skal melde tilbage på, hvorvidt de har bemærket kampagnen og i hvilket medie og er desuden blevet bedt om, hvorvidt de husker de enkelte kampagneelementer. Dette giver en indikation af effekten af kampagnen som helhed og hvilke kampagneelementer der skal sættes på fremover.

Det glade budskab er, at kampagnen er nået bredt ud til en meget varieret del af borgerne og brugerne af København. Endvidere har det vist sig, at kampagnen slår bedst igennem på gadeplan, hvilket vil sige at skraldeskulpturer, kunstfolier, film i metro, samt lommeaskebægere er blevet set i særdeleshed. Sidstnævnte skyldes måske også, at der var intens pressedækning af skod-eventen.

Det mindre glade budskab er, at de mange kampagneelementer ikke er blevet set i en sammenhæng, ej heller er budskabet om at ramme affaldskurven nødvendigvis blevet opfattet. Det har altså været svært for borgerne at sammenkæde fx skraldeskulpturer og kunstfolier med kampagnens budskab.

Vigtigste læring

Den eksterne læring er, at der i fremtiden skal udvikles på at få budskabet tydeligere frem, ligesom der skal skabes en rød tråd mellem kampagneelementerne.

Den interne læring er, at forvaltningen i samarbejde med forskellige partnere kan gøre meget på kort tid, men for at sikre optimal udnyttelse af både personalemæssige og økonomiske resurser, vil det være relevant med en detaljplanlægning af kampagnen, samt en risikovurdering af diverse kreative forslag.

Effektmåling

For at følge op på, om renholdelsesstrategien virker i praksis, har forvaltningen i 2007 gennemført effektundersøgelser i udvalgte gader.

Undersøgelserne, der bestod af en kvalitativ og en kvantitativ del, er gennemført med en 0-måling i slutningen af marts - inden strategiens indsatser blev påbegyndt - og 4 yderligere målinger i maj, juni, august og september.

Den kvalitative del er gennemført af Gallup, der på 10 udvalgte gader har spurgt borgere til deres vurdering af:

- renholdelsen det pågældende sted
- renholdelsen i Københavns centrum
- den meste generende affaldstype

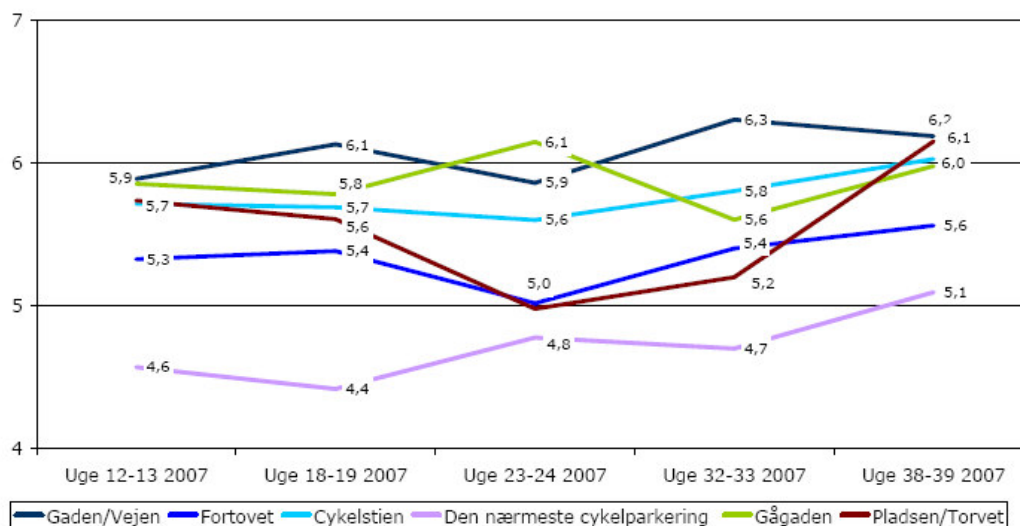
Den kvantitative undersøgelse er gennemført af Rostra Research som affaldsoptællinger på de samme 10 gadestrækninger.

