

cleanffm ♥

**Mehr Sauberkeit.
Mehr Lebensqualität.
Mehr Frankfurt.**



Februar 2021

Inhalt

3 1. Ausgangslage,
Hintergründe & Studien

5 2. Ideen & Ziele

7 3. Konzeption

9 4. Innovationen

10 5. Frankfurt Cleanup

11 6. Erfolge



Ausgangslage, Hintergründe und Studien

CLEAN FACT #1

Durchatmen! Wussten Sie, dass mit dem Geld, das Frankfurt jährlich für die Müllentsorgung ausgibt, tausend neue Bäume gepflanzt werden könnten?

BACKGROUND CHECK

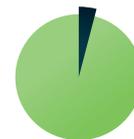
Vom Budget für die Grünflächenunterhaltung – das im Wesentlichen für die Pflege von Grünanlagen, von Bäumen und von Spielplätzen vorgesehen ist – werden derzeit circa 25 Prozent, das sind rund 2,4 Mio. Euro, für die Reinigung der Grünanlagen und die Entsorgung des Abfalls verwendet. Mit diesem Betrag könnte die Stadt zum Beispiel 1.000 neue Bäume pflanzen. Bäume, die heiße und trockene Sommer in der Stadt erträglicher machen.

Für eine attraktive Stadt, eine hohe Lebensqualität und ein gutes Gemeinschaftsgefühl sind wir alle gleichermaßen verantwortlich: Verwaltung, Politik, Wirtschaft, Einwohner*innen, Pendler*innen und Besucher*innen. Mehrere Studien belegen jedoch, dass Menschen aller Altersgruppen und aller sozialen Schichten ihre Zigarettenkippen oder Verpackungsabfälle einfach fallen lassen, obwohl der nächste Abfall-eimer nur wenige Schritte entfernt ist. Dieses Verhalten nennt man Littering.

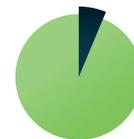
Eine 2016 in Auftrag gegebene Studie zum Littering-Verhalten und potenziellen Interventionsmaßnahmen kam zu dem Ergebnis, dass vor allem junge Erwachsene (21–30 Jahre) für Littering verantwortlich sind. Jugendliche (bis 20 Jahre) belegen den 2. Platz. Die Studie zeigt überdies, dass Littering sich nur in den seltensten Fällen (6 Prozent) auf einen Mangel an Entsorgungsmöglichkeiten zurückführen lässt. Zu den Hauptbeweggründen zählen hingegen Bequemlichkeit, Gleichgültigkeit und ein mangelndes Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Umwelt.



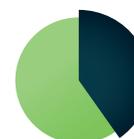
Hauptbeweggründe beim Littern sind:



Faulheit und Bequemlichkeit



Gleichgültigkeit



Mangelndes Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Umwelt



Als geeignete Interventionsmaßnahmen werden humorvolle Kampagnen empfohlen. Denn eine lockere Ansprache hat laut aktueller Erkenntnisse einen signifikant größeren positiven Effekt als eine autoritäre und belehrende Kommunikation. Letztere stößt überwiegend auf Ablehnung. Zudem sollten die Themen „Umwelt“ und „Nachhaltigkeit“ berücksichtigt werden. Denn in diese Bereiche fallen die negativen Folgen des Littering-Verhaltens. Und die entsprechenden Informationen können genutzt werden, um eine Kampagne emotional zu unterfüttern und eine intrinsische Motivation für ein gesellschaftliches Umdenken zu initiieren.

Humor und Relevanz: Das sind also die wichtigsten Kriterien bei der inhaltlichen und visuellen Ausrichtung einer Anti-Littering-Kampagne. Vor allem jüngere Menschen erreicht man mit Inhalten, die an ihre konkrete Lebenswelt anknüpfen. Eine Korrelation, die sich auch in der Mediennutzung widerspiegelt: Die sozialen Medien sind heute integrale Bestandteile des Alltags der meisten jungen Erwachsenen. Und die entsprechenden Plattformen stellen wichtige Kommunikationskanäle für eine Sauberheitskampagne bereit.

CLEAN FACT #5

Heiße Hochstapler! Wussten Sie, dass der Stapel aller in einer Stunde weggeworfenen Coffee-to-go-Becher Deutschlands mit Leichtigkeit den Gipfel der Zugspitze überragen würde?

