Das Biotonnen-Barcamp

Ergebnisbericht

Eine Fachveranstaltung zur Öffentlichkeitsarbeit für die Biotonne in Deutschland am 22. November 2019, im Rahmen des 13. Bad Hersfelder Biomasseforums

Zusammenfassung

Dass die Abfallberatung deutlich aufgewertet werden muss, war eines der zentralen Ergebnisse des Biotonnen-Barcamps in Bad Hersfeld, eine Fachveranstaltung zur Öffentlichkeitsarbeit für die Biotonne in Deutschland am 22. November 2019 im Rahmen des 13. Bad Hersfelder Biomasseforums, veranstaltet vom Projektbüro Aktion Biotonne Deutschland mit Sitz bei der Kommunikationsagentur .lichtl Ethics & Brands, in Kooperation mit dem Witzenhausen-Institut und dem Öko-Institut. Die Abfallberatung und Kommunikation zur Biotonne als elementare Erfolgsfaktoren für die Qualität und Menge des Bioabfalls, der in den Stoffkreislauf zurückgeführt wird, unterstrich auch Dr. Regina Dube, Abteilungsleiterin Wasserwirtschaft und Ressourcenschutz im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit in ihrem Eröffnungsvortrag zum Biotonnen-Barcamp. Weiter hob sie hervor, dass das Bundesumweltministerium daher im Rahmen des 5-Punkte-Plans für mehr Recycling und weniger Plastik die Aktion Biotonne Deutschland unterstützt, die als bundesweite Kampagne die Aufklärung zur Getrenntsammlung auf nationaler und lokaler Ebene ermöglicht. Darüber hinaus forderte Frau Dr. Dube, dass mit der aktuellen Änderung des Kreislaufwirtschaftsgesetzes die kommunale Abfallberatung, gerade mit Blick auf die getrennte Sammlung von Abfällen, ausgebaut werden muss.

Die Veranstaltung machte zudem klar, dass Abfallberatung und abfallwirtschaftliche Öffentlichkeitsarbeit schlagkräftiger und erfolgreicher wird, wenn sich die Kommunikationsfachleute in den öffentlich-rechtlichen Entsorgungsträgern (örE) horizontal mit anderen örE und vertikal mit landes- und bundesweiten Initiativen vernetzen. Speziell zur Kommunikation der getrennten Bioabfallsammlung bietet sich das wachsende bundesweite Netzwerk „Aktion Biotonne Deutschland“ an, das 2020 die Kampagne unter dem Motto „Deutschlands Biotonnen-Versprechen“ durchführen wird. Die Aktion möchte auch 2020 Bürgerinnen und Bürger sowohl auf die vollständige Sammlung der Bioabfälle in der Biotonne wie auch auf das saubere Sortieren der häuslichen Bioabfälle für die Biotonne aufmerksam machen und wird von Abfallwirtschaftsbetrieben, Entsorgern und Abfallämtern sowie nationalen Akteuren umgesetzt.

Das Resümee der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zum Barcamp bestätigte den Bedarf an mehr gemeinschaftlicher Zusammenarbeit und deren Nutzen: Vernetzung unter Kolleginnen und Kollegen aus der Abfallwirtschaftsbranche ist wichtig und ermöglicht nicht nur den Erfahrungsaustausch, sondern fördert auch das gemeinschaftliche Erarbeiten von Lösungen zu Herausforderungen, die letztlich in jeder Kommune vorkommen. So muss nicht jeder das Rad immer wieder neu erfinden, sondern kann in konstruktiver Atmosphäre von den Ideen und Impulsen fachkundiger Kolleginnen und Kollegen profitieren. Veranstaltungen wie das Biotonnen-Barcamp bzw. Formate zum persönlichen Austausch und der Vernetzung der Abfallberatung sollten regelmäßig stattfinden. Ebenso bewertete Hans-Peter Ewens, Leiter des Referats WR II 4 Bewirtschaftung von Siedlungsabfällen des Bundesumweltministeriums für

Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit, in seinem Abschlussfazit das Biotonnen-Barcamp als gelungene Fachveranstaltung. Er befürwortete zukünftig eine stärkere Initiierung und Nutzung der Vernetzung der Abfallwirtschaft und solcher dynamischen und innovativen Formate wie das Biotonnen-Barcamp.

