

KAKO LAHKO KOMUNALNO PODJETJE SPREMINJA (POTROŠNIŠKE) VZORCE IN VREDNOTE OBČANOV? PRIMER LJUBLJANSKE SNAGE

Nina Sankovič, Tamara Vidic Perko

odnosi z javnostmi // Public Relations,
Snaga, javno podjetje, d. o. o., Ljubljana, Povšetova 6
nina.sankovic@snaga.si, tamara.vidic@snaga.si

Povzetek: Javno podjetje Snaga ima dovršen sistem ločenega zbiranja odpadkov (po podatkih organizacije “Zero waste Europe” je Ljubljana evropska prestolnica z najvišjim deležem ločeno zbranih odpadkov), svoje uporabnike pa spodbuja k vedenju, ki je še bolj zaželeno od recikliranja. To sta ponovna uporaba in preprečevanje nastajanja odpadkov (znotraj tega tudi zmanjševanje količin zavržene hrane). Snaga je zato zagnala družbeno odgovorni pobudi 'Enkratno je stvari uporabljati večkratno' in 'Dvigni glas proti zavrženi hrani', aktivno pa sodelujemo tudi pri pobudi Zbornice komunalnega gospodarstva 'Skupaj za boljšo družbo'. Pobude so naletele na zelo dober odziv občanov, medijev in stroke. Cilj pobud je širši javnosti predstaviti pomen premišljenega potrošništva, ponovne uporabe in zmanjševanja količin zavržene hrane ter na dolgi rok spremeniti vedenje posameznikov, zmanjšati količino zavržkov hrane ter usmerjati še uporabne dobrine tja, kjer jih družba najbolj potrebuje.

Ključne besede: Snaga, javno podjetje, d.o.o., zbiranje odpadkov, družbena odgovornost, Ljubljana.

HOW CAN A MUNICIPAL COMPANY CHANGE (CONSUMER) PATTERNS AND VALUES OF CITIZENS? - CASE STUDY OF SNAGA, PUBLIC WASTE MANAGEMENT COMPANY OF LJUBLJANA

Abstract: Public company Snaga has an advanced and effective system of separate waste collection (according to the organization “Zero Waste Europe” Ljubljana, among EU capitals, has the highest rate of separately collected waste) and encourages its users to engage in behaviors that are even more desirable than recycling, i.e. reuse and waste prevention (also reducing food waste). Therefore Snaga started initiatives “Get used to reuse” and “Raise your voice against food waste” and is actively involved in a campaign “Together for a better society” of Chamber of Local Public Economy. All three initiatives were very well accepted by citizens and spread quickly on the media. The main aim of the initiatives is to present the importance of thoughtful consumption, reuse and reducing food waste to change the behavior of every one of us, to reduce the amount of food waste and to guide still useful goods to where the society needs it most.

Keywords: Snaga, municipal company, d.o.o., separate waste collection, social responsibility, Ljubljana.

1. Uvod

Javno podjetje Snaga je največje slovensko komunalno podjetje, ki z dovršenim sistemom ločenega zbiranja odpadkov skrbi za celostno ravnanje z odpadki za 380 tisoč občank in občanov v Ljubljani ter devetih primestnih občinah. S sistemom ločenega zbiranja odpadkov od vrat do vrat dosegamo odlične rezultate (Ljubljana je po podatkih organizacije Zero Waste Europe evropska prestolnica z največjim deležem ločeno zbranih odpadkov) in

smo vzor drugim evropskim državam, hkrati pa se zavedamo svoje moči in odgovornosti pri spreminjanju vrednot ter navad naših uporabnikov. Zato smo zagnali družbeno odgovorni pobudi 'Enkratno je stvari uporabljati večkratno' in 'Dvigni glas proti zavrženi hrani', aktivno pa sodelujemo tudi pri pobudi Zbornice komunalnega gospodarstva 'Skupaj za boljšo družbo'.

2. Od ozaveščanja h komuniciranju

Podobno kot druga komunalna podjetja v Sloveniji je tudi Snaga skoraj desetletje svoje uporabnike predvsem ozaveščala o ločevanju odpadkov, nismo pa se (dovolj) zavedali svoje odgovornosti pri spreminjanju (potrošniških) vedenjskih vzorcev naših uporabnikov, ki zvišujejo kakovost življenja in prispevajo k trajnostni in bolj odgovorni družbi.

Spreminjanje vedenjskih in potrošniških vzorcev ter vrednot pa zahteva pogled globlje ter drugačne komunikacijske pristope in orodja, ki omogočajo, da:

- občan preprosto, hitro in na njemu najljubši način dobi informacije, odgovore, napotke in usmeritve, povezane z vsemi vidiki ravnanja z odpadki;
- občani spoznajo in v svoj življenjski slog prenesejo filozofijo preprečevanja nastajanja odpadkov, zmanjševanja količin zavržene hrane in ponovne uporabe;
- je občan proaktiven, da lahko posreduje povratne informacije in mnenja ter deluje kot ambasador dobrih praks v svojem lokacijskem, družbenem, stanovskem, generacijskem okolju.

