





### Rahmenbedingungen, Ziele und Instrumente der Evaluation

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

Hierzu wurden

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

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

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

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

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

## Instrumente der Evaluation

### Bürgerbefragung

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

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

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

28 Die Ergebnisse können den ausführlichen Dokumentationen im Anlagenband „Evaluationsdokumente“ entnommen werden: [www.stadt-koeln.de](http://www.stadt-koeln.de)  
29 ebenda

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

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

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

### Multiplikatoren-Befragung

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

Gegenstand der Befragungen waren u. a. Aspekte wie:

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

Von den befragten Multiplikatoren

➤ lebten im Projektgebiet	17%
➤ arbeiteten im Projektgebiet	71%
➤ engagierten sich im Projektgebiet	61%
➤ engagierten sich im Sauberkeitsprojekt	34%

## Logbuch „Berliner 67“

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

- Grund des Besuchs
- Gesprächsdauer
- Aktivitäten der „Berliner 67“
- Angaben zu Besuchern<sup>30</sup>
- Kommentare

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

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

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

<sup>31</sup> zum Aufbau des Logbuches s. Anlagenband „Evaluationsdokumente“ a. a. O.

<sup>32</sup> vgl. weitere Informationen zu INFA-DSQS (INFA-Data-Services zur Qualitätssicherung in der Straßenreinigung) unter [www.infa.de](http://www.infa.de)

<sup>33</sup> vgl. Breer, 2007

## Sauberkeitsmessung der AWB

Die Messung von Sauberkeit bzw. Verschmutzungen erfolgt in Köln durch die AWB unabhängig vom Projekt „Hallo Nachbar“ bereits seit vielen Jahren mittels Handheldgeräten (PDA) mit dem System INFA-DSQS<sup>32</sup>. Die Messungen erfolgen durch geschulte Mitarbeiter, die sich regelmäßig in Ringversuchen „eichen“, um möglichst objektivierte Ergebnisse trotz subjektiver Wahrnehmung<sup>33</sup> zu erreichen. Dabei helfen den Bewertern Beispiefotos von Verschmutzungsvorkommnissen, die den Schulnoten 1 bis 5 zugeordnet sind.

Bewertet werden in Köln durch die AWB folgende Vorkommnisse:

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

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

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

## Weitere Indikatoren

In einem Projekt der AWB wurden weitere Indikatoren zu Sauberkeit und Sicherheit in Köln analysiert. Dabei wurde der Fokus ebenfalls auf das „Hallo Nachbar“-Projektgebiet gelegt, um Synergiepotenziale zu nutzen und Ergebnisse austauschen zu können. Zielsetzung im AWB-Projekt war, den in einem Forschungsprojekt des Bundes<sup>35</sup> entwickelten Indikatoren-Katalog zu Sauberkeit und Sicherheit hinsichtlich seiner Wirksamkeit in einem Feldversuch zu erproben.

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

- Auswertungen zum wilden Müll<sup>36</sup>,
- Auswertungen zu Graffiti,
- Auswertungen zu Landschaftsreinigungsaktionen („Kölle putzmunter“),
- Daten aus dem Beschwerdemanagement, wurden auch Daten aus anderen Herkunftsgebieten<sup>37</sup> auf ihre Tauglichkeit als Indikator analysiert (Kriminalstatistiken, Bürgerbefragungen etc.).

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

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

35 vgl. BMBF, 2008

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

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

## Ergebnisse der Evaluation

### Zielerreichung

Aus den Zielen des Projektes

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

wurden folgende Messkriterien abgeleitet:

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

Anhand dieser Parameter wurden die Ergebnisse der beiden Bürgerbefragungen, der Multiplikatoren-Befragung, des Logbuchs und der AWB-Sauberkeitsmessungen analysiert und bewertet<sup>38</sup>. Zur genaueren Bestimmung wurden Statistiken der Stadt Köln und weitere Daten herangezogen.

<sup>38</sup> vgl. Anlagenband „Evaluationsdokumente“

<sup>39</sup> vgl. u. a. Kizilocak / Sauer, 2004 und Geiling et. al., 2011

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

### Grad der Erreichung der Anwohnerschaft

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

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

Ein Blick auf den Bekanntheitsgrad nach Nationalitäten überrascht ebenfalls positiv:

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

Berücksichtigt man, dass der Grad der Informiertheit bei vielen türkischstämmigen Bürger/innen im Schnitt deutlich geringer ist<sup>39</sup>, ist dies ein äußerst bemerkenswertes Ergebnis.

