

# KOMMUNIKATIONSINDSATSEN VED MADRAS-INDSAMLINGSFORSØGET I VEJLE, HILLERØD OG KØBENHAVN

I forbindelse med madrassindsamlingsforsøget i 2022 blev forskellige kommunikationsindsatser foretaget og erfaringer med dem beskrives her

**EMNEORD:** Kommunikation, øget genanvendelse, madras, genbrugsstationer i Danmark

## RESUMÉ

En række forskellige kommunikationsindsatser blev iværksat i forbindelse med det forsøg, der foregik hen over 2022, hvor madrasser i udvalgte kommuner blev indsamlet gennem samarbejde med udpegede genbrugsstationer i København, Hillerød, Vejle og Odsherred. Fælles for indsatserne var møder, plakater, brug af sociale medier og inddragelse af ansatte på genbrugsstationerne. Men at vurdere om en madras kan genanvendes var svært for borgerne. De ansatte på genbrugsstationen viste sig at være centrale for forsøget: Mandskab omkring containeren gav langt bedre sortering.

## BAGGRUND

Der findes ikke eksakte tal på mængderne af udsmidte madrasser/år i Danmark, men et kvalificeret bud er ca. 450.000 madrasser årligt (10.000-12.500 tons). Madrasser er en 'glemt' fraktion, der kan genanvendes langt bedre. Indsamlingsforsøget i 2022 bekræftede, at dette var muligt gennem en fokuseret indsats. I forsøget indgik både storskrald og genbrugsstationer.

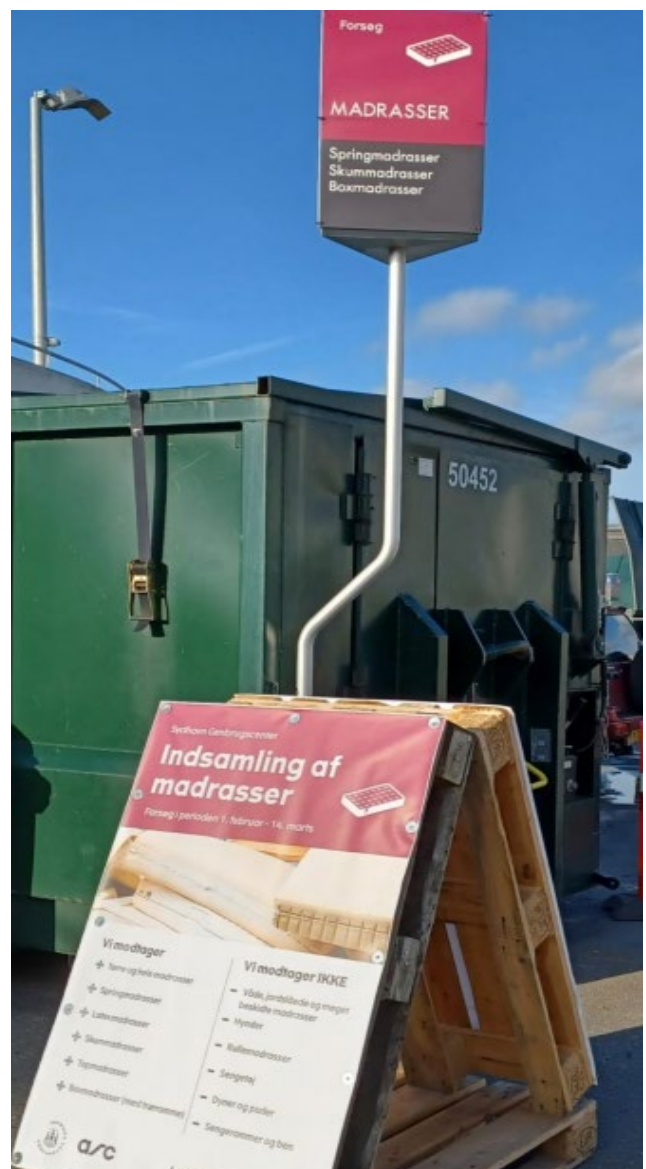
## OPDRAGELSE I KORREKT SORTERING

Sortering - både i forhold til storskrald og ude på genbrugspladserne - er ikke nødvendigvis let. De forskellige kommunikationstiltag i indsamlingsforsøget var derfor også et forsøg på at forenkle og optimere sorteringen.

Det viste sig dog, at selv med plakater på genbrugsstationen, informationer om madrassindsamlingsforsøget, Facebook-opslag mm. var det ikke let for borgerne at vurdere, om deres madras matchede sorteringskriterierne. Vejledning fra pladsansatte var ofte nødvendigt.

Også på en storskraldsrute sås et behov for bedre information om storskraldsegneede genstande. Den ansatte, der gennem mange år havde kørt storskrald og indsamlet bl.a. madrasser, beskrev en del af sit job som opdragelse af borgerne:

"Vi må jo opdrage dem. Nogle borgere bliver VED med at sætte det samme ud igen og igen og igen, og så har jeg spurgt: 'Hvorfor?' – og så svarede de, 'jamen, jeg ser da bare, om den går'. Så vi er nødt til at være hårde og holde fast i, at vi altså *ikke* tager de ting på listen [uddelt til borgere, når forkert storskrald er sat til afhentning]."