Samlet set er resultatet af undersøgelsen, at affaldsmængden på målestrækningerne er faldet med 19 % fra 0-målingen i marts til den seneste måling i september.

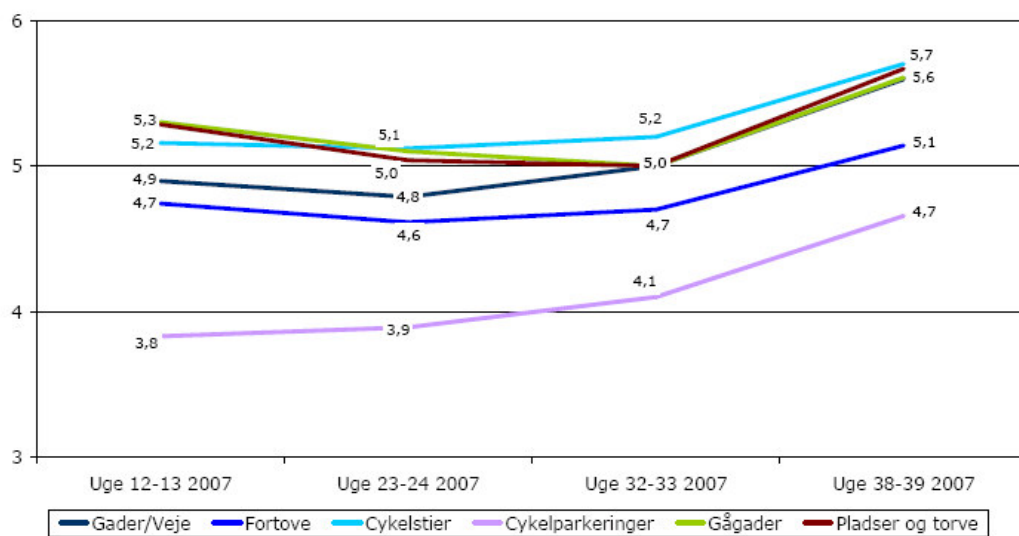
Samtidig er borgernes vurdering af renholdelsen både på det pågældende undersøgelsessted og vurdering af renholdelsen i Københavns centrum steget svagt, men ikke signifikant. Dette falder godt i tråd med forvaltningens erfaring med en vis forsinkelse i borgernes vurdering i forhold til tidspunktet for forvaltningens indsats.

De tre affaldstyper, som borgerne vurderer som mest generende, har i hele perioden været glas, hundelorte og cigaretskod i nævnte rækkefølge; med undtagelse af den seneste måling, der er gennemført efter at den nye rygelov trådte i kraft den 15. august. Ved denne måling kom cigaretskod ind på en klar førsteplads.