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

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

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

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

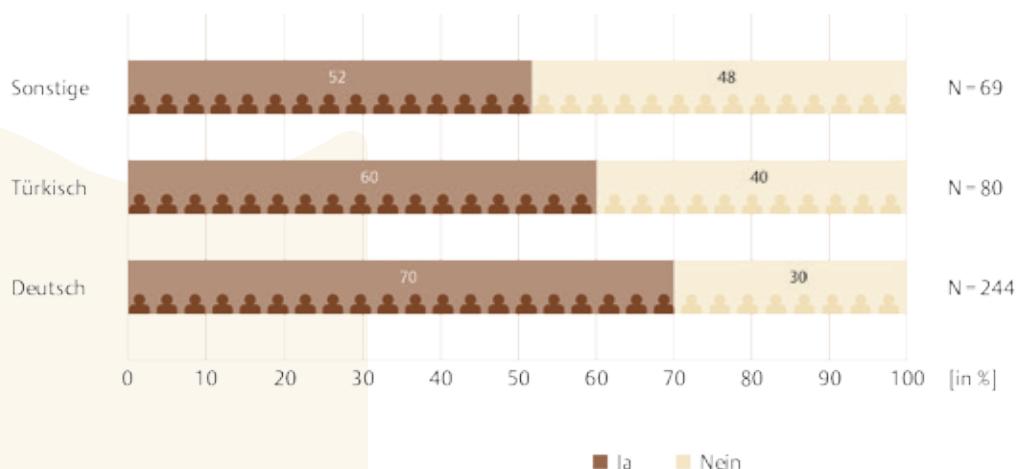


Abb. 3: Bekanntheitsgrad von „Hallo Nachbar“ 2014 nach Nationalität<sup>40</sup>

## Sauberkeit

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

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

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

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

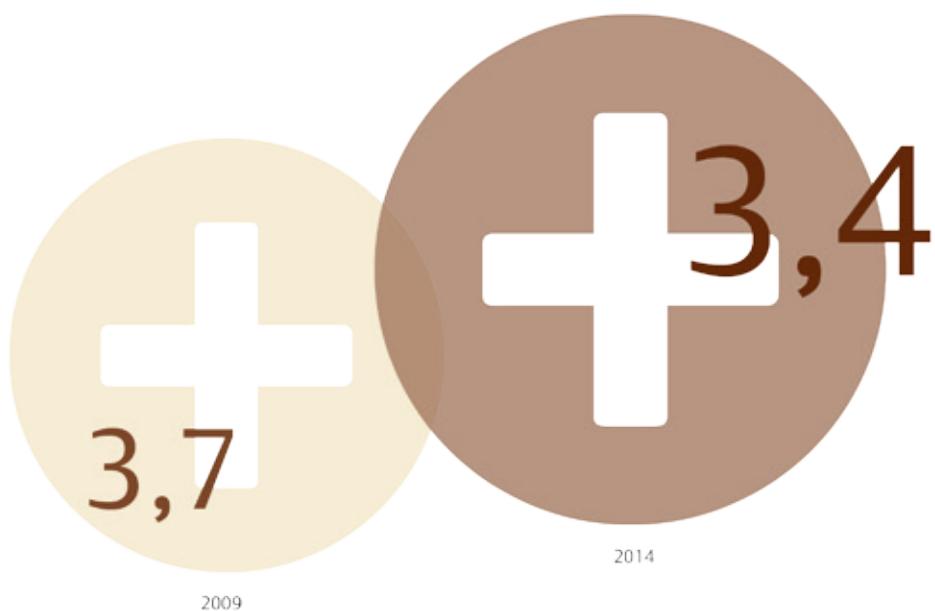


Abb. 4 : Sauberkeits-  
bewertung durch  
Anwohner 2009 und  
2014

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

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

Während das Projektgebiet vor Beginn der Maßnahmen 5,1 Skaleneinheiten<sup>42</sup> oberhalb eines Referenzwertes (Stadtbezirk Mülheim) lag, verringerte sich das Delta zwischenzeitlich auf 1,2 Skaleneinheiten und lag zuletzt bei 2,0 Skaleneinheiten.

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

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

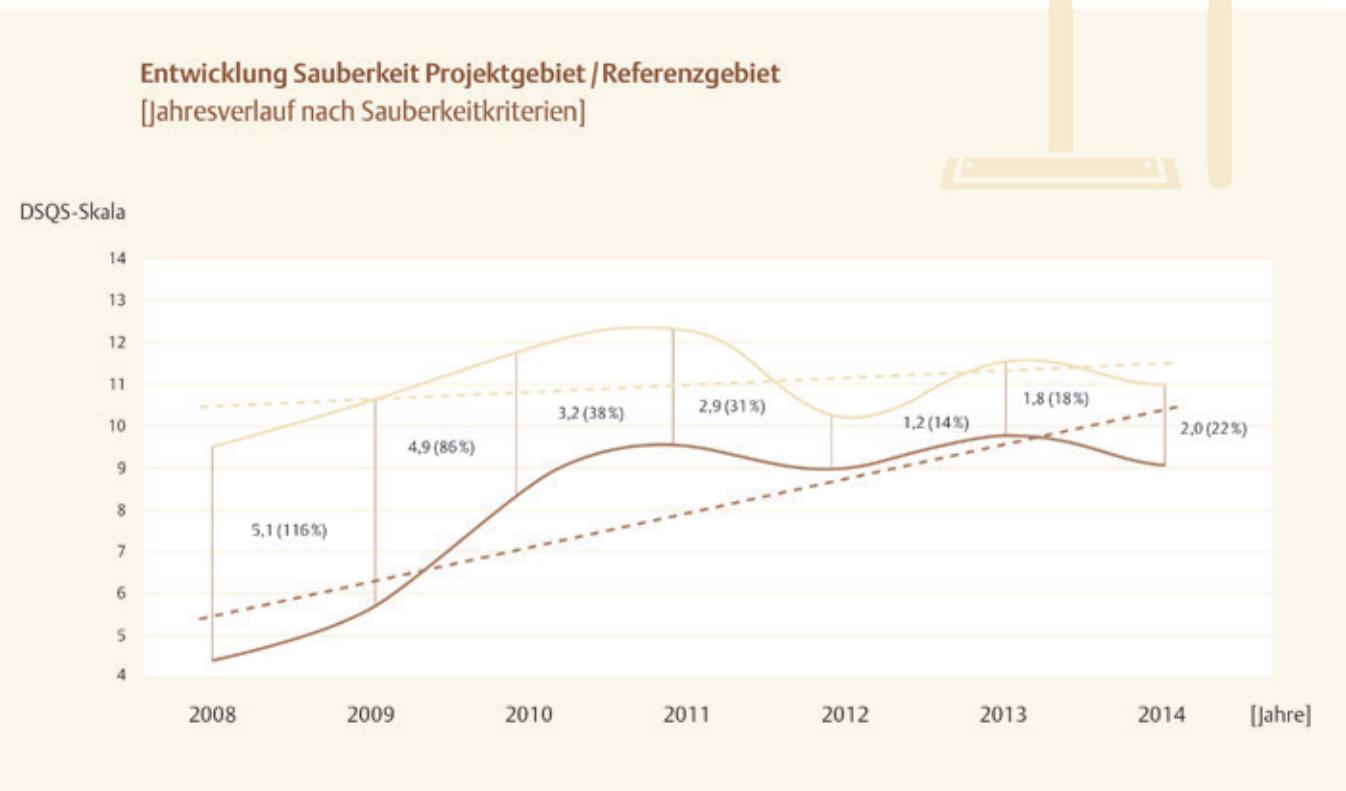


Abb.5: Sauberkeitsbewertung durch AWB 2009–2014,  
Stand: 31. März 2014

## Identifikation und Wohlfühlfaktor

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

Sauberkeit (24 %) und Nachbarschaft (20%).<sup>43</sup>

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

2009 56 % mit „Nein“

2014 64 % mit „Nein“.

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



Abb. 6: Wohlfühlfaktor  
2009 und 2014

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

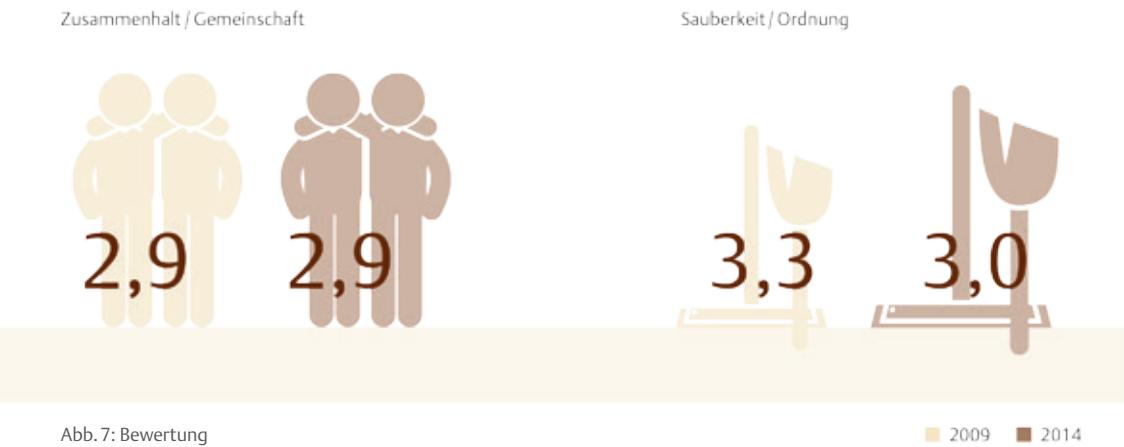


Abb. 7: Bewertung  
des Umfeldes durch  
Anwohner 2009 und  
2014

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

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

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

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

43 Vor Einkaufsmöglichkeiten, Verkehrsanbindung, Grünanlagen etc.

44 Breer, 2007

45 ebenda

46 vgl. Köln, 2009

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



Abb. 8: Zufriedenheitsbewertung nach Nationalitäten 2009/2014

Sauberkeits- / Gemeinschaftsbewertung [in Schulnoten]