Durchgeführt wurde das Biotonnen-Barcamp vom Projektbüro Aktion Biotonne Deutschland mit Unterstützung durch das Witzenhausen-Institut und Öko-Institut. Finanziert wurde die Fachveranstaltung durch das Bundesumweltministerium und das Umweltbundesamt.

Das Format „Barcamp“

Die Besonderheit des Biotonnen-Barcamps lag in dem für die Abfallwirtschaftsbranche neuartigen Veranstaltungsformat. Während die meisten Konferenzen und Tagungen der Branche eine gesetzte Agenda mit ausgewählten Referenten haben, geht es bei einem Barcamp in erster Linie um den Austausch und die Vernetzung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Die Themen, die bei dem Barcamp besprochen wurden, kamen von den Teilnehmern selbst. Zu Beginn der Veranstaltung stellten diejenigen, die einen konkreten Themenvorschlag hatten, ihre sogenannte „Session“ kurz vor. Anschließend wurden die Themen in eine Art „Stundenplan“ eingeteilt. Dabei fanden immer mehrere Sessions parallel statt. So entstand für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der größtmögliche Nutzen der Veranstaltung, da sie sich zu genau den Themen informieren und einbringen konnten, für die ein konkreter Eigenbedarf bestand. Im Rahmen des Biotonnen-Barcamps wurden folgende Sessions angeboten:

Zeitfenster	Raum 1	Raum 2	Raum 3
14.15 bis 15.15 Uhr	Bringsysteme & Kommunikation Stephan Müllers Abfallwirtschaftsbetrieb LK Ahrweiler	Bioabfallbeutel & der Handel Birgit Simon Abfallwirtschaftsbetrieb Wetteraukreis	Checkliste Bundesgütegemein-schaft Kompost (BGK) Dirk Henssen Selbstst. beratender Ingeni-eur im Auftrag der BGK e.V.
15.45 bis 16. 30 Uhr	Kontrollen & Kommunikation Stephan Müllers Abfallwirtschaftsbetrieb LK Ahrweiler	Biotonne in Großwohnanlagen Tanja Walter-Dunne .lichtl Ethics & Brands	Vernetzung der Abfallberatung Bernd Maibaum www.abfallberatung.de
16.45 bis 17.30 Uhr	Zukunftskonzepte Aktion Biotonne Deutschland Bianca König Projektbüro Aktion Biotonne Deutschland	Der Nutzen von Kompost als Kernbotschaft Michael Schneider VHE e.V.	Digitale Medien & Abfallberatung Anja Pittroff .lichtl Ethics & Brands

Zentrale Ergebnisse der Barcamp-Sessions

Die wichtigsten Erkenntnisse aus den Sessions für die Abfallberatung und Kommunikation zur Biotonne sind im Folgenden zusammengefasst.

<u>Bringsysteme & Kommunikation</u>

Es wurde deutlich, dass ein Umstieg von der Biotonne zu einem Bringsystem viel Kritik in der Öffentlichkeit und viele Beschwerden mit sich bringt. Dabei wurde erkannt, dass Social-Media-Kanäle diesbezüglich ein „heißes Pflaster“ sein können, weil dort die negativen Aussagen zur Biotonne schnell überwiegen. Deshalb wurde dieses Thema auch als Anlass genommen, um zu besprechen wie ein effektives Beschwerdemanagement zur Biotonne aussehen könnte. Um den Aufwand in so einem Fall für das Beschwerdemanagement überschaubar zu halten, wurde ein Forum auf der Website mit FAQs empfohlen.

Für das Bringsystem werden schlagkräftige Argumente benötigt, da die Bürgerkritik zum Großteil gut nachvollziehbar und schwer auszuhebeln ist: Beispielsweise werden konkrete und praktische Argumente angeführt, wie „die Benzinkosten für das Wegbringen des Bioabfalls stehen nicht im Verhältnis zu den Kosten für eine normale Biotonne“. Auch der

Umweltschaden durch die Anfahrt mit dem Auto zu den Sammelcontainern stünde nicht im Verhältnis zum Klimaschutz-Potenzial des gewonnenen Bioabfalls.

Aus der Praxis wurde berichtet, dass die begleitende Kommunikation zum Bringsystem sehr starken Personaleinsatz erfordert. In Ahrweiler gab es zum Beispiel eine Beratungs-Tour mit „Werbemobil“, Werbe-Videos für das Bringsystem, eine eigene Landingpage und eine Vielzahl von Bürgerberatungsgesprächen.