BACKGROUND CHECK

Nach Berechnungen der Deutschen Umwelthilfe werden deutschlandweit rund 2,8 Milliarden Coffee-to-go-Becher pro Jahr verbraucht. Stellt man diese mit den dazugehörigen Plastikdeckeln aufeinander, entsteht ein 300.000 km hoher Turm. In Form einer Kette ließe sich die Erde damit mehr als sieben Mal umrunden. Bundesweit fallen pro Stunde 320.000 Coffee-to-go-Becher an.

Ideen & Ziele

Miteinbeziehen statt belehren

Feldstudie: Verringerung der Littering-Menge unter Einsatz von Anti-Littering-Maßnahmen mit der Tonalität: humorvoll, autoritär und umweltorientiert

58,3 %

Humorvoll

63,9 %

Umweltorientiert

25,0 %

Autoritär

Auf der Basis dieser Erkenntnisse adressiert die deutschlandweit in ihrer Art, Ansprache, Tonalität und Ausrichtung einmalige Marke und Initiative #cleanffm seit ihrem Start im Sommer 2017 alle Informationen, Maßnahmen und Ziele rund um das Thema »Saubere Stadt« auf positive, humorvolle und animierende Art und Weise. Darüber hinaus ist #cleanffm eine dialogorientierte Initiative. Die Marke soll alle interessierten Menschen einbeziehen, statt sie zu belehren. Sie soll die Menschen motivieren, selbst aktiv zu werden, statt auf die Lösung der Probleme durch die Kommune zu warten.

Darum stehen im Zentrum der Sauberkeitsinitiative der Aufbau einer #cleanffm Community und die Umsetzung konkreter Maßnahmen. Diese beiden Grundpfeiler bilden bei #cleanffm die Basis für den besonderen Medienmix. Die konkreten Offline-Maßnahmen umfassen dabei nicht nur neues Material, sondern auch neues Personal und neue Dienstleistungen.



DIE MASSNAHMEN IM ÜBERBLICK

Sichtbarer

Knallgrün und nicht zu übersehen! 1.000 neue #cleanffm Mülleimer fordern uns alle täglich dazu auf, unseren Müll ordentlich zu entsorgen. Beim Flanieren am Main. Beim Spazieren im Park. Beim Gang durch die Stadt. Überall sind die neuen Abfallbehälter zur Stelle und machen uns klar, dass wir unser Verhalten optimieren sollten.



Aktiver

Mehr Touren, mehr Manpower, mehr Austausch. Wir gehen's an: Unsere Mülleimer werden häufiger geleert, und wir schicken an den Wochenenden 11 zusätzliche Reinigungskräfte los. Außerdem gehen 28 #cleanffm Sauberkeitsbotschafter*innen in der Stadt offen und locker auf Passant*innen zu, um zu informieren – und um zuzuhören.

Direkter

Die Clean Facts bringen uns zum Schmunzeln und Nachdenken. Die ebenso aufschlussreichen wie humorvollen Fakten rund um die Themen „Müll“ und „saubere Stadt“ sind unter anderem auf unseren grünen Mülltonnen in ganz Frankfurt zu lesen. Sie erinnern uns täglich daran, dass wir alle für den Wohlfühlfaktor Sauberkeit in unserer Stadt mitverantwortlich sind.



Informativer

#cleanffm ist überall da, wo was los ist: Bei vielen wichtigen Veranstaltungen in Frankfurt sind wir präsent und informieren alle, die es wissen wollen, darüber, wie sie mitmachen und anpacken können. Und die Community wächst.

Präsentier

Offen für alle! #cleanffm sorgt mit starken Angeboten für ein großes Interesse am Thema „Littering“ innerhalb der Stadtgesellschaft. Zum Beispiel beim #cleanffm Stammtisch und den Putz- und Aufräumaktionen am Mainufer. Bei allen Aktionen und Treffen sind Interessierte immer herzlich willkommen.

Konzeption

#cleanffm stellt den Community-Gedanken klar in den Vordergrund. Und die #cleanffm Community findet ihr Zuhause vor allem in den Netzwerken der sozialen Medien. Diese Auftritte waren von Anfang an ein Kernbestandteil der Initiative. Facebook, Instagram und Twitter: Auf diesen Plattformen diskutieren und adressieren die Mitglieder der Gemeinschaft das Thema „saubere Stadt“. Und sie entwickeln ein neues Bewusstsein für sich sowie ihr gesamtes Umfeld, um bewusster und nachhaltiger mit dem Thema „Abfall“ umzugehen.