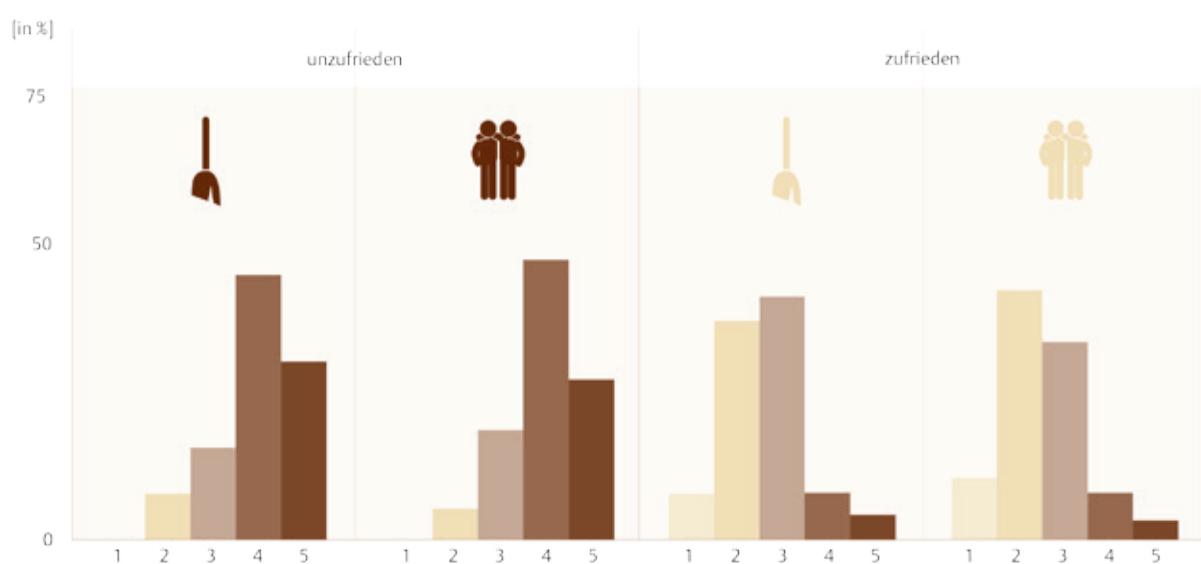


Abb. 9: Bewertung des Umfeldes durch zufriedene und unzufriedene Anwohnerschaft 2014

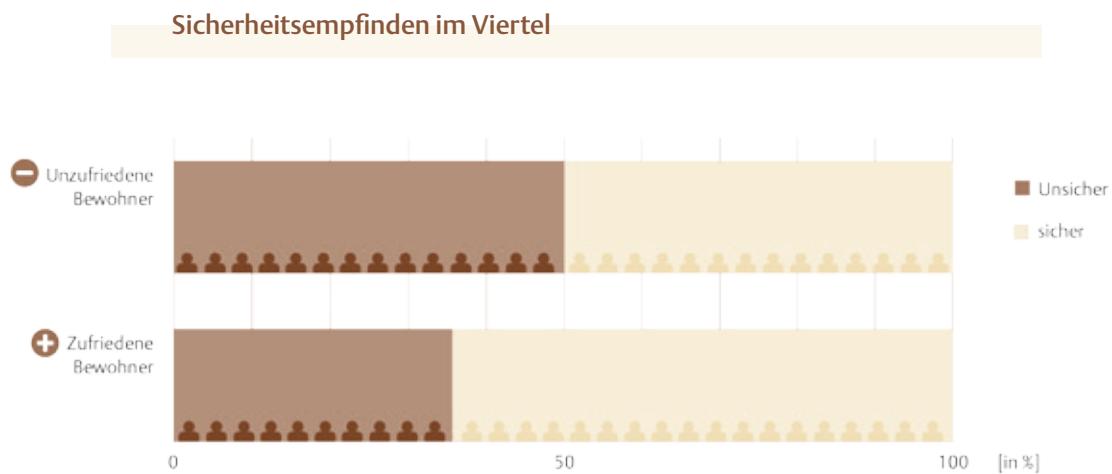


Abb. 10: Sicherheits-  
empfinden zufriedener  
und unzufriedener  
Anwohner/innen 2014

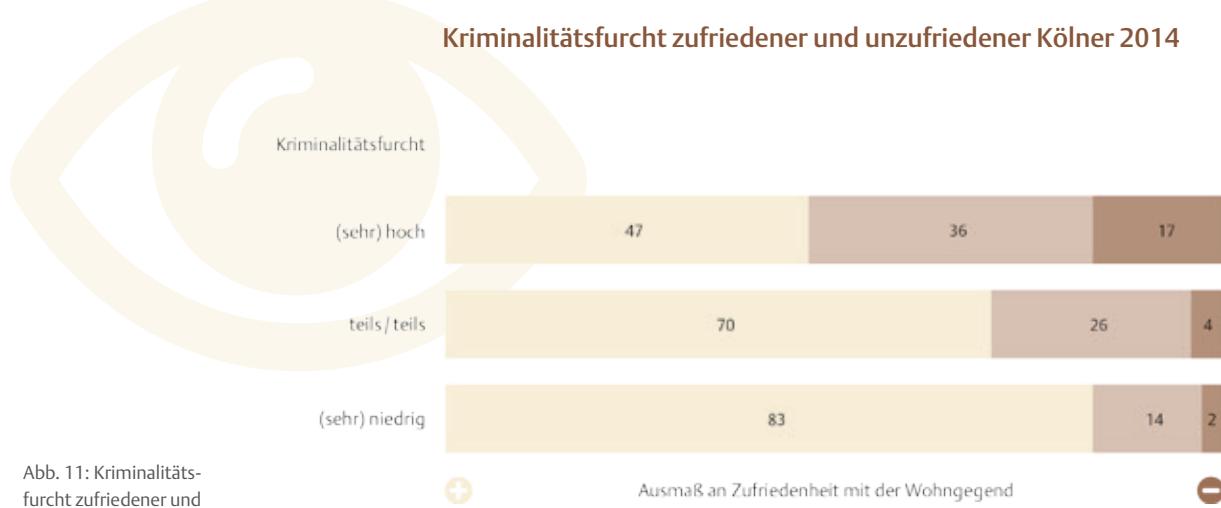


Abb. 11: Kriminalitäts-  
furcht zufriedener und  
unzufriedener Kölner/  
innen 2014 [Köln,  
2009]