Z drugačnimi komunikacijskimi aktivnostmi, sodelovanjem z mediji, nevladnimi organizacijami in drugimi deležniki smo začeli krepiti razmišljanje in življenjski slog, ki spodbuja premišljeno potrošnjo (ponovna uporaba stvari, zmanjševanje količin zavržene hrane in preprečevanje nastajanja odpadkov), odgovorno ravnanje do okolja, do ohranjanja naravnih virov in do prihodnosti nasploh.

3. Družbeno odgovorne pobude

V družbi izobilja in pretirane potrošnje je odnos ljudi do dobrin postal površen in nespoštljiv. V Snagi se zavedamo, da imamo kot komunalno podjetje moč in odgovornost za spreminjanje vrednot ter obnašanja uporabnikov, in to s ciljem, da bomo postali bolj trajnostno naravnana ter odgovorna družba kritičnih potrošnikov. Z različnimi aktivnostmi in v sodelovanju z drugimi deležniki (izobraževalnimi ustanovami, nevladnimi organizacijami, občinami, mediji ...) si zato prizadevamo, da bi Slovenci zmanjšali količine zavržene hrane, kritično razmišljali o načrtovanih nakupih, pili vodo iz pipe namesto iz plastenk, kupovali več stvari iz druge roke ali si jih izposojali.

S pobudo **Enkratno je stvari uporabljati večkratno**, nastalo konec leta 2013, uporabnike Snage in širšo javnost spodbujamo k ponovni uporabi, odgovornemu potrošništvu in preprečevanju nastajanja odpadkov. S pomočjo 'ponovno uporabljene' pesmi Ota Pestnerja »Letiva«, plakatov, nalepk na zabojnikih, dogodkov in delavnic v četrtnih skupnostih ter Centru ponovne uporabe smo želeli ponuditi kontrapunkt prevečkrat brezglavemu potrošništvu in prepričanju, da je novo kratko malo boljše od starega/že uporabljenega. V zadnjih dveh letih se delež še uporabnih stvari, ki končajo v zabojnikih, vztrajno zmanjšuje, kar dokazujejo tudi javnomnenjske raziskave, ozaveščenost javnosti se izboljšuje, ljubljanski Center ponovne uporabe pa beleži porast obiskov (statistični podatki kažejo, da je sredi leta 2014 lastnika zamenjalo v povprečju 75 predmetov na dan, danes pa povprečno število prodanih predmetov dosega število 100). Jeseni 2014 je Snaga za dosego še boljših rezultatov pobudo nadgradila in jo prek Zbornice komunalnega gospodarstva prenesla na nacionalno raven. Nastala je pobuda **Skupaj za boljšo družbo**, katere cilj je doseči bolj trajnostno naravnano in odgovorno družbo.

Pobuda Skupaj za boljšo družbo je pod okriljem komunalne zbornice povezala slovenska komunalna podjetja, ki si želijo, da bi Slovenci zmanjšali količine zavržene hrane, kritično razmišljali o načrtovanih nakupih, pili vodo iz pipe namesto iz plastenk, kupovali več stvari iz druge roke ali si jih izposojali ... Slovenske komunale v svojem lokalnem okolju posredno (prek prispevkov v medijih) ali neposredno (prek spletnih mest, dogodkov, tiskanega gradiva itd.) svoje uporabnike seznanjajo s problematiko in jih spodbujajo k spremembi vedenja.

Ena odmevnejših akcij je bil praktični prikaz količine zavržene hrane v petnajstih slovenskih mestih v sklopu Evropskega tedna zmanjševanja odpadkov, s katero smo pokazali, koliko hrane letno zavrže povprečen Slovenec. Akcija je pritegnila veliko pozornosti med občani (instalacije, ki so simulirale količine zavržene hrane, so bile postavljene pred občinskimi zgradbami, na osrednjih tržnicah in na drugih frekventnih lokacijah), dosegla pa je tudi veliko medijsko odmevnost – bila je predstavljena na naslovnici Dela, v osrednji informativni oddaji na POP TV, v dveh dnevnoinformativnih oddajah na nacionalni televiziji, na nacionalnih, komercialnih in lokalnih radijskih postajah, na najbolj obiskanih spletnih mestih ...

Poleg tega pa je bila akcija predstavljena na uradni strani European Week for Waste Reduction in se poteguje za nagrado European Week for Waste Reduction Awards.

S Snagino drugo družbeno odgovorno pobudo **Dvigni glas proti zavrženi hrani** pa naše uporabnike in širšo javnost opozarjamo na problem zavržene hrane in problematiziramo odnos ljudi do hrane v družbi izobilja ter pretirane potrošnje. Javnost na zavrženo hrano opozarjajo tudi kante, ki so neme priče vsakdanjih navad, vrednot in življenjskega sloga svojih uporabnikov. Nespoštljiv odnos do hrane v bolj spoštljivega spreminjamo z urbanih intervencijami (protest zabojnikov in novinarska konferenca na osrednji ljubljanski tržnici), dejavnostmi za šolarje, predšolske otroke in obiskovalce naše Hiške ponovne uporabe v Minicityju, sodelovanjem z mediji, nevladnimi in drugimi organizacijami (skupne aktivnosti z Ekologi brez meja, Zavodom Buna, Informacijsko pisarno Evropskega parlamenta), gostinci itd., predvajanjem pesmi Kanta Blues na radijskih postajah itd.

