



Kampagne zur Eindämmung der Rosskastanien-Miniermotte

Hinweise auf Basis von Erfahrungswerten mit der – seit 2002 erfolgreichen – Kampagne in Berlin

Inhalt:

Ausgangslage	2
Ziele der Kampagne	3
1. Eindämmung/ Bekämpfung der Miniermotte – Reduzierung des Neubefalls im Folgejahr – Gesunderhaltung der Bäume	3
2. Förderung von Engagement der Bürger/innen für ihre Stadt (Teilhabe).....	3
Beachtung und Respektierung von Zuständigkeiten.....	4
1. öffentliches Grün.....	4
2. öffentliche Straßen/ Straßenbäume.....	4
3. private Grünflächen/ private Freiflächen.....	4
Organisation der Kampagne (Runder Tisch)	5
Beteiligte	5
Zeitraum	5
Aufakttermin	5
Bilanz.....	5
Effektive Öffentlichkeitsarbeit	6
Corporate Design.....	6
Information.....	6
Direktansprache.....	6
Multiplikatoren.....	6
Info-Hotline	6
Finanzierung der Kampagne und der Laubsammelaktionen.....	7
personeller Aufwand (bezahlte Arbeitszeit)	7
finanzieller Aufwand (Sachmittel):	7

Ausgangslage

Seit wenigen Jahren sind europaweit alle weißblühenden Rosskastanien durch die Rosskastanien-Miniermotte befallen. Während der Baum forstwirtschaftlich keine Bedeutung hat, wird er gerade in Siedlungsräumen sehr geschätzt und hat dort als Ziergehölz eine lange Tradition. Der Schädlingsbefall der Rosskastanie führte zu einer starken Beachtung bei weiten Teilen der Bevölkerung.

Der schädigende Fraß der Miniermottenlarven in den Blättern bewirkt die vorzeitige Verbräunung des Laubes, das schließlich vollständig vertrocknet und abfällt. Bei starkem Befall geschieht dies so früh im Jahr, dass der Nährstoffhaushalt der Bäume gestört wird. Zusätzlich können die vorzeitig entlaubten Kastanien in einer Notreaktion noch im Herbst erneut austreiben und sogar blühen. Diese jungen und unreifen Triebe können dann von den ersten Nachfrösten so schwer geschädigt werden, dass die Bäume dauerhafte Schäden erleiden können. Aufgrund von Schwächung und Schädigung sind Bäume anfälliger für Krankheiten. Im abgefallenen Kastanienlaub befinden sich die Puppen der Motte. Diese können überwintern und im nächsten Frühjahr wieder schlüpfen, wenn die Blätter liegen bleiben. Das Kastanienlaub kann so bereits im ersten Austrieb stark befallen werden.

Um den Miniermottenbefall einzudämmen und damit die Gesundheit der Kastanien zu fördern, muss das Kastanienfalllaub möglichst vollständig gesammelt, entsorgt und schädlingsabtötend behandelt werden. Die Wirksamkeit der Laubbeseitigung wurde auch durch Untersuchungen des Berliner Pflanzenschutzamtes bestätigt: Sorgfältiges Laubsammeln reduziert den Befall um 2/3 im nächsten Frühjahr. Die Bäume bleiben länger grün und verkraften besser spätere Laubschäden. In Berlin wird der Schädling wegen ökologischer (und rechtlicher) Aspekte ausdrücklich nicht durch Verbrennung des befallenen Laubes beseitigt. Eine umweltschonende und gleichzeitig hochwirksame Behandlung des gesammelten Laubes ist die Kompostierung bei hohen Temperaturen (in Großkompostieranlagen): Bei dieser Art der Kompostierung erfolgt eine sichere Abtötung der Mottenpuppen. Der Wertstoff Biomasse kann danach als Kompost wieder unschädlich in den biologischen Kreislauf zurückgeführt werden.