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

## Engagement

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

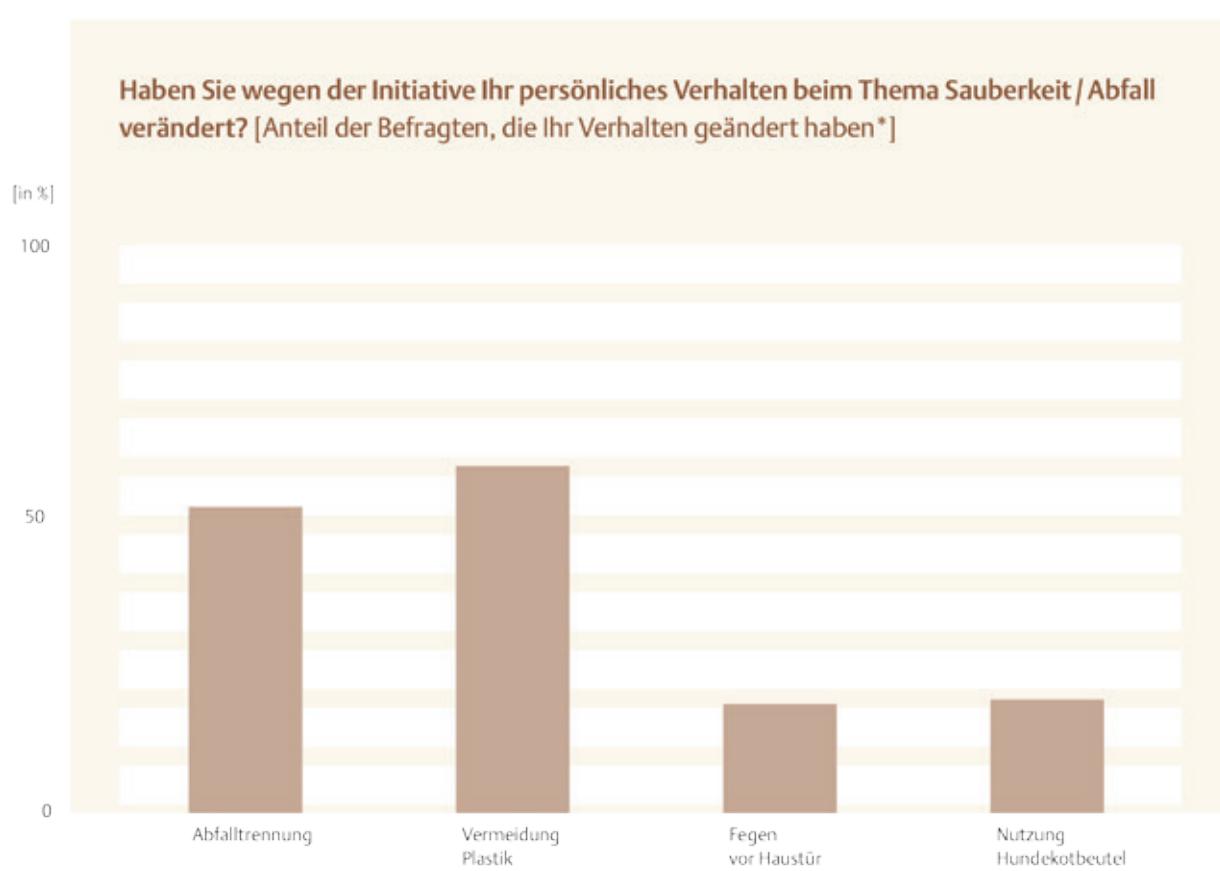


Abb. 12: Bekundete Verhaltensänderungen bei der Anwohnerschaft

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

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

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

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

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

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



## Umgang mit Abfall

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

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





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

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



## Nutzung der Bürgerkontaktstelle „Berliner 67“

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

Sie ist Instrument der Initiative „Hallo Nachbar“, um die Menschen in ihrem Alltag zu erreichen. Zu festen Öffnungszeiten, zentral an der Berliner Straße gelegen, war sie über zwei Jahre<sup>48</sup>

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



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

Die Bürgerkontaktstelle hat alle Bevölkerungsgruppen im Veedel erreicht. Besonders bemerkenswert ist allerdings, dass der Anteil der türkischstämmigen Besucher/innen mit 28,6% überdurchschnittlich hoch liegt<sup>49</sup> (Abb. 13). Dies fällt umso positiver ins Gewicht, da das Gebiet als ein segregierter Raum mit manifesten türkischen parallelgesellschaftlichen Strukturen gelten kann. Hier konnten Kontakte zu türkischstämmigen Bürger/innen geknüpft und deren Dazugehörigkeitsgefühl gestärkt werden.

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

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

### Zusammensetzung der Stichproben zur „Herkunft“

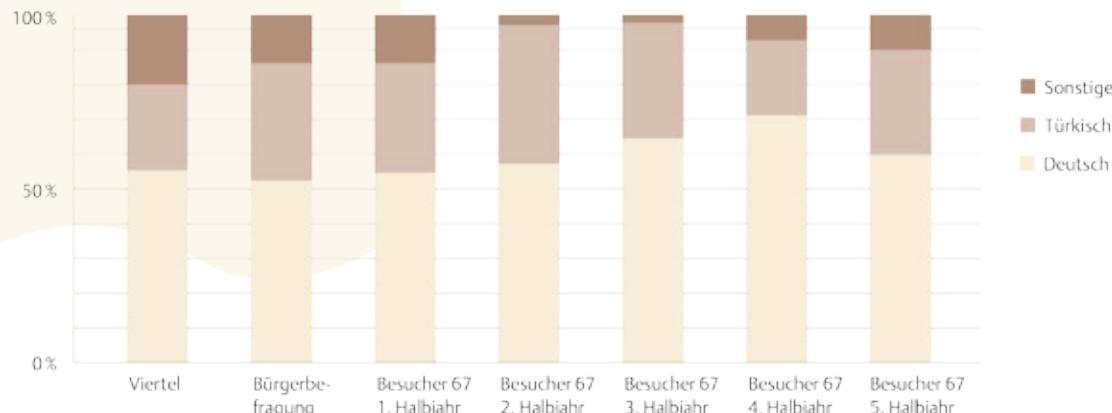


Abb. 13: Besucherstruktur der Bürgerkontaktstelle nach „Herkunft“

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

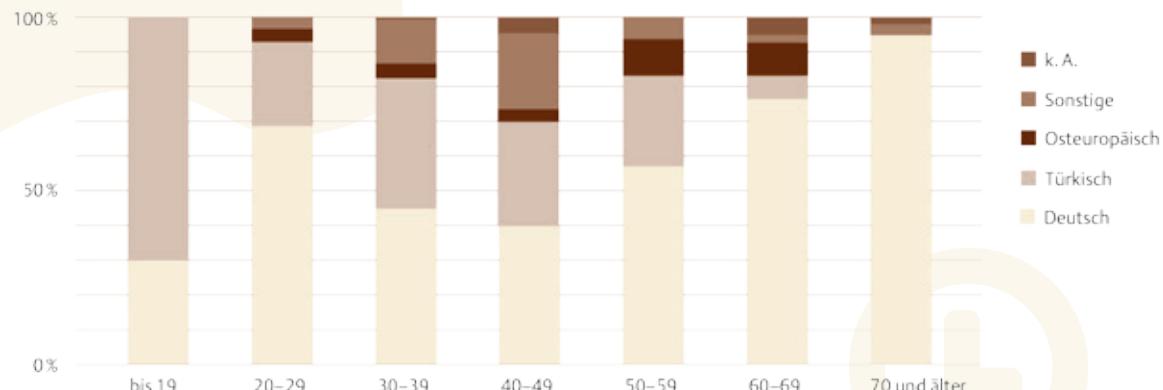


Abb. 14: Besucherstruktur der Bürgerkontaktstelle nach Alter

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

Die Anzahl der Kontakte pro Öffnungstag hat sich innerhalb von zwei Jahren tendenziell erhöht, d. h., es ist nicht zu einem „Abnutzungseffekt“ gekommen, sondern vielmehr zu einem „Schneeballeffekt“. Insgesamt besuchten 961 Anwohner / innen die Bürgerkontaktstelle. Auch wenn einige „Stammgäste“ regelmäßig in die „Berliner 67“ gekommen sind<sup>50</sup>, handelt es sich bei dem überwiegenden Teil der Kontakte um einmalige „Laufkundschaft“ oder gezieltes Aufsuchen der Bürgerkontaktstelle wegen eines Anliegens. Es kann daher von einer tiefen Durchdringung in das Projektgebiet gesprochen werden.