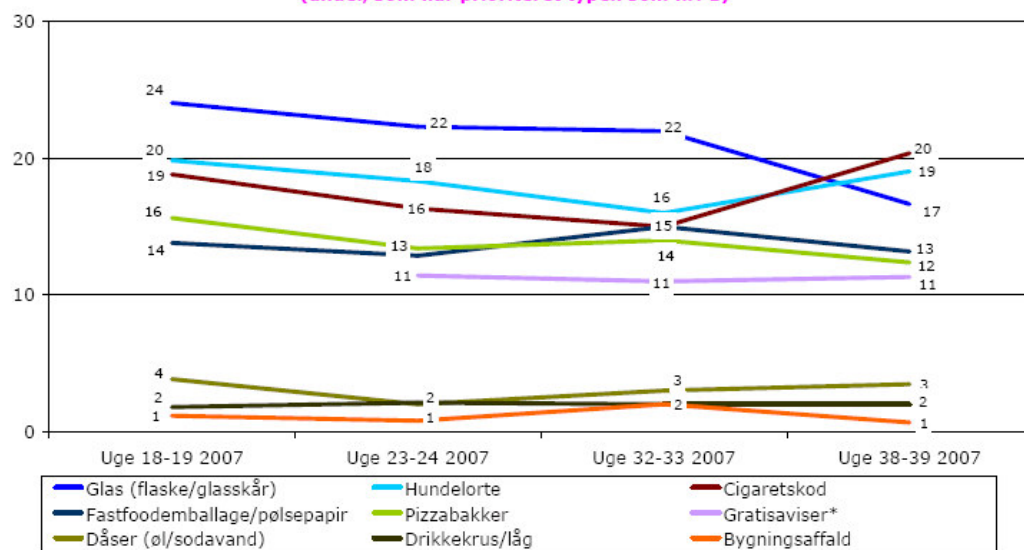
Gennemsnitlig vurdering af renholdelsen på 10 lokationer i Københavns centrum



Hvordan vil du vurdere renholdelsen af Københavns centrum med hensyn til:



3 mest generende affaldstyper
(andel, som har prioriteret typen som nr. 1)



*Der er ikke spurgt til gratisaviser i uge 18-19 2007

Affaldsoptælling - resultat

	Øster-brogade	Indre Nørre-bro	Nørre-brogade	Vester-brogade	Strøget	Købmager-gade	Kgs Nytorv	Gothers-gade	St. Kongens-gade	Amager-brogade	Total måling 5	Ændring (ift. måling 1)	Ændring i pct.
Pizzabakker	3	0	2	2	0	2	0	0	0	4	13	10	333%
Cigaretskod	2.821	981	1.070	1.456	908	1.289	700	1.349	958	2.673	14.205	-3.428	-19%
Drikkekrus	2	6	2	7	14	5	11	8	4	2	61	-91	-60%
Fastfood emballage	2	4	9	34	2	12	8	2	10	8	86	67	353%
Dåser	5	16	3	17	6	21	2	5	7	8	90	44	96%
Glas	13	23	18	3	6	4	9	16	6	8	108	-54	-33%
Bygningsaffald	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	-31	-94%
Frugt	23	4	6	17	3	16	0	2	5	25	101	-43	-30%
Papiraffald	15	431	147	12	145	36	51	65	61	233	1.196	-934	-44%
Kapsler	56	62	89	131	42	56	16	7	3	98	560	25	5%
Hundelorte	3	2	0	7	1	5	2	1	4	9	34	10	42%
Andet	488	0	22	89	2	78	2	12	12	201	906	643	244%
Total måling 5	3.431	1.529	1.368	1.775	1.129	1.524	802	1.469	1.070	3.265	17.362	-3.782	-18%
Ændring (ift. måling 1)	-2.475	185	-465	-736	-177	-976	-115	-634	-346	1.957			
Ændring i pct.	-42%	14%	-25%	-29%	-14%	-39%	-13%	-30%	-24%	150%			

Renholdelsesstrategi 2008

Det overordnede formål med renholdelsesstrategi 2008 er at gennemføre konkrete tiltag samt give retningslinier for, hvilke indsatser, der er nødvendige for at kunne nå det politiske mål om, at København i 2015 være den rene hovedstad i Europa.

Nedenfor opridses de foreløbige overvejelser om indholdet i renholdelsesstrategien for 2008. Forvaltningen vender tilbage med en indstilling herom i marts 2008.

Hovedelementer i strategi 2008

1. Ledelse af renholdelsesområdet, herunder tilsyn
2. Struktur - belastning - fleksibilitet
3. Arbejdstilrettelæggelse
4. Partnerskaber
5. Kampagner
6. Private fortove

1. Ledelse af renholdelsesområdet, herunder tilsyn

Problem:

- Der mangler kvalitetskontrol og opfølgning.
- Lederne fører ikke kvalitetskontrol. Der mangler systematik i ledelsen af renhold.