Seit 2002 gibt es die gemeinsame Kampagne zur Eindämmung der Kastanienminiermotte von Pflanzenschutzamt, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, bezirklichen Gartenämtern sowie Berliner Stadtreinigungsbetrieben (BSR). Die Laubsammelkampagne findet zur gewohnten Zeit des stärksten Laubfalls Ende Oktober/ Anfang November statt und dient insbesondere als Auftakt und Motor für eine Vielzahl weiterer, ganz unterschiedlich organisierter Aktionen: Im Rahmen der Kampagne finden zunächst Aktionen im öffentlichen Grün statt, an denen sich interessierte Bürgerinnen und Bürger beteiligen können. Auf Schulhöfen sammeln engagierte Schülerinnen und Schüler das Kastanienlaub. An öffentlichen Straßen wird generell regulär durch die BSR oder durch private Anlieger, wo diese selbst zuständig sind, Laub gesammelt. An vielen Stellen in der Stadt wird Kastanienlaub im Siedlungsgrün z.B. von Wohnungsbaugesellschaften, in Hinterhöfen oder auf Betriebsflächen seit der ersten Kampagne durch verschiedenste private Initiativen entfernt. Das Berliner Pflanzenschutzamt berät, beobachtet und analysiert fortlaufend die Maßnahmen der Kampagne.

Um mit einer solchen Kampagne möglichst erfolgreich und wirksam Bürgersinn und -engagement ansprechen sowie die Bürger/innen nachhaltig aktivieren zu können, sollten schon im Vorfeld und auch im weiteren Verlauf eines solchen Projekts bestimmte Punkte Beachtung finden:

Ziele der Kampagne

Wichtig zum Erreichen der Kampagnenziele sind zuallererst Information und Motivation zum Laubsammeln (Motivation durch Information). Hauptadressaten sind Privateigentümer/innen. Zusätzliche, aktivierende Mitmach-Angebote von Laubsammlungen im öffentlichen Stadtgrün für interessierte Bürger/innen sind dabei Teil der Öffentlichkeitsarbeit und sollen insbesondere der Förderung und Verstärkung von bürgerschaftlichem Engagement dienen – auch im Privaten.

Wirksame Laubsammelaktionen gegen die Motte müssen längerfristig und regelmäßig (jährlich wiederkehrend) geplant und durchgeführt werden – nach Möglichkeit auch unabhängig von einem Kampagnenzeitraum. Die Notwendigkeit wiederkehrender und möglichst flächendeckender Maßnahmen muss allen Beteiligten von Anfang an deutlich sein bzw. gemacht werden.

Die aktiv betriebene medienwirksame Kampagne ist neben der ebenso notwendigen dauerhaften Öffentlichkeitsinformation nur innerhalb eines befristeten Zeitraums sinnvoll; erfahrungsgemäß ist nach kurzer Zeit der Neuigkeitswert einer Nachricht verbraucht und die Medienwirksamkeit schwindet. Eine Kampagne muss daher konzentriert und nachhaltig vor allem Kerninhalte, Wiedererkennungswert und Auftaktsignal transportieren.

1. Eindämmung/ Bekämpfung der Miniermotte – Reduzierung des Neubefalls im Folgejahr – Gesunderhaltung der Bäume

Möglichst umfassendes, gründliches Laubsammeln mit zweckmäßiger Laubbehandlung (in Berlin Verbringung in Großkompostieranlagen durch die Stadtreinigung oder eigene, entsprechend kontrollierte Kompostierung durch die Bezirke) ist die vom Pflanzenschutzamt empfohlene, vergleichsweise einfache und gut wirksame Hygienemaßnahme, mit der ein Beitrag zur Gesunderhaltung sowie Ästhetik der Bäume erbracht werden kann. Andere, gleichermaßen geeignete Maßnahmen gegen den Schädling stehen zur Zeit nicht zur Verfügung.