Bioabfallbeutel und der Handel

Als Einstieg in das Thema „Vertrieb kompostierbarer Biokunststoffabfallbeutel im Einzelhandel“ stellte der Abfallwirtschaftsbetrieb Wetteraukreis seine hierzu durchgeführten Maßnahmen vor. Ziel des Abfallwirtschaftsbetriebs ist es, die Zahl der kompostierbaren Bioabfallbeutel aus Kunststoffen in den lokalen Biotonnen zu reduzieren, weil diese dort als Fremdstoff aussortiert und dann anderweitig entsorgt werden müssen. Aus diesem Grund wurde der Einzelhandel gezielt angesprochen und über den Sachverhalt aufgeklärt. Im zweiten Schritt wurden dann die Bürgerinnen und Bürger informiert.

Im Erfahrungsbericht aus dem Wetteraukreis zeigte sich die REWE-Zentrale Mitte in Rosbach aufgeschlossen, Regalstopper an den Produkten in Filialen anzubringen, um die Bürgerinnen und Bürger darüber aufzuklären, welche Schwierigkeiten die Beutel in der Biotonne für die lokale Anlage bereiten. Das Thema wurde zudem über einen speziellen Flyer sowie Pressearbeit kommuniziert. Die Bürgerinformation, dass Bioabfallbeutel nicht genutzt werden sollen, wurde auch im Abfallkalender aufgenommen. Auf Grundlage dieses Best Practice sollen im Wetteraukreis nun weitere Handelsketten angesprochen werden. Für andere Kommunen, die diese Beutel ebenfalls nicht für die Bioabfallsammlung verwenden, können die Erfahrungen aus dem Wetterauskreis als Vorlage dienen, um Verbraucher direkt am Einkaufsort aufzuklären.

Checkliste Bundesgütegemeinschaft Kompost (BGK)

In dieser Session stellte die Bundesgütegemeinschaft Kompost (BGK) e.V. ihre neu erstellte Checkliste „Qualitätsmanagement sortenreine Bioguterfassung“ vor. Ziel war es, gemeinsam zu besprechen, inwieweit diese Checkliste als Hilfsinstrument für Abfallberaterinnen und -berater zur Strukturierung der Öffentlichkeitsarbeit zur Biotonne sinnvoll sein kann. Im gemeinsamen Diskurs wurden Optimierungen für die Liste erarbeitet.

Als Anregung wurde u.a. genannt, dass der Begriff „Checkliste“ irreführend ist und falsche Erwartungen wecken könnte. Besser würde sich z.B. der Begriff „Bestandsaufnahme“ eignen. Ebenfalls müssten bestimmte Begriffe deutlicher definiert werden.

Um diese „Checkliste“ für eine heterogene Zielgruppe nützlich zu machen, ist die BGK auf weiteres Feedback aus der Abfallberatung angewiesen. Der aktuelle Stand der „Checkliste“ kann auf Wunsch unter henssendirk@t-online.de angefordert werden. Voraussichtlich wird die Liste in der ersten Jahreshälfte 2020 final zur Verfügung stehen.

Kontrollen und Kommunikation

In dieser Session wurde ein konkretes Konzept und erste Erfahrungen mit der automatisierten Tourenverfolgung bei Biotonnenkontrollen vorgestellt. Die Kontrollen funktionieren in ländlichen Gebieten (hier Landkreis Ahrweiler) gut, insbesondere durch das sichtbare Signal der gelben und roten Karten. Die soziale Kontrolle durch die Nachbarschaft bestärkt das System und motiviert die Bürger sorgfältig zu trennen (niemand möchte sich vor den Nachbarn „die Blöße geben“, eine rote Karte erhalten zu haben).

Die Kontrollen bedeuten zwar höhere Kosten, stellten sich in Ahrweiler aber als effektive Maßnahme heraus: Erste quantitative Erfolge konnten in der Bioabfallverwertungsanlage bereits verzeichnet werden. Die qualitative Auswertung steht im Landkreis Ahrweiler noch aus.

Dabei ist der Aufwand für die Schulung der Kontrolleure und die Sicherstellung des Arbeitsschutzes vor allem bei häufig wechselndem Personal hoch. Die Sicherheitsmaßnahmen für das Personal hatten im Falle von Ahrweiler noch einen Optimierungsbedarf.

