

Pressemitteilung

AWM startet neue Bekanntheits - Kampagne

100% Einsatz: Damit München als erste Millionenstadt Deutschlands die Vorgaben des neuen Kreislaufwirtschaftsgesetzes erfüllt

27.11.2012 Um neue gesetzliche Vorgaben mit höheren Recyclingquoten zu erfüllen, startet der Abfallwirtschaftsbetrieb München (AWM) im Dezember eine neue Bekanntheits-Kampagne. Ziel ist es, die Münchnerinnen und Münchner noch mehr zur Mülltrennung zu motivieren und den AWM als gemeinwohlorientiertes, kommunales Unternehmen mit seinen vielfältigen Entsorgungsaufgaben noch bekannter zu machen. Dazu erhält der AWM ein neues Erscheinungsbild mit neuem Logo und dem neuen Slogan „**Ihr Abfall – Unsere Verantwortung**“. Beides wird ab Dezember auf Müllautos und Mülltonnen zu sehen sein, wobei die Umstellung sukzessive vorgenommen wird. Gleichzeitig läuft im Dezember ein neuer Kinospot in verschiedenen Münchner Kinos.

Folgen des Kreislaufwirtschaftsgesetzes und 65 Prozent Recycling bei Siedlungsabfällen

„Seit Jahren trägt der AWM wesentlich zur **Stadthygiene** und somit zur hohen Lebensqualität von München bei,“ so Axel Markwardt, Kommunalreferent und Erster Werkleiter des AWM. „In den vergangenen Jahren haben wir eine nachhaltige Abfallwirtschaft mit einer hohen Verwertungsquote aufgebaut. Nun machen neue gesetzliche Vorgaben neue Wege nötig. Das im Juni 2012 in Kraft getretene Kreislaufwirtschaftsgesetz fordert eine Recyclingquote von 65 Prozent für Siedlungsabfälle – ein Ziel, das wir als erste Millionenstadt Deutschlands erreichen wollen. Dazu sind 100 Prozent Einsatz und die Mithilfe der Münchnerinnen und Münchner in Form von akkurater Mülltrennung nötig.“

Gleichzeitig ist durch das neue Kreislaufwirtschaftsgesetz und das kommende Wertstoffgesetz nicht sichergestellt, ob die Entsorgung von Siedlungsabfällen in kommunaler Hand bleibt. „Der AWM erwirtschaftet bereits jetzt ein Drittel seiner Einnahmen unter Wettbewerbsbedingungen. Dazu gehören die Anlieferungen an das Heizkraftwerk Nord aus umliegenden Landkreisen und die Entsorgung von Gewerbeabfällen,“ so Markwardt. „Das erfordert, dass wir uns zeitgemäß in der Öffentlichkeit präsentieren und so sicherstellen, dass der AWM nie aus München wegzudenken ist.“

Als **kommunales** Unternehmen steht der AWM ganz im Dienst der Daseinsvorsorge und agiert nachhaltig, nicht gewinnorientiert. Mit einer **Zuverlässigkeit von über 99 Prozent** garantiert er Entsorgungssicherheit, trägt durch innovative Technologien maßgeblich zum Umweltschutz und zur Ressourcenschonung bei, ist ein sozialer Arbeitgeber mit sicheren Arbeitsplätzen und hat im Laufe der vergangenen Jahre die Müllgebühren fünfmal hintereinander gesenkt.

Öffentlichkeitsarbeit als Grundlage für die Erfolge der Münchner Abfallwirtschaft

Nach dem Müllnotstand in den Siebziger- und Achtzigerjahren wurde 1989 das ökologische Abfallwirtschaftskonzept vom Stadtrat verabschiedet. Durch die Einführung des **Drei-Tonnen-Systems** und der **Wertstoffhöfe** konnte die Restmüllmenge seitdem um zwei Drittel reduziert werden. Wesentlich dazu beigetragen hat eine intensive Öffentlichkeitsarbeit und die Information und Aufklärung der Bürgerinnen und Bürger über die korrekte Mülltrennung und deren Beitrag zum Umweltschutz. Der AWM verwendet rund 0,35 Prozent seines Gesamtumsatzes für Informationsmaterialien zur richtigen Mülltrennung, die Ausbildung ehrenamtlicher Abfallberaterinnen und -berater, Informationsstände auf Stadtfesten wie dem Tollwood und dem Lilalu, einen modernen Internet- und Social-Media-Auftritt und Mitmach-Kampagnen wie die bekannte Trennkampagne „Müll – Besser trennen!“ vor drei Jahren.

Die neue Kampagne als äußeres Zeichen für innere Werte:
Der AWM steht für eine ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft

Zentrales Element der nun startenden Bekanntheits-Kampagne ist das neue Erscheinungsbild des AWM mit einem **neuen Logo**, das die Kernelemente des bisherigen Logos beibehält, aber deutlicher den **Kreislaufgedanken** der modernen, ressourcenschonenden Abfallwirtschaft präsentiert. Ziel der Kampagne ist es, die bereits vorhandene gute Mitwirkungsbereitschaft der Münchner Bürgerinnen und Bürger bei der Abfallvermeidung und Abfalltrennung weiter zu verbessern, um die ökoeffiziente Kreislaufwirtschaft in München auf eine neue Stufe zu heben.

„Ganz im Sinne von Abfallvermeidung stellen wir schrittweise auf unser neues Erscheinungsbild um,“ so Helmut Schmidt, Zweiter Werkleiter des AWM. „Briefpapier und Arbeitskleidung etwa werden erst dann geändert, wenn ohnehin eine Neubestellung ansteht. Und innerhalb der nächsten drei Jahre werden auch alle 430.000 Mülltonnen des AWM mit dem neuen Logo beklebt.“

Ab Dezember zu sehen sind die neuen **Fahrzeugplakate** und der neue **Kinospot**. „Wir haben 80 Prozent unserer ökologischen Ziele erreicht, so Helmut Schmidt. „Für die restlichen 20 Prozent benötigen wir volles Engagement, innovative Technologien und das Vertrauen der Münchnerinnen und Münchner. Dazu müssen sie unsere Erfolge der vergangenen Jahre kennen und wissen, dass wir mehr sind als die Müllabfuhr. Wir sind der starke, kompetente und sympathische Abfallentsorger Münchens.“

Abfallwirtschaftsbetrieb München AWM
Erster Werkleiter: Axel Markwardt, Kommunalreferent der Landeshauptstadt München
Zweiter Werkleiter: Stadtdirektor Helmut Schmidt
Ansprechpartnerin Pressestelle Kommunalreferat: Silke Pesik, Telefon 233-28955,
E-Mail: silke.pesik@muenchen.de
Pressesprecherin AWM: Helga Seitz, Telefon 233-31004, E-Mail: helga.seitz@muenchen.de
Persönlicher Mitarbeiter des Zweiten Werkleiters, stellv. Pressesprecher AWM: Heiner Bauer,
Telefon 233-31002,
E-mail: heiner.bauer@muenchen.de
Internet: www.awm-muenchen.de