#cleanffm nutzt die sozialen Medien dynamisch und interaktiv für die eigenen Markenbotschaften. Die Initiative bietet so ein ganzheitliches Markenerlebnis, flankiert von konkreten Offline-Maßnahmen. So wird die Sauberheitskampagne in der



Kommune und über die Stadtgrenzen hinaus immer bekannter und präsenter. Der Markenname #cleanffm beschreibt einen Zustand als Ziel und übt als Aufforderung positiven Druck auf die Mitglieder der Community aus.

Im Zuge der dynamischen Entwicklung dieser Community können die Frankfurter*innen ihre Verantwortung für eine saubere Stadt Schritt für Schritt annehmen. Sie entwickeln außerdem ein zunehmendes Bewusstsein für das Grundthema und können ihr Verhalten schrittweise ändern. Alle #cleanffm Maßnahmen sind also auch Identifikationsangebote: Über die Marke werden die Verbindungen der Menschen innerhalb der Community und deren Beziehung zur Stadt gestärkt. Die Liebe zur Stadt spielt dabei eine ebenso wichtige Rolle wie das Wissen über die Auswirkungen von Littering.

CLEAN FACT #11

Quick & dirty! Wussten Sie, dass die Beziehung deutscher Frauen und Männer mit einer Plastiktüte gerade einmal 25 Minuten andauert?

BACKGROUND CHECK

Wir leben in einer Welt aus Plastik. Kunststoffe haben zahlreiche fantastische Eigenschaften: Sie sind leicht, hygienisch, langlebig usw. Sie werden aber häufig aus fossilen Ressourcen wie Erdöl hergestellt, die nicht unendlich zur Verfügung stehen. Zudem haben viele Gegenstände aus Plastik eine sehr kurze Lebensdauer. Bei einer Plastiktüte sind es laut Deutscher Umwelthilfe im Schnitt etwa 25 Minuten. Pro Kopf nutzen wir heute übrigens doppelt so viele Plastikverpackungen wie noch vor 20 Jahren.





Sauberkeitsbotschafter*innen

Ein knallgrünes Shirt, eine positive Art, eine direkte Ansprache und ein offenes Ohr: Unsere Sauberkeitsbotschafter*innen sind in Frankfurt unterwegs, um mit Passant*innen über eine saubere Stadt zu sprechen, Tipps zu geben und tolle Give-aways zu verteilen.



Lust auf einen sinnvollen Job? Werde jetzt Sauberkeitsbotschafter*in und sende deine Bewerbung an:

smile@cleanffm.de

Stammtisch

Einmal im Monat kommen Community-Mitglieder zusammen, um über die Chancen und Perspektiven sowie mit dem Littering verwandte Themen zu diskutieren. Aufhänger ist meist ein spannendes Rahmenthema. Und nicht selten geben Expert*innen Einblicke in interessante und aktuelle Themen.



Putzaktionen

Unsere #cleanffm Putzaktionen bringen die Community zusammen. Gemeinsam räumen wir einmal jährlich im ganz großen Rahmen die Stadt auf – beim Frankfurt Cleanup. Und auch im kleineren Umfang befreien wir im Rahmen von Aufräumaktionen das Mainufer, die Grünanlagen und Parks sowie zahlreiche weitere Orte von wildem Müll. Alle können mitmachen.



Social Media

Bei Instagram, Twitter und Facebook präsentieren wir informative, spannende und unterhaltsame Inhalte. Unsere Präsenzen in den sozialen Medien bilden die Herzstücke der Initiative. Und durch die Interaktion der Community mit #cleanffm sowie die Kommunikation der Mitglieder untereinander wächst die #cleanffm Community konstant weiter.



Innovationen

#cleanffm ist nicht nur eine Initiative, die sich aus der Mitte der Stadtgesellschaft heraus entwickelt. Die Marke versucht auch, immer vorzudenken und vielversprechende Ideen und Aktionen zu unterstützen.

So haben wir zum Beispiel, in enger Zusammenarbeit mit der FES, die Gum Walls in Frankfurt etabliert. Eine Gum Wall bildet den Kern eines Pilotprojekts, das sich mit dem Kaugummi-Littering auseinandersetzt. Diese kreativen Kaugummifänger laden mit aufgedruckten Emojis Passant*innen ein, Kaugummis aufzukleben, statt sie auf den Boden zu spucken. Eine humorvolle Art der Entsorgung, die nicht nur den Effekt hat, dass weniger Kaugummis auf dem Boden landen. Deren Entfernung ist schließlich mit viel Aufwand verbunden. Die innovative Maßnahme lenkt auch die allgemeine Aufmerksamkeit auf das Problem und dessen Lösung: Kaugummis gehören in den Mülleimer! Oder an die Gum Wall!

