

ABCD

EF

Renhållningsförvaltningen

2 0 0 4 - 0 4 - 2 9

N R 1

Stockholmarnas avfallshantering - en sammanfattning av internetpanelundersökning genomförd mars 2004.

Metod

Undersökningen är gjord som en internetpanel med 461 respondenter boende i Stockholms stad under tiden 22-31 mars 2004. Övervägande delen boende i lägenhet (67%) och resten boende i villa/radhus. Förutom boendeform är undersökningen uppdelad i åldersintervallen 15-30, 31-45 samt 46+.

Kunskapsnivå

Kunskapsnivån när det gäller källsortering är överlag hög men är högst bland villaboende samt de i åldersgruppen 46+. Det ska poängteras här att det är den egna uppfattningen om kunskapsnivån som mäts. Beträffande sorteringsvanorna idag hos respondenterna angav 77% av de villaboende att de alltid eller ibland sorterar sitt avfall. Av de boende i lägenhet svarade 40% att de aldrig eller nästan aldrig sorterar. Gruppen 46+ angav i störst utsträckning att de brukar sortera sitt avfall. Bland de yngre (15-30 år) är kunskapsnivån hög men över hälften väljer ändå att inte sortera.

Vad man sorterar idag

Vilka fraktioner sorterar man ut idag? Av de som angav att de brukar sortera sitt avfall var tidningar, batterier, glas, farligt avfall och el de fraktioner som förekom mest (i nämnd ordning). Anmärkningsvärt är att de som tidigare angivit att de inte alls anser sig källsortera ändå

sorterar ut fraktionerna tidningar, batterier, farligt avfall, glas och el (i nämnd ordning). I båda grupperna kommer pappersförpackningar och metall långt ned på listan. Av de som brukar sortera är det dock ungefär hälften som sorterar ut pappersförpackningar och metall, ca 40% sorterar ut hårdplast och 20% matavfall. Medan de som inte klassar sig som källsorterare inte alls sorterar ut pappersförpackningar, metall eller hårdplast. Men korsar man resultaten från de som inte brukar sortera och bor i lägenhet ser man en tendens att man ändå sorterar ut batterier, tidningar, farligt avfall, glas och el (i nämnd ordning).

Det är anmärkningsvärt att matavfall får så pass hög andel som 20%, trots det faktum att staden inte erbjuder något system till privatpersoner. Man måste ha i åtanke att detta är den egenupplevda sorteringen som mätts och att villa-/radhusägare kan ha egen eller gemensam matkompost.

Öppna frågor

I panelen fanns möjlighet att lämna svar på öppna frågor. På frågan om varför man inte brukar sortera sitt avfall var förtroendefrågan den mest förekommande anledningen, det vill säga man tror att allt blandas på sopstationen ändå. Ett annat vanligt förekommande svar var att det var för långt till sorteringsplatsen (ÅVS) eller att man inte tycker sig ha plats att sortera för många fraktioner i hemmet.

På frågan om det är viktigt att källsortera svarade ca 85% av samtliga respondenter, oavsett boende och ålder, att det är ganska eller mycket viktigt att sortera sitt avfall. Man tycker också att man bidrar till en bättre miljö om man källsorterar. I åldersgruppen 15-30 år finns flest som tycker det är viktigt med källsortering samtidigt som den gruppen är minst benägen att källsortera.

På den öppna frågan om varför man tror att källsortering bidrar till en bättre miljö var det vanligast förekommande svaret att man ändå har en förhoppning om att den lilla insatsen varje enskild invånare gör trots allt bidrar till resultatet. Vidare tycker man att det är bättre att ta tillvara förpackningarna än att bara samla dem på hög och att kretsloppstänkandet är bra. Källsorterar man utgår man från att kommunen tar hand om avfallet på ett korrekt sätt.

På frågan varför man inte tror att källsortering ger en bättre miljö svarade man att man hört att det går åt mer energi att återvinna avfall än att producera nya förpackningar, man litar inte på att systemet håller hela vägen utan att det i slutänden ändå blandas. Många svarade att det den enskilde gör har ingen effekt eller betydelse i ett större sammanhang.