Plakat med orientering om madrassindsamlingsforsøgets sorteringskriterier



Foto 1: Påsatte labels med information om at madrassen skulle indgå i indsamlingsforsøget og ville blive afhentet senere

Foto 2: Skilt (Vejle genbrugsstation)

Foto 3: 'Pas På Mig'-Illustration

Foto 4: Illustration af information om sorteringskriterier



## KOMMUNIKATIONSTILTAG

De deltagende kommuner har både forskellige genbrugsstationer og forskellige borgergrupper. Det gav derfor god mening at målrette kommunikationen på forskellig vis og gennem forskellige medier. En fælles erfaring var betydningen af vejledning fra ansatte på genbrugsstationen. At sortere madrasserne korrekt hviler på et skøn: Er den ren nok, tør nok, kan den overhovedet blive kategoriseret som madras? Overvejelser som disse har de pladsansatte hjulpet borgerne med at besvare.

### Sydhavnens genbrugsstation

Der blev kommunikeret om madrasforsøget via digitale kanaler:

- ARC's hjemmeside med borgerrettet og handlings-anvisende tekst, herunder sorteringskriterier
- Facebook, Instagram og LinkedIn med henvisning til ARC's side om forsøget

Der blev også kommunikeret på genbrugspladsen:

- Fraktionsskilt på container "Madrasser"
- Containeren til polstrede møbler havde i perioden fået tildækket ordet "springmadrasser"
- Palleskilt ved siden af container med sorteringskriterier
- A5 flyer med sorteringskriterier, der blev uddelt af personale i slusen

Desuden indslag i TV2 Lorry 4/2 og artikel d. 9/2.

### Hillerød genbrugsplads

- Formøde med lederen på genbrugsstation, hvor sorteringskriterier blev gennemgået (ja tak, nej tak, hvor tør/ren/hel) – leder formidlede dette videre til medarbejdere
- Plakat ved madrascontaineren - måske den ikke var tydelig nok som skiltning
- Personalet på pladsen videreformidlede sorteringskriterier, når de så, at borgere kom med madrasser. Borgere, der ikke var i kontakt med personale, før de afleverede deres madras, orienterede sig formentlig om sortering ved at se på de madrasser, der lå i containeren mere end at læse sorteringskriterierne på skiltet ved containeren
- Nyhed om madrasforsøg på extranet for affaldsmedarbejdere i Vestforbrændings kommuner, incl. fokus på sorteringskriterier

Det blev vurderet, at ekstern kommunikation på hjemmeside eller SoMe ikke var relevant ud fra antagelsen om, at det ville tage kort tid at fylde en container, og at borgere derefter ville gå forgæves, når de ville aflevere deres madras til genanvendelse. Antagelsen om hurtigt containeropfyld viste sig korrekt.

### Vejle genbrugsstation

De anvendte kommunikationstiltag:

- Facebook opslag
- Skilt
- Flyers
- Oplæring af pladspersonalet
- Klistermærke til påsætning af madras med besked om senere afhentning
- Møder

Den primære effekt fra Facebook-opslag var at borgerne blev opmærksomme på, at de nu kunne sortere madrasser fra, og så var det muligt at få feedback på forsøget.

### Hønsinge genbrugsplads, Odsherred

I Odsherred valgte man at rette et særligt fokus mod de mange sommerhusboliger og informerede om indsamlingsforsøget i Sommerhusnyt, der har 5-6.000 sommerhusejere som modtagere. Derudover blev der kommunikeret på pladsen gennem brug af fraktionsskilt og et større Informationsskilt (A-skilt). Der blev informeret på Facebook, lavet en folder og informeret til genbrugsvejledere. Yderligere blev der lavet kampagne om PAS PÅ MIG (hvor madrasser var ét af indlæggene).

### Fælles ambition: At minimere omsortering

Før kommunikationen om indsamlingsforsøget gjorde kommunerne sig overvejelser om arbejdsmiljøet på genbrugspladserne. Ønsket var i videst muligt omfang at beskytte medarbejderne mod omsortering af de ofte tunge og u håndterbare madrasser. Slusepersonale, der fra start kunne vejlede borgerne, antages at have bidraget til mindre omsortering. Det kan desuden anbefales, at kommunikationen på genbrugsstationerne er meget synlig for borgerne og ikke drukner i diverse informationer, bannere mm.

## Forfattere

Bettina Hauge & Thomas Fruergaard Astrup, DTU Sustain

## Referencer

<https://circularcph.cphsolutionslab.dk/cc/partnerships/partnership-for-circular-mattresses>

## Partnere i projektet

Vejle Kommune, Odsherred Kommune, Københavns Kommune, ARC, ARGO, Vestforbrænding, Danfoam/Tempur-Sealy, Bramming Plast Industri, Region H.