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

Kontakte pro Öffnungstag [Monatsdurchschnitt]

Kontakt / Öffnungstag



Abb. 15: Besucherfrequentierung der Bürgerkontaktstelle

Anzahl Kontakte pro Öffnungstag [Quartalsauswertung]

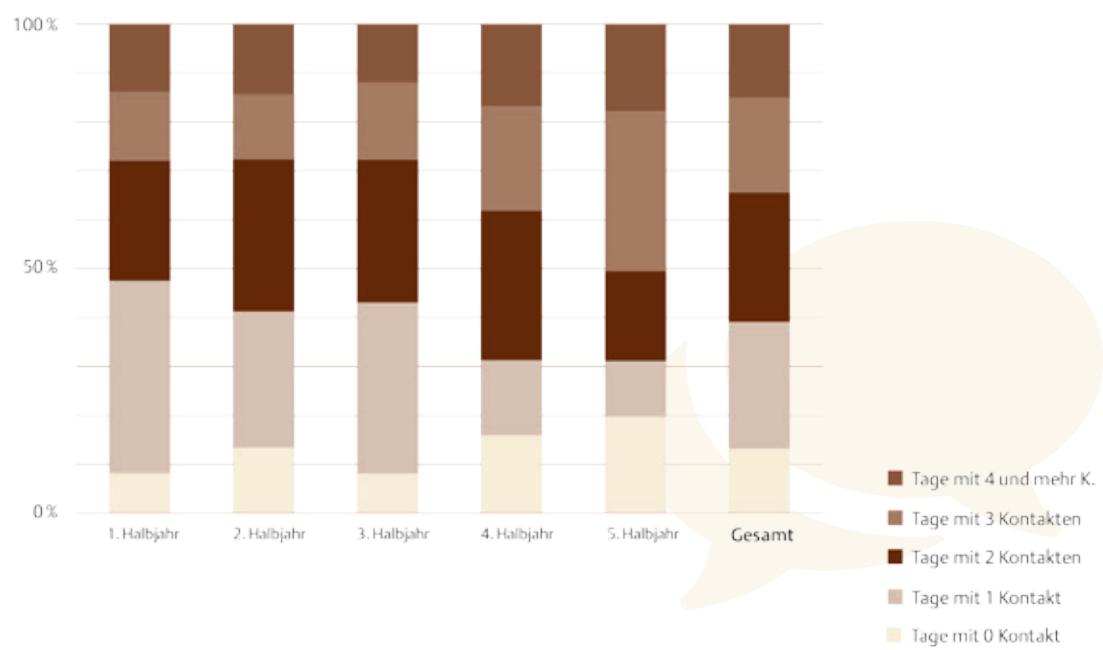


Abb. 16: Besucherfrequentierung der Bürgerkontaktstelle

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

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

#### Dauer der Gespräche mit Besucher / inne / n

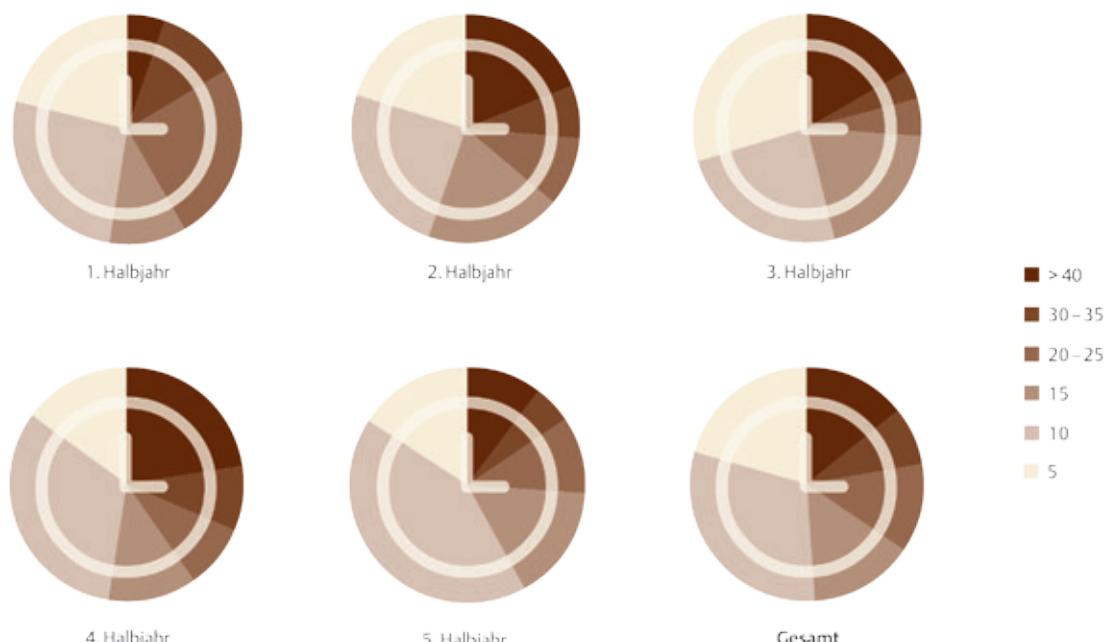


Abb. 17: Länge der Gespräche in der Bürgerkontaktstelle

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

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

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

Die Rückschlüsse auf eine erhöhte Sauberkeit werden zusätzlich durch die AWB-eigenen Untersuchungen bekräftigt: Während in 2009 125 Fälle von Littering und 54 m<sup>2</sup> gereinigte Graffiti-Flächen gemeldet wurden, waren es in 2014 nur noch 75 Fälle von Littering und 5 m<sup>2</sup> gereinigte Graffitiflächen.