Biotonne in Großwohnanlagen

Die Gespräche und unterschiedlichen Erfahrungen zeigten, dass jede Großwohnanlage andere Herausforderungen in sich birgt und entsprechend andere Kommunikationsmöglichkeiten erfordert. Somit muss für jede Wohnanlage individuell entschieden werden, welche Maßnahmen sinnvoll sind und zur Bewohnerschaft passen. Ein allgemeingültiges Erfolgskonzept gibt es nicht.

Aus bestehenden Projekten wurde gemeldet, dass die Vermittlung der stofflichen Weiterverarbeitung von Bioabfällen und der Nutzen für den Klima- und Ressourcenschutz viel effektiver und dauerhafter wirken als die reine Aufklärung über die zulässigen Inputstoffe für die Biotonne.

Die persönliche Abfallberatung in Einzelgesprächen ist Hausflurplakaten, Flyern und Websites vorzuziehen, da sie viel gezielter und nachhaltiger ist. Deutlich wurde jedoch auch in der Diskussion, dass das individuelle Gespräch eine überdurchschnittlich aufwändige Maßnahme ist, wenn man die Pro-Kopf-Ausgaben in Euro zugrunde legt und sich an der erreichten Reichweite einer Kommunikationsmaßnahme orientiert.

Vernetzung der Abfallberatung

Besprochen wurde in dieser Session vor allem, über welche konkrete Plattformen oder Institutionen sich die Abfallberatung bundesweit regelmäßig, aber auch nach Bedarf entsprechend der in der Alltagspraxis auftretenden Fragen, austauschen kann.

Als wichtigste Form des Austauschs stand in den Augen der meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmer der regelmäßige persönliche Austausch im Rahmen von Tagungen, Barcamps oder Workshops. Hier können Erfahrungen am effizientesten ausgetauscht sowie gute Kontakte geknüpft werden.

Ein Teilnehmer stellte das bereits bestehende Onlineportal www.abfallberatung.de als ein Informations-Hub für die Abfallberater vor. Zudem wurde das soziale Netzwerk für Abfallberater „Orange im Netz“ mit ca. 200 Mitgliedern vorgestellt. Beide Ansätze wurden als sehr positiv bewertet, jedoch gab es auch Anmerkungen, um die Nutzung alltagstauglicher zu gestalten:

Zum Bespiel durch die Zuordnung von Schlagwörtern oder der Integration einer individuellen E-Mail-Benachrichtigung zu selbst zugewiesenen Schlagwörtern. Letzteres könnte die große Barriere zur Nutzung von online-Foren überwinden: So wurde immer wieder geäußert, dass aufgrund der hohen Arbeitsbelastung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abfallberatung und Öffentlichkeitsarbeit im Arbeitsalltag keine Zeit zur Verfügung steht, um aktiv in die Foren zu gehen und nach interessanten Themen zu suchen. Würde man jedoch durch eine E-Mail über einen neuen Beitrag oder eine Information zum selbst bestimmten Schlagwort informiert, könnten gezielt diese Information gelesen werden – in der Erwartung, dass hier eine Lösung oder Inspiration zu genau dem Problem aufgezeigt wird, das aktuell im Arbeitsalltag gelöst werden muss.

In Bezug auf die Unterstützung der eigenen Arbeit zu den verschiedenen Abfallthemen vor Ort durch überregionale und bundesweite Initiativen wurde vor allem der Wunsch geäußert, über die verschiedenen Maßnahmen rechtzeitig bereits im Vorjahr informiert zu werden. Nur so könnten diese dann im eigenen Programm berücksichtigt und mit den eigenen Maßnahmen abgestimmt werden. Hier wurde konkret ein bundesweit zentraler Kampagnenkalender im Internet angeregt, der eine Übersicht zu den überregionalen Initiativen geben sollte. Daran könnten sich dann die lokalen Fachleute orientieren und ihre Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit den externen Angeboten planen.

Zukunftskonzepte Aktion Biotonne Deutschland

Ziel dieser Session war es, Anregungen, Wünsche und Kritik seitens der Abfallberatung an dem Netzwerk und der Kampagne Aktion Biotonne Deutschland gemeinsam herauszuarbeiten. Kurzfristig ging es um die Aktionswochen 2020; langfristig sollte gemeinsam besprochen werden, wie sich die bundesweite Initiative strategisch ausrichten muss, damit die kommunale Abfallberatung und die getrennte Bioabfallsammlung allgemein einen größtmöglichen Nutzen erfährt.