Neben dem Erhalt der Vitalität und damit dem Schutz vor mittelfristigem/langfristigem Sekundärbefall oder Schädigung durch Schwächeparasiten oder Krankheiten wird auch die ästhetische Beeinträchtigung durch frühzeitige Blattverbräunung und vorzeitigen Blattfall gemindert.

2. Förderung von Engagement der Bürger/innen für ihre Stadt (Teilhabe)

kurzfristig

- Aktivierung und Nutzung von bürgerschaftlichem Engagement / Wecken der entsprechenden Bereitschaft
- Ausrichtung von Umwelterziehung und Umweltengagement auf das öffentliche Stadtgrün und den gesamten öffentlichen Raum
- Wecken des Verantwortungsbewusstseins und des (finanziellen) Engagements der privaten Eigentümer sowohl für das öffentliche als auch das private Grün

mittelfristig/ langfristig

- Traditionsbildung
- nachhaltige Vernetzung von bürgerschaftlichem Engagement, Umwelterziehung und Umweltengagement
- Stärkung des Verantwortungsbewusstseins für die gemeinsame Umwelt und damit auch für den öffentlichen Raum als gemeinsam benutztes, öffentliches Gut
- Stärkung des Verantwortungsbewusstseins privater Eigentümer für private Grünflächen

Beachtung und Respektierung von Zuständigkeiten

bei der Pflege und Unterhaltung des Stadtgrüns bzw. der Laubbeseitigung

1. öffentliches Grün

Die Zuständigkeit für die Pflege und Unterhaltung und damit auch für die nun notwendige Kastanienlaub-beseitigung liegt bei der öffentlichen Verwaltung (in Berlin bei den Bezirksämtern). Diese Aufgabe ist zusätzlich, weil Falllaub ansonsten unter ökologischen Gesichtspunkten weitgehend in Gehölzflächen verbleiben sollte. Eine Unterstützung (in Berlin durch die Stadtreinigung) bei Laubbeseitigung und Laubentsorgung ist für die Erfüllung dieser zusätzlichen Aufgabe teilweise erforderlich. Eine Unterstützung durch Bürger/innen beim Laubsammeln ist während der Kampagne im Rahmen von koordinierten Aktionen erwünscht. Ansonsten konnte in Berlin der personelle Mehraufwand durch eine Vielzahl von ABM-, heute überwiegend von MAE-Projekten verringert werden. Es verbleibt als zusätzlicher Arbeitsaufwand u.a. die Organisation und Finanzierung der Bereitstellung von zusätzlichen Geräten (Laubrechen, Schubkarren, ggf. Container und Transportfahrzeuge) sowie die Anleitung bzw. Kontrolle zusätzlicher Arbeitskräfte.

→ Konfliktträchtig ist hier u.a. ein Überengagement einzelner Menschen, deren beabsichtigte Aktionen zuweilen mehr Unterstützung durch die Verwaltung erfordern, als dadurch Hilfe erbracht werden kann (Aufwand-Nutzen-Abwägung).

2. öffentliche Straßen/ Straßenbäume

Die Zuständigkeit für die Beseitigung von Laub von öffentlichem Straßenland im Rahmen der Straßenreinigung liegt in Berlin bei den Stadtreinigungsbetrieben. Dabei sind folgende Flächen nicht enthalten: sog. "C-Straßen" (Stadtrandlage, weitgehend unbefestigt), gärtnerisch begrüntes Straßenland, angrenzende private Vorgartenflächen, auf die z.T. auch Laub von Straßenbäumen fällt.

→ Konfliktträchtig ist hier u.a. das fälschlich für rechtmäßig gehaltene "Abschieben" des Laubes von Privatflächen auf öffentliches bzw. begrüntes Straßenland, d.h. durch Abschieben der privaten Verantwortung für Kastanienlaub-beseitigung auf die Stadtreinigung bzw. die öffentliche Verwaltung.