### Themenstellungen in der „Berliner 67“

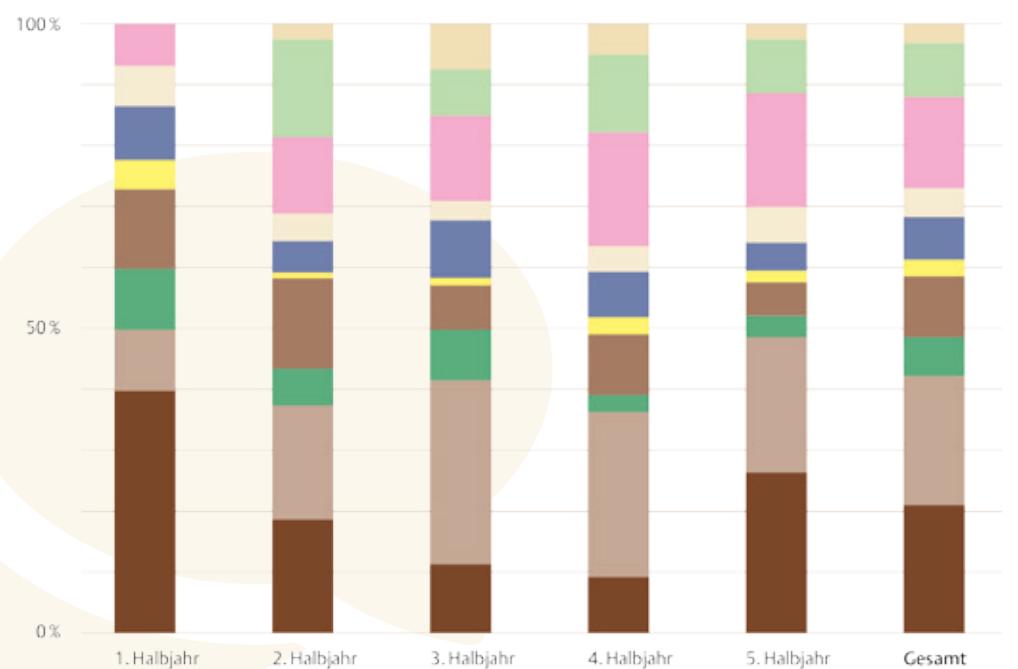


Abb. 18: Themen der Kontakte in der Bürgerkontaktstelle

- Projekt „Hallo Nachbar“
- Aktion im Rahmen „Hallo Nachbar“
- Bürgerpark
- Meldung von Verschmutzung
- Abfalltrennung
- Sperrmüll
- Allgemeines Thema zu Sauberkeit/Sicherheit
- Aktion in „Berliner 67“
- Stadtteilentwicklung

### Anzahl und Art der Meldungen von Verschmutzungen

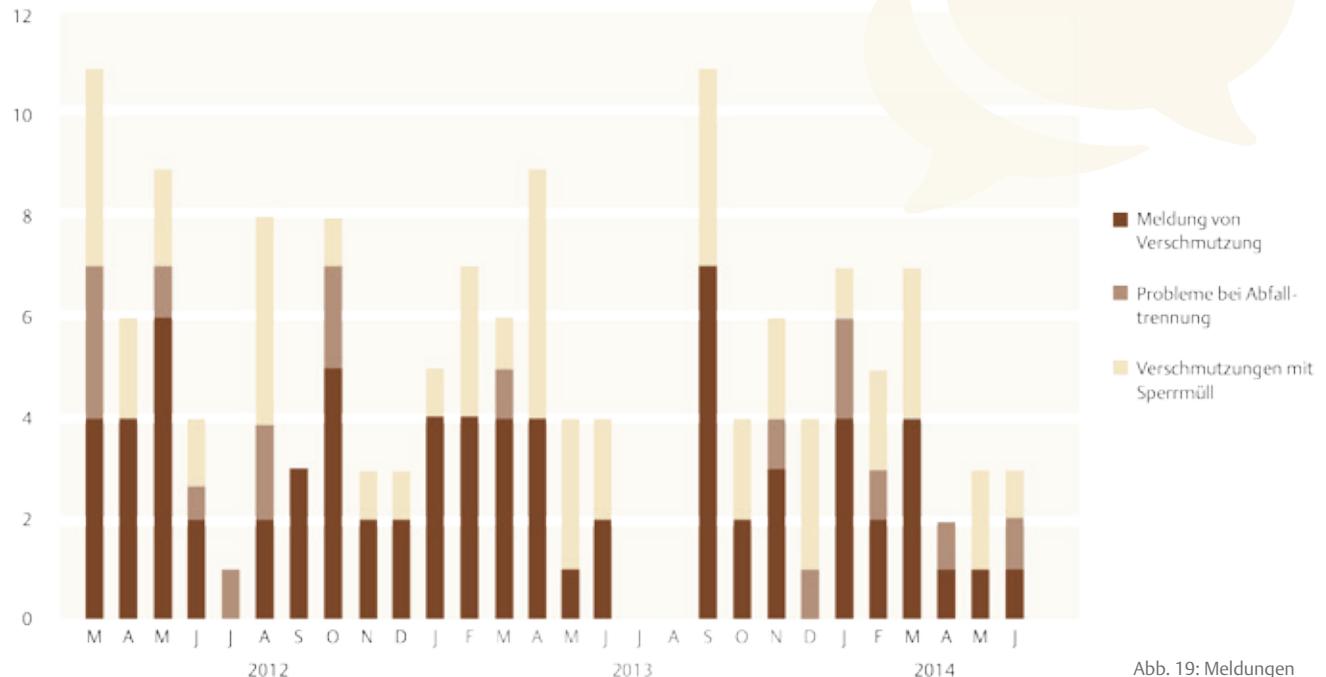


Abb. 19: Meldungen von Problemen in der Bürgerkontaktstelle

### Anzahl der Meldungen von Problemen mit Verschmutzungen

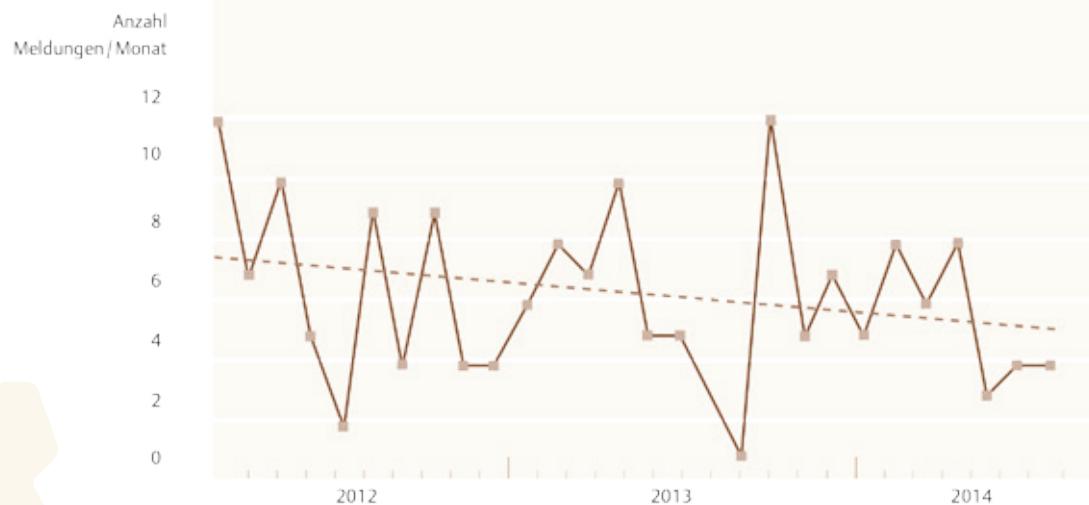


Abb. 20: Rückgang bei Meldungen von Problemen in der Bürgerkontaktstelle



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

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

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

Besucher mit „Funktion“ im Viertel [147 Nennungen]