Handling:

- Fra uge 3 skal lederne føre logbog over udført arbejde.
- Tilsynsmedarbejdere skal være operative fra uge 3.
- Der skal være ledere på arbejde, når vi har medarbejdere på arbejde. Gælder også weekender.
- På sigt en renholdelsesvagtcentral med overblik via GPS systemet.

2. Struktur - belastning - fleksibilitet

Problem:

- Vi renholder ikke efter, hvor byen er mest belastet
- Vi renholder kun i begrænset mængde fleksibelt
- Vi er ikke gode nok til at effektmåle
- Der synes at mangle en klar kommunikation mellem Center for veje og Center for renhold i forhold til arrangementer.

Handling:

- Der ses behov for:
 - Grundrengøring
 - Sæson/aktivitetsafhængig renholdelse
 - Fleksibel renholdelse (snappere)
- 1. april indsættes yderligere et snappehold (12-15) medarbejdere.
- Dokumentation via affaldstællinger og Gallup gadeinterviews (som i 2007)

- Indsatsen styres via renholdelsesvagtcentral og ses i sammenhæng med øget tilsyn.
- Centeret tager initiativ til dialogen mellem Center for veje og Center for renhold for at etablere en oversigt over aktiviteter og arrangementer i byen, hvor der vurderes at være behov for en særlig renholdelsesindsats.

3. Arbejdstilrettelæggelse

Problem:

- Arbejdsrutiner er fastlåste. Der ses megen spildtid blandt andet i forbindelse med pauser.
- Anvendelse af maskinparken mangler fleksibilitet. For få medarbejdere til at betjene maskinerne.

Handling:

Der skal foretages en analyse af arbejdsprocesserne mhp. effektivisering. Omskolingsoversigt og evt. uddannelsesplan for medarbejdere.

4. Partnerskaber og myndighed

Problem:

Bedre renhold kræver også indsats fra særlige grundejere (DSB, Metro, 7-eleven, McDonald's, bygherrer etc.)

Handling:

- Center for renhold skal etablere særlige partnerskaber som er forpligtende. Der skal udarbejdes procedurer for udstedelse af påbud til grundejere/erhvervsdrivende, der ikke lever op til deres renholdespligt.
- Center for renhold skal være meget skarpere på at udstede påbud efter gældende lovgivning.

5. Kampagner

Problem:

- Bedre renhold kræver indsats fra brugere/borgere.
- Holdnings- og adfærsændring kræver langsigtet strategi. Vi skal påvirke primært børn og unge.

Handling:

- Center for renhold tager initiativ til, at kampagnedelen bliver tværorganisatorisk.
- Ren By-kampagnen skal forankres i forhold til den konkrete strategi.
- Fortsat anvendelse af skraldeskulpturer.
- Evt. invitere folkeskoleklasser ind til en rengøringsdag hvor de kan "tjene" penge til en evt. lejrskole.
- Vi skal gøre renhold mere synligt. Dette gøres ved en "store renholdelsesdag" i forår 2008.
- Vores medarbejdere skal være mere synlige i gadebilledet og skal kunne holdningspåvirke.
- Renholdelsesmedarbejdere på gaden arbejder sammen to og to

6. Private fortove

Problem:

- Renhold er ikke i brugerne/borgernes bevidsthed adskilt i grundejeransvar og kommunalt ansvar. Derfor giver det mening at overtage ansvaret fuldt ud i de byområder, hvor der er megen aktivitet i aften og nattetimerne, og derfor meget affald på bl.a. fortove om morgenen.
- Særligt vigtigt er det at når vi overtager ansvaret, så kan vi løse opgaven 100 %

Handling:

- Vi bør indledningsvis løse opgaven i et begrænset geografisk område.
- Vi kan løse opgaven fra 1. april 2008.