På frågan om man kunde tänka sig att källsortera mer än man gör idag svarade 85% i gruppen 15-30 år att de skulle göra det medan hälften i gruppen 46+ tyckte att de sorterade tillräckligt redan. Boende i lägenhet skulle i högre grad kunna tänka sig att öka sitt sorterande än de boende i villa/radhus.

Vad behöver förbättras för att man ska sortera mer? Den viktigaste punkten här är närheten till ÅVS samt tätare mellan tömningarna på ÅVS. Att det ser skräpigt ut kring ÅVS urholkar förtroendet för om kommunen själva har ett miljötankande. Vidare önskar man mer information om hur sopor ska sorteras, exempelvis skyltar i grovsolrum och information till varje hushåll. Markeringar på förpackningar om vilken fraktion varje förpackning tillhör samt mer information om nyttan och hela kedjan – vad händer med förpackningen sedan jag sorterat?

En test av annonser

Slutligen testades annonskampanjen som gjordes i lokalpress. Uppmärksamhetsvärdet är genomgående lågt men budskapet har gått fram hos dem som har sett annonsen. Avsändaren är inte lika självklar som budskapet, vilket borde ha mindre betydelse då det är beteendet vi vill påverka.

Vilken information man saknar

På frågan om vilken information man saknar om sopsortering svarar man att man helst vill ha enkel information till hushållen om hur soporna ska sorteras. Man vill också veta var i min närhet närmaste ÅVS eller miljöstation finns – gärna en karta. Vissa vill också veta vad som händer med avfallet, få kedjan och händelseförloppet beskrivet för sig och om det verkligen gör någon nytta att sortera.

Mina slutsatser

De som emottagit informationsmaterialet har uppfattat det som positivt och användbart samt kopplat detta till att vi alla får och arbetar för en bättre miljö genom källsortering. Avsändaren Renhållningsförvaltningen går inte fram tydligt. Erinransvärdet är relativt lågt vilket är en utvärderingspunkt att gå tillbaka till och jämföra med efter framtida kampanjer. Denna erinransmätning gällde sju månadsannonser i lokalpressen Stockholm City och Expressen.

Invånarna har en hög medvetandegrad om källsortering. Detta är viktigt att komma ihåg i samhällskommunikationen och inte använda budskap som kan uppfattas som pekpinna, förlöjligande och som på så sätt underskattar invånarnas kunskap. Budskapen torde istället ha tyngdpunkt på att höja motivationen att fortsätta sortera eller att börja sortera i större utsträckning. I kommunikationen får man inte glömma

att systemet kanske inte fungerar helt tillfredsställande överallt och att information från förvaltningen då kan uppfattas som retfullt.

Förtroendefrågan är det vanligaste argumentet till varför man inte sorterat. Myten om att ”allt blandas ändå” lever fortfarande kvar. Kanske som en bra ursäkt för den bekväme att ändå känna sig bättre till mods? Viktigt är ändå att i kommunikationen ha tyngdpunkt på att förklara systemet och bygga upp förtroende för detsamma. Att det verkligen fungerar ända ut, att det blir nya förpackningar, att det verkligen blir energi och att vi förbränner miljövänligt, osv.

De yngre målgrupperna har också hög medvetandegrad vad gäller källsortering och de tycker samtidigt det är en viktig fråga för miljön. Samtidigt uppger de att de inte sorterar i någon hög utsträckning. Detta kan bero på att de ännu inte ansvarar för eget hushåll och på så sätt överlåter sorteringen på andra personer i hushållet. En annan anledning kan vara att yngre grupper har andra konsumtionsvanor jämfört med äldre åldersgrupper. Man konsumerar exempelvis mat och dryck i större utsträckning utanför hemmet än de äldre. Man äger inte sina elprodukter eller sina möbler helt själv, varför man anser sig att heller inte äga avfallet.

Christina Durling

G:INFO/ATTITYDinformation/höstkampanj/PM sammanfattning internetpanel.doc