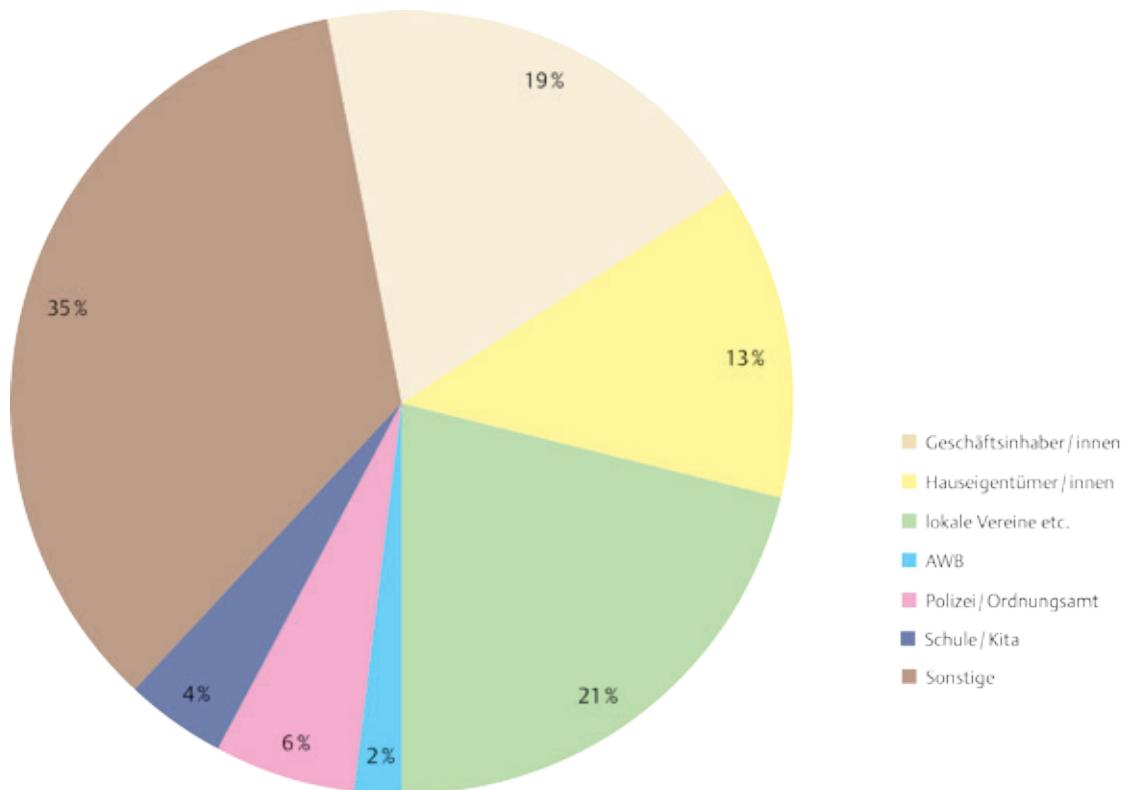
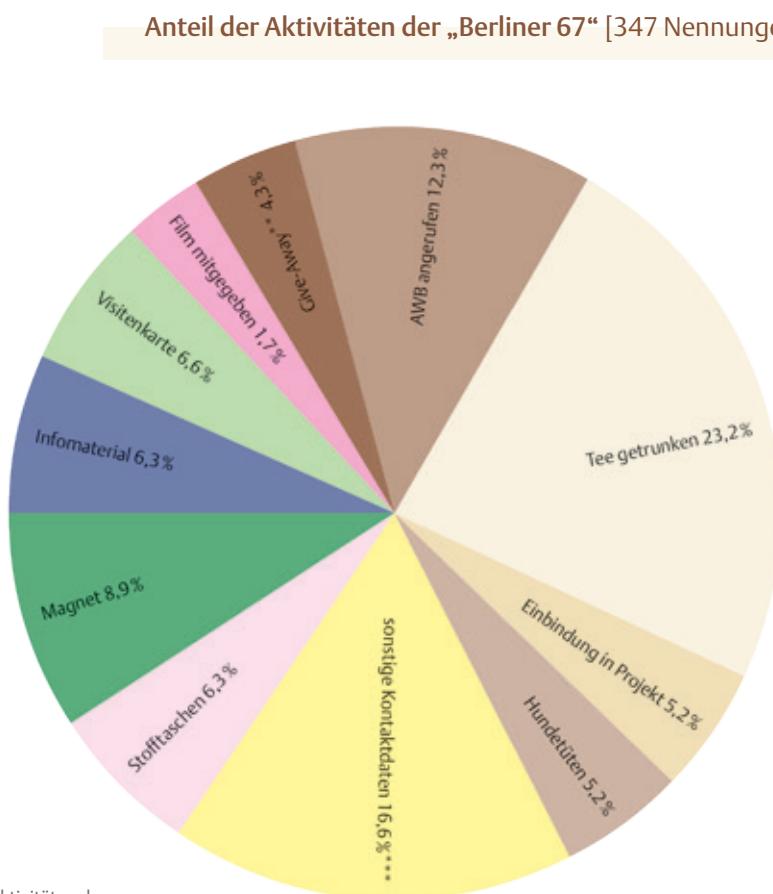