Entsprechend wurde zunächst die Aktion 2020 „Deutschlands Biotonnen Versprechen“ vorgestellt und gezeigt, wie diese Mechanik die eigene Öffentlichkeitsarbeit zur Biotonne vor Ort ergänzen kann. Mehr Infos hierzu unter www.ab-kommunen.de.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer äußerten auch in dieser Session den Wunsch nach mehr Überblick und Koordination (ggf. auch Verzahnung) der verschiedenen Biotonnen-Kampagnen und Aktionen. Als weiterer Bedarf wurde unterstützendes Material für Social Media (Textvorlagen und Bilder) angemeldet. Die Materialien sollten außerdem so angelegt sein, dass sie über die Aktionswochen der Aktion Biotonne Deutschland hinweg – für einen möglichst langen Zeitraum – genutzt werden können. Dies hätte v.a. den Vorteil, dass Aktionen nicht ausschließlich während der Aktionswochen, sondern ggf. auch in einem späteren Zeitraum umgesetzt werden könnten.

Der Nutzen von Kompost als Kernbotschaft

Da in der Praxis der Abfallberatung thematisch und inhaltlich bei der Biotonne immer wieder die erlaubten Abfälle im Mittelpunkt stehen, interessierte es die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, welche Überzeugungskraft der aus den Bioabfällen hergestellte „Kompost“ bei den Bürgerinnen und Bürgern entwickeln kann. Hierzu wurden folgende Überlegungen geäußert:

Im Gegenzug zum Begriff „Biotonne“ ist der Begriff „Kompost“ positiv besetzt und bietet sich für eine strategisch kluge Kommunikation zur Biotonne an.

Der Nutzen bzw. die Weiterverarbeitung von Bioabfällen ist für den Bürger im Vergleich zu anderen Abfällen besonders erklärungsbedürftig, weil das „Recyclingprodukt“ nicht identisch mit dem Abfallmaterial ist, sondern eine „große Umwandlung“ stattfindet: So wird aus Glas wieder Glas, aus Papier wieder Papier, aus Metallen ein Recyclingprodukt aus Metall, aber aus so „vielfältigen“ und unterschiedlichen Bioabfällen, wie Bananenschalen, Kaffeesatz, Gemüseputz, Spaghetti-Resten oder Eierschalen, wird ein erdähnlicher Kompost – ein hochwertiges Erzeugnis, das mit dem Ausgangsstoff gar nichts gemein hat. Noch weiter entfernt vom Ausgangsmaterial ist in der Vergärungsanlage das zusätzlich gewonnene Produkt „Biogas“ als erneuerbare Energie für die Strom- und Wärmeerzeugung. Der Transfer für Verbraucherinnen und Verbraucher ist bei Bioabfall und seinen daraus entstehenden Erzeugnissen besonders anspruchsvoll. Deshalb herrscht auch häufig der Irrglaube, dass Bioabfall reiner „Müll“ ist und einfach nur in der Müllverbrennungsanlage entsorgt wird. Der Sinn, Bioabfälle von Restabfällen zu trennen, ist somit nicht direkt einleuchtend.

Um dies zu ändern, sollte sich die Kommunikation zur Biotonne verstärkt auf die hochwertige stoffliche Verwertung von Bioabfällen und die Verwendung der daraus hergestellten Komposte als Düngemittel und zur Bodenverbesserung (Humuserhalt) sowie die Substitution beispielsweise von mineralischem Dünger und Torf konzentrieren und nicht nur auf die reine Aufklärung über die zulässigen Inputstoffe für die Biotonne. Es wurde die These aufgestellt: Sobald den Bürgerinnen und Bürgern deutlich wird, was aus Bioabfällen für welchen Einsatzzweck hergestellt wird, würde sich Qualität und Menge des Bioabfalls verbessern.