4. Sodelovanje z izobraževalnimi ustanovami, nevladnimi organizacijami in drugimi deležniki

Pomembno vlogo pri spreminjanju vrednot in navad uporabnikov v bolj trajnostno naravnane igra izobraževanje otrok in mladostnikov. Zato smo zasnovali izobraževalni program, ki temelji predvsem na spodbujanju ponovne uporabe, zmanjševanju količin zavržene hrane in preprečevanju nastajanja odpadkov. Prek sodelovanja s šolami smo namreč opazili, da se v mnogih šolah oziroma razredih pogovarjajo predvsem o ločevanju odpadkov, medtem ko prednostna ravnanja z odpadki ostajajo v ozadju.

V letu 2014 smo program izvedli za približno 3000 mladih in ugotovili – tudi s pomočjo anket po končanem obisku – , da z njim dosegamo cilje (seznanjanje s temeljnimi sporočili, razumevanje problematike ter velika verjetnost spremembe vedenja od manj k bolj zaželenemu). Program temelji na interaktivnosti in spodbujanju samostojnega razmišljanja ter izražanja stališč, povezanih s problematiko ravnanja z odpadki. Primeren je za otroke od tretjega razreda naprej, natančno vsebino, obseg in dinamiko programa pa prilagajamo posamezni skupini/razredu.

Za najmlajše pa smo v okviru otroške igralnice Minicity zasnovali igralno enoto 'Hiška ponovne uporabe' in pripravili zabaven didaktični program, s katerim preko ustvarjalne igre približujemo resnične življenjske situacije. Želimo si namreč, da otroci posvojijo navade in prepričanja, ki jim bodo pomagala odrasti v odgovorne potrošnike. Otroke želimo naučiti, da še uporabne stvari ne spadajo med odpadke, da je s hrano treba ravnati spoštljivo in paziti, da je čim manj zavržemo, ter da nove stvari niso vedno boljše od starih.

5. Merjenje rezultatov in odzivi uporabnikov

Snaga s komunikacijskimi aktivnostmi, sodelovanjem z mediji, nevladnimi organizacijami in drugimi deležniki krepí razmišljanje in življenjski slog, ki spodbuja premišljeno potrošnjo (aktivnosti na področju spodbujanja ponovne uporabe, zmanjševanja količin zavržene hrane in preprečevanja nastajanja odpadkov), odgovorno ravnanje do okolja in do ohranjanja naravnih virov (aktivnosti na področju spodbujanja ločevanja in preprečevanja nastajanja odpadkov, aktivnosti v okviru Zero Waste strategije).

Odzivi meščanov in rezultati anket dokazujejo, da je smer, v katero Snaga vodi Ljubljančane, pravilna. V javnomnenjski raziskavi (panel), izvedeni pozimi 2013, se je izkazalo, da skoraj 70 odstotkov anketirancev stvari, ki jih ne potrebuje več, ne zavrže, pač pa poskrbi za njihovo ponovno uporabo. Eno leto kasneje, pozimi 2014, je ta delež narasel na 77 odstotkov.

Zadnjo Snagino publikacijo 'Napotki za ravnanje' (izdali smo jo marca 2014), namenjeno vsem gospodinjstvom na območju Snage, je prebralo ali prelistalo 83,8 odstotka vprašanih. Znaten del publikacije je bil namenjen komuniciranju preprečevanja nastajanja odpadkov in ponovne uporabe.

Spomladi 2014 je kar 78,4 % anketirancev podprlo tudi zamisel, da bi Ljubljana sprejela Zero Waste načrt ravnanja z odpadki.

6. Zaključek

Aktivnosti Snage so osredinjene na spreminjanje navad in vedenja občanov/potrošnikov, naš cilj pa je pripomoči k oblikovanju družbe, ki bo živela po bolj trajnostno naravnanih načelih ter bo sestavljena iz kritičnih, odgovornih potrošnikov. Naše aktivnosti temeljijo na ozaveščanju, komuniciranju, pripovedovanju zgodb in ponujanju (boljših) vedenjskih vzorcev. Orodja, ki jih pri tem uporabljamo, so nekoliko neklasična (glasba, zabojniki, ki protestirajo itd.). Zavedamo se, da je spreminjanje potrošniških vzorcev dolgotrajen proces, pri katerem je ključno stalno opozarjanje na problematiko, jasnost sporočil in sodelovanje z drugimi deležniki. V letih 2015 in 2016 bomo izvedli vsaj še dve akciji na nacionalni ravni (zavržena hrana in ponovna uporaba, obe skupaj z drugimi deležniki), konkretne aktivnosti za splošno javnost pa bodo med drugim spodbujale k etičnemu potrošništvu in jemanju nepojedene hrane iz restavracij.

7. Literatura

Letno poročilo 