Aufmerksamkeitsstark und effektiv sind auch unsere Meinungsfilter. Die sorgen dafür, dass Raucher*innen ihre Kippen nicht mehr auf den Boden und in die Gegend werfen, sondern in eine Abstimmungskiste. Und das geht ganz einfach und macht Spaß: „Schafft es die Eintracht in diesem Jahr in die Champions League?“ Jetzt Kippe einwerfen und abstimmen. Viele, zum Teil



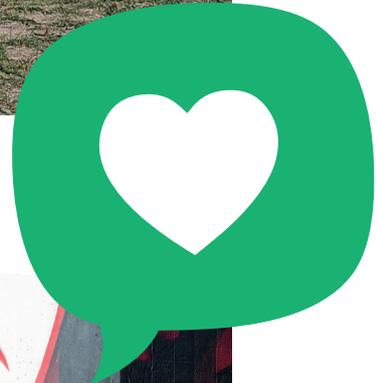
humorvolle Fragen mit lokalem Bezug machen die Abstimmungen zur unterhaltsamen Möglichkeit, Zigarettenstummel loszuwerfen. Und noch ein innovativer Ansatz verhilft Frankfurt zu mehr Sauberkeit: Durch die Zusammenarbeit mit bikuh, einem Unternehmen, das sich für klimafreundliche Werbung und Fortbewegung einsetzt, indem es Fahrradfahrer*innen und Werbepartner*innen zusammenbringt, sieht man in Frankfurt immer mehr Drahtesel mit grünen Radscheiben und #cleanffm-Emojis. Ebenfalls ganz in Grün, mit humorvollen und interessanten Gestaltungselementen und Fakten versehen, fährt eine #cleanffm Straßenbahn durch Frankfurt und wirbt für die Initiative.



Frankfurt Cleanup

Ein wichtiger und sehr erfolgreicher Event ist der Frankfurt Cleanup – eine große stadtweite Putzaktion, die seit 2019 einmal im Jahr stattfindet. Beim zweitägigen Event im Jahr 2020 sammelten über 2.300 engagierte Teilnehmer*innen Müll und räumten die Stadt auf. Insgesamt hatten sich 155 Gruppen angemeldet und 38 von 46 Stadtteilen waren mit dabei! So konnten wir alle gemeinsam Frankfurt von 3,59 Tonnen wildem Müll befreien. Und mittendrin statt nur dabei war die Eintracht mit sportlicher Tatkraft und als zusätzlicher Motivator für alle, die mit angepackt haben.

Nicht nur beim großen Frankfurt Cleanup setzen wir als Community ein Zeichen – auch bei kleineren Putzaktionen sorgen wir gemeinsam für mehr Sauberkeit und räumen zum Beispiel Wiesen und Wege in Parks und am Mainufer auf. Seid dabei! Alle Termine findet ihr unter cleanffm.de/events.



Erfolge

Als eine in der Stadt etablierte Marke und Kampagne kann #cleanffm inzwischen auf einigen unterschiedlichen Ebenen große Erfolge nachweisen:

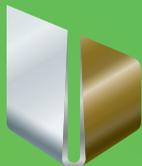
30%

Bereits über 30 % der befragten Frankfurter*innen kennen den Auftritt der Sauberkeitsmarke.

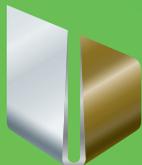
*Ergebnis einer Studie im Rahmen einer Masterarbeit



Über 20 Prominente supporten #cleanffm und erzählen in kurzen Video-Statements von ihrer Liebe zur Stadt. So helfen sie, Aufmerksamkeit und Reichweite zu generieren und sorgen ebenfalls für eine positive Verstärkung.



german
brand
award
19
special



german
brand
award
19
winner

#cleanffm konnte 2019 zwei German Brand Awards gewinnen und wurde zur nachhaltigsten Marke Deutschlands gewählt.



Partner*innen wie die FES bekennen sich zu #cleanffm und werben für mehr Sauberkeit, mehr Lebensqualität und mehr Frankfurt.



Insgesamt unterstützen 45 Unternehmen, Betriebe und Initiativen die Marke.

#cleanffm

Stadt Frankfurt am Main
Stabsstelle Sauberes Frankfurt

Claudia Gabriel

T 069 212-40013

E claudia.gabriel@stadt-frankfurt.de

Betreuende Agentur:

site-works AG

Vanessa Schaab

T 069 9510950-0

E v.schaab@site-works.de

www.cleanffm.de

www.cleanffm.de/presse