→ Konfliktträchtig ist zusätzlich die Abgrenzung des gärtnerisch begrüntes Straßenlandes und die daraus folgende Zuständigkeit.

3. private Grünflächen/ private Freiflächen

Die Zuständigkeit für die Pflege von Privatflächen liegt allein bei den jeweiligen privaten Eigentümern („Eigentum verpflichtet“). Die Übernahme von Verantwortung für die Gesundheit von Kastanienbäumen auf diesen Flächen kann nicht erzwungen, sondern allenfalls durch Überzeugungsarbeit erreicht werden. Daher ist die Information über mögliche und richtige Gegenmaßnahmen und Werbung für mehr Verantwortungsbewusstsein wichtig. Dies ist in Berlin ein zunehmender Schwerpunkt, da die Laubsammlung im öffentlichen Grün dank Bürgeraktionen und MAE-Einsatz inzwischen gut organisiert ist.

→ Konfliktträchtig sind hier u.a. die privat zu tragenden notwendigen Kosten für eine Laubentsorgung.

Besonders im Rahmen einer erstmaligen Kampagnendurchführung ist ggf. durch alle Beteiligte intensives argumentatives Konfliktmanagement notwendig, um die Grenzen der unterschiedlichen Handlungsrahmen und Verantwortlichkeiten nachvollziehbar darstellen zu können und so Enttäuschungen/ Frustration durch überhöhte Erwartungen zu begegnen.

Organisation der Kampagne (Runder Tisch)

Als Diskussionsforum, zur allgemeinen Information und zur gemeinsamen Vorbereitung der Kampagne hat sich die Bildung eines „Runden Tisches“ als sinnvoll erwiesen. Teilnehmer sind Vertreter/innen der an der Organisation und Durchführung der Kampagne beteiligten vorbereitenden und ausführenden Organisationen. Das Ziel ist gemeinsam abgestimmtes Handeln. Durch den Runden Tisch werden Beschlüsse u.a. zu den Schwerpunkten der Öffentlichkeitsarbeit und zur Klärung von Zuständigkeiten und Fristen (Was ist von wem bis wann zu tun?) getroffen. Je nach Routine sind mehrere oder auch nur einmalige Zusammenkünfte des Runden Tisches notwendig.

Beteiligte

- Stadtgrünverwaltung:** Senatsverwaltung als Organisationszentrale (inkl. politischer Leitung und Öffentlichkeits- und Pressebereich), Bezirke für die konkrete Umsetzung
Unterstützer/Sponsoren (Werbung, Stadtreinigung ggf. weitere) arbeiten zu Fragen der Finanzierung und Durchführung der Öffentlichkeitsarbeit unabhängig vom Runden Tisch direkt mit dem Öffentlichkeitsbereich bzw. den entsprechenden Organisationsverantwortlichen zusammen.
- Pflanzenschutzamt:** als fachliche Beratung zum Sachstand von Wissenschaft/ Forschung sowie zu geeigneten Bekämpfungsmaßnahmen
- Schulverwaltung:** als weitreichender Multiplikator in die Schulen → Aktionen, Patenschaften, Projekte von Schulklassen (Umwelterziehung als zusätzliche Chance der Nachhaltigkeit; aber auch Aktivierung der Familien über die Schüler/innen) in Berlin Rundschreiben an alle Schulen
- Stadtreinigung:** als konkret an der Laubbeseitigung beteiligte Einrichtung, in Berlin insbesondere auch als wichtiger Kampagnenpartner: Unterstützung von angemeldeten Laubsammelaktionen im Aktionszeitraum

Zum erstmaligen Start einer Kampagne ist für eine besonders transparente Information über geplante Maßnahmen und Aktionen ggf. auch noch die Hinzuziehung weiterer Beteiligter denkbar, z.B. Vertreter von Verbänden und Vereinen (Naturschutz, Wohnungsbau, etc.). In den Folgejahren erscheint dies bei unveränderten Inhalten nicht notwendig - eine Information/Erinnerung sollte dann genügen.