Abb. 21: Besucher/innen mit „Funktion“ in der Bürgerkontaktstelle



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

Abb. 22: Aktivitäten der Mitarbeiterinnen der Bürgerkontaktstelle

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

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

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

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

## Resonanz und Akzeptanz

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

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

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

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

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

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

### Was fällt Ihnen spontan als erstes zu der Initiative ein?

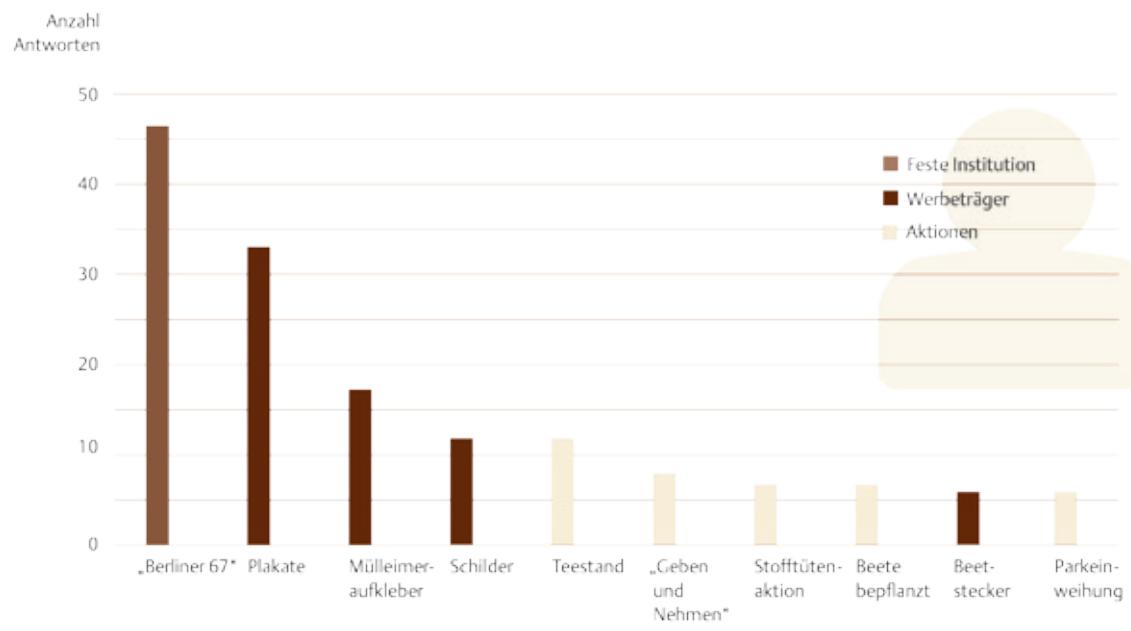


Abb. 23: Bekanntheitsgrad der Maßnahmen von „Hallo Nachbar“<sup>52</sup>

52 Dargestellt sind die zehn am häufigsten genannten spontanen ersten Antworten der Passanten.

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



### Was waren die am häufigsten genannten Aktionen?

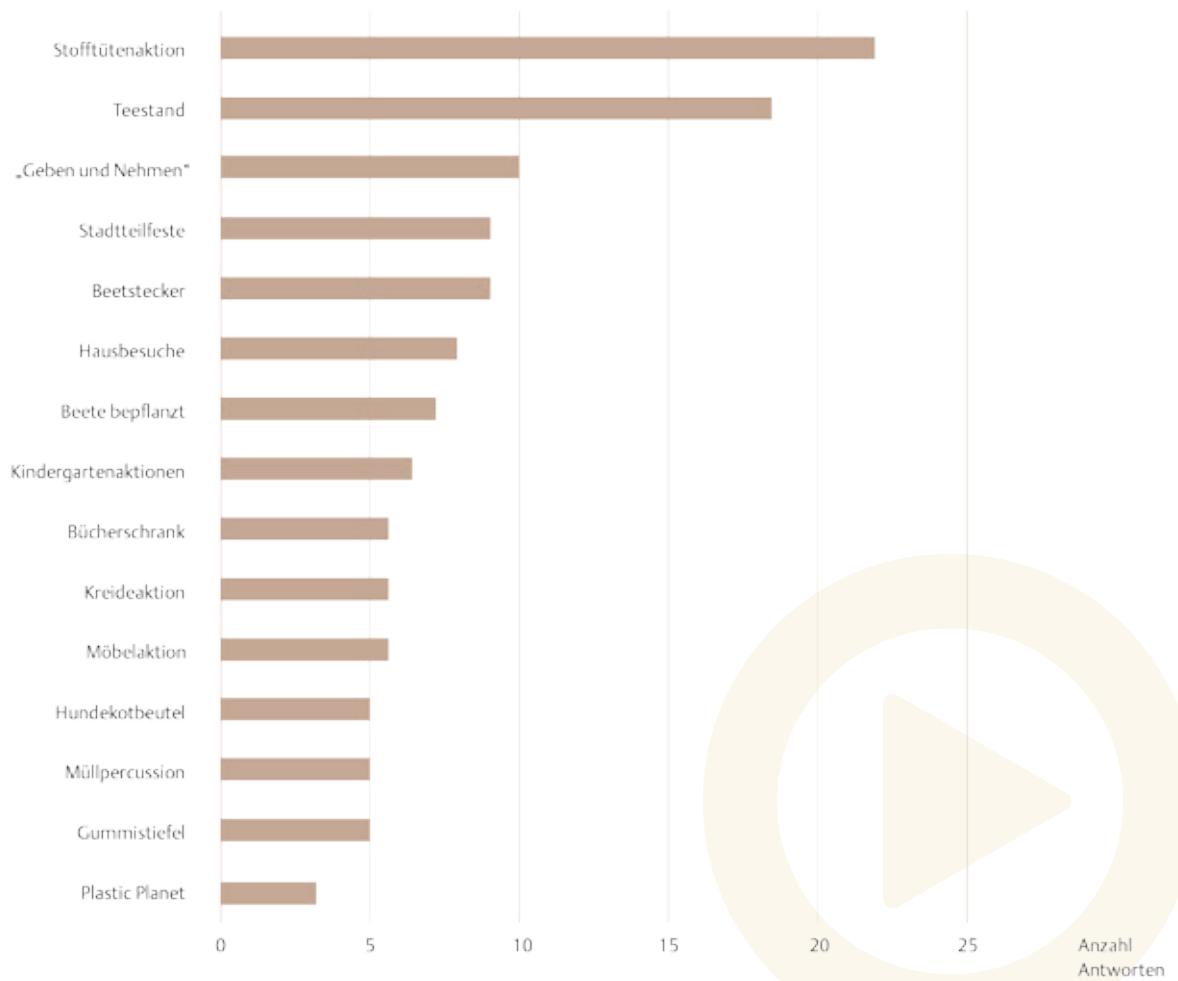


Abb. 24: Bekanntheitsgrad der Aktionen von „Hallo Nachbar“<sup>53</sup>



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

Gut in Erinnerung geblieben ist eine nennenswerte Zahl von Kreativmaßnahmen<sup>54</sup>. Diese liegen zum Zeitpunkt der Befragung mitunter zwei bis vier Jahre zurück. Bemerkenswert an diesem Ergebnis ist der Umstand, dass das Angebot an Kunst- und Kulturreignissen in diesem Quartier sehr gering ist. Dennoch kann Kunst augenscheinlich wirksam als Medium eingesetzt werden.

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

Beim Blick auf die Fokusgruppe „Mülheimer mit türkischen Wurzeln“ ergibt sich ein zweigeteiltes Bild: Während die türkischstämmigen Mülheimer / innen individuell über die „Berliner 67“ und die Öffentlichkeitsarbeit sehr gut erreicht wurden, gelang es trotz intensiver Bemühungen nicht, die Projektanliegen über deren Multiplikatoren z. B. aus Moschee- oder Sozialvereinen zu transportieren. Wichtige Arbeit hinsichtlich der Zielgruppe der Mülheimer / innen mit türkischen Wurzeln leistete die türkischstämmige Mitarbeiterin der „Berliner 67“ sowie ein gut vernetzter türkischstämmiger Geschäftsmann (Mitglied in der Projektsteuerungsgruppe). Doch auch diesen beiden Multiplikatoren gelang der Zugang zu den Organisationen letztlich nicht. Individuell zeigten sich also die Mülheimer / innen mit türkischen Wurzeln erheblich aufgeschlossener gegenüber den Themen des Projekts als ihre Meinungsführer in den entsprechenden Organisationen<sup>56</sup>.

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



54 Kunstprojekte, wie z. B. Kreideaktion, Möbel aus Sperrmüll.

55 Z. B. Hundekotbeutel werden von Nicht-Hundebesitzern als Gefrierbeutel umgewidmet oder es wurde versucht mit 100 Plastiktüten zehn Jutebeutel einzutauschen.

56 Von ähnlichen Problemen berichten auch [Kizilcak / Sauer, 2004].