Digitale Medien & Abfallberatung

Das Interesse an Social Media und der Wille, die sozialen Netzwerke für die Kommunikation zu nutzen, war bei den meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmern vorhanden. Es zeigte sich jedoch, dass trotz des großen Interesses die Umsetzung als problematisch eingestuft wurde. Als Hauptgründe wurden genannt, dass wichtige Ressourcen wie Personal, Zeit und Budget häufig nicht vorhanden sind sowie das spezielle Know-how und Handwerkszeug zum Umgang mit Social Media in vielen Fällen fehlten.

Diskutiert wurde zudem, inwiefern die Abfallberatung auf die Social Media Manager zurückgreifen können, die beispielsweise die Kanäle der Stadtverwaltung betreiben. In vielen Fällen läuft die Social-Media-Kommunikation tatsächlich über die Pressestelle der Stadt, deren Themen-Priorisierung jedoch meistens nicht auf dem Schwerpunkt Abfallberatung liegt. Durch interne Regelungen sind eigene Kanäle für die Abfallberatung vielerorts gar nicht gestattet, z.B. aufgrund von Vorbehalten gegenüber Bürgerbeschwerden und dem damit verbundenen hohen Aufwand des Community-Managements.

Blogger Relations wurden als interessanter Zusatz bewertet. Hier fehlt jedoch oftmals der konkrete lokale Bezug; jede Kommune hat beispielsweise eigene Regeln, welche Abfälle in die

Biotonne dürfen und welche nicht. Da die Blogger meist auf nationaler oder zumindest überregionaler Ebene kommunizieren, sind sie nicht immer für die lokale Abfallberatung geeignet. Blogger Relations anzubahnen und zu pflegen stellt die Abfallberatung zudem vor das Finanzierungsproblem.

Als tatsächlicher Mehrwert gilt eine – optimalerweise lokal individualisierbare – App, die den Bürger im Alltag über die richtige Abfallentsorgung aufklärt, welche als Ergänzung zur persönlichen Abfallberatung eingesetzt werden könnte. Die App könnte an Abfuhrtermine erinnern, Abfallarten und deren Entsorgungswege darstellen bzw. über Fotoerkennung den richtigen Entsorgungsweg für fotografierte Abfälle anzeigen. Hier stellt sich jedoch die Frage, wer dies umsetzen und bezahlen soll und wie sich dies auf die lokale Ebene herunterbrechen lässt.

Fazit: Aufwertung der Abfallberatung und mehr Vernetzung notwendig

In zu vielen Abfallwirtschaftsbetrieben konzentriert sich die Geschäftsleitung auf verfahrenstechnische, logistische und finanztechnische Aspekte der Abfallverwertung und vernachlässigt den Kommunikationsfaktor, weil dieser als „weicher Faktor“ kaum messbar ist. Dabei spielen die Abfallberatung und abfallwirtschaftliche Öffentlichkeitsarbeit eine bedeutende Rolle, um die Ziele der Kreislaufwirtschaft zu erreichen. Mit 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmern und einem intensiven Austausch war die Veranstaltung ein Erfolg und erfüllte die Zielsetzung, einen Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch zu initiieren und gemeinsam mit den Teilnehmern herauszuarbeiten, wie die Abfallberatung in Deutschland weiterentwickelt werden kann. Das Barcamp-Format erwies sich als eine effektive Methode, um Meinungen und Anregungen möglichst vieler Teilnehmerinnen und Teilnehmer in verschiedene Prozesse integrieren zu können. Für diesen Themenbereich ist das Barcamp somit einer gesetzten Vortragsreihe durch verschiedene Referenten mit anschließender kurzer Diskussion überlegen. Insofern konnte dieses Projekt zu einer Verbesserung der Abfallberatung beitragen, was sich wiederum in einem verbesserten Sortierverhalten der Bürgerinnen und Bürger auswirken sollte. Mittel- und langfristig könnten dadurch mehr und sortenreinere Bioabfälle aus der Biotonne für eine hochwertige Behandlung bereitgestellt werden. Eine Wiederholung des Barcamps Biotonne wird derzeit vom Veranstalter geprüft.

Kontakt

Projektbüro Aktion Biotonne Deutschland
c/o .lichtl Ethics & Brands GmbH

Dr. Martin Lichtl
Tel.: 06192 975 92-82
E-Mail: martin.lichtl@lichtl.com

Informationen für Kommunen unter www.ab-kommunen.de
Informationen für Verbraucher unter www.aktion-biotonne-deutschland.de

Informationen zur Kommunikationsagentur .lichtl Ethics & Brands unter www.lichtl.com