Zeitraum

In Berlin hat sich ein 14 Tage-Aktionszeitraum für die Kampagne bewährt (mit offener Nachlaufzeit). Der günstigste (Start-)Termin liegt zu Beginn der Zeit des überwiegenden Laubfalls (insbesondere durch erste Frosträchte, in Berlin: Ende Oktober/Anfang November), da dann die notwendige Effektivität bei der Laubbeseitigung ggf. schon mit einer Aktion erreicht werden kann.

Auftakttermin

Die Verständigung auf einen gemeinsamen Auftakttermin dient der besseren Medienwirkung aller Beteiligten, die dann die gesamte Aufmerksamkeit der Medien auf sich ziehen können.

Bilanz

Eine motivierende Bilanz ist besonders zum Abschluss der ersten Kampagnen notwendig, um das Engagement mit den notwendigen Erfolgsmeldungen (soweit vorhanden) zu belohnen und für die nächsten Jahre zu sichern.

Effektive Öffentlichkeitsarbeit

Corporate Design

Ein wiedererkennbares Logo mit entsprechendem Motto wird für die gesamte Öffentlichkeitsarbeit entwickelt und auch in den Folgejahren verwendet (in Berlin jeweils leicht verändert).

Information

Internet

Im Rahmen eines relativ einfach aktuell zu haltenden Internetauftritts dienen allgemeine Informationsseiten über die Rosskastanien-Miniermotte und die Laubsammelkampagne als dauerhafte Basis für aktuelle und zeitlich befristete Kampagneninhalte, z.B. Aktionstermine, spezielle Ansprechpartner (<http://www.stadtentwicklung.berlin.de/pflanzenschutz/kastanienminiermotte/>).

Broschüren/ Faltblätter

Die zusätzliche Verteilung schriftlicher Informationen (z.B. Info-Faltblatt zur Miniermotte von BBA/ GALK/ FLL, siehe Anlage) kann Berührungängste und Zugangsprobleme mit dem Medium Internet ausgleichen und ist insbesondere für Schulklassen und Bürger/innen mit Interesse an einer konkreten Multiplikatorentätigkeit geeignet.

Direktansprache

Eine schriftliche Information mit der Bitte um Mittun durch die politische Leitung an öffentliche und private Institutionen mit größerem Flächeneigentum in der Stadt (u.a. Wohnungsbaugesellschaften, Krankenhäuser, Universitäten, Versorgerbetriebe, Bahnbetreiber, Kirchen, Industrie) zu Beginn der Kampagne kann ggf. die Wahrnehmung des öffentlichen Aufrufs zu Laubsammelaktionen durch diese Einrichtungen verbessern (In Berlin wurde ein entsprechendes Anschreiben in den ersten drei Jahren der Kampagne verschickt.)

Multiplikatoren

Medien

Begleitend zur Kampagne sind fundierte regionale Medienberichte (Presse, Funk, Fernsehen) notwendig – wichtig für die Entwicklung einer selbstverständlichen jährlich wiederkehrenden Tradition ist eine sachgerechte Darstellung

Werbung

Plakatierungen an Großplakatflächen, beleuchteten Werbeanlagen, auf ÖPNV-Werbeflächen und Werbe-Postkarten sowie „U-Bahn-Fernsehen“, Info-Broschüren und kleinformatige Plakate für vielfältigen Gebrauch sind wichtige, aber kostspielige Werbeträger der Kampagne, die insbesondere durch Sponsoring finanziert werden können.

Politik

Laubsammelaktionen in öffentlichen Grünanlagen werden u.a. von Bezirkspolitiker/innen für direkte Bürgerkontakte genutzt (in Berlin u.a. Teilnahme von Bezirksbürgermeistern und Stadträten; Aufrufe und Berichte erfolgen dazu in der lokalen Presse und Bezirksveröffentlichungen).

Info-Hotline

Eine telefonische Hotline oder ein Info-Telefon kann Fragen überraschter Bürger/innen zur Kampagne und zur Laubbeseitigung auffangen. Der technische, personelle und finanzielle Mehraufwand kann sich angesichts einer öffentlichkeitswirksameren Einführung einer Kampagne lohnen. In Berlin wurden in den ersten beiden Jahren 2002 und 2003 parallel zur Internetinformation entsprechende Angebote gemacht; inzwischen ist das Wissen um den Schädling und die möglichen Gegenmaßnahmen allgemein weiter verbreitet. Seit 2004 gibt es nur noch vereinzelt Anfragen von Bürger/innen.

Finanzierung der Kampagne und der Laubsammelaktionen

Der jeweilige personelle und ggf. finanzielle Aufwand für die Beteiligten sollte vorab geklärt und festgelegt werden. Für die öffentliche Verwaltung ist mit folgenden Aufwendungen besonders zu rechnen (Aufzählung nicht abschließend):

personeller Aufwand (bezahlte Arbeitszeit)

- *vorhandene Mitarbeiter/innen in der Verwaltung:*
Informationsaufbereitung / Informationsweitergabe
Bürgerberatung per Telefon / E-Mail / Schriftverkehr
Organisation der Kampagne
Organisation der Laubsammelaktionen
Sponsorensuche, -pflege
Anleitung von Laubsammelhelfer/innen, MAE

Der zeitliche Umfang hängt auch ab vom Umfang der beabsichtigten Kampagne. Die notwendigen Tätigkeiten lassen sich ggf. mit veränderter Schwerpunktsetzung im Rahmen der normalen Aufgabenerfüllung erledigen (u.U. zu Lasten mancher regulären Tätigkeiten).

finanzieller Aufwand (Sachmittel):

- *Vergabe von Leistungen / Werkverträge:*
Werbeagentur (Design Logo, Motto, Plakate)
Pakatdruck
Werbung (Benutzung von Werbemedien)
Internetseitenerstellung
Broschüreneerstellung, -druck bzw. -einkauf
Laubsammlung durch Privatfirmen
Laubentsorgung / -behandlung in Großkompostieranlagen
- *Beschaffung von Material:*
Laubrechen
Handschuhe
(Wetter-)Schutzkleidung für MAE-Beschäftigte

Der finanzielle Aufwand für eine groß angelegte, stadtweite Öffentlichkeitsarbeit ist allein durch die Verwaltung ohne eine Unterstützung durch private Sponsoren nicht zu leisten.

Angesichts der immer mehr begrenzten finanziellen Leistungsfähigkeit der öffentlichen Hand müssen zuerst gesetzlich geforderte oder anderweitig vorrangige Aufgaben erfüllt werden, obwohl die Ziele einer Laubsammelkampagne wichtig und richtig sind.

Durch Sponsoring (bzw. Ko-Finanzierung von Werbeflächen und Druckkosten) oder vergleichbare Unterstützung privatwirtschaftlicher Unternehmen können die Kosten für die öffentliche Hand in erforderlichem Umfang gering gehalten werden. Unterstützende Firmen (in Berlin: Werbung und Stadtreinigung) stellen dann ihr Engagement für die Kampagne angemessen öffentlichkeitswirksam dar.

Ohne Medienunterstützung erhalten Informationen der Verwaltung im Internet sehr wahrscheinlich nicht die große Resonanz, die zusammen mit einer breiten Kampagne möglich ist. Auch die in Berlin inzwischen bereits ohne (bzw. vor der) Kampagne einsetzenden privat organisierten Laubsammelaktionen wären wahrscheinlich ohne das privatwirtschaftliche Engagement für die Kampagne nicht zustande gekommen. Die gemeinsame Medienoffensive mit unseren Partnern Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR) und Ströer City Marketing GmbH ist damit aus Berliner Sicht ein besonderer Bestandteil des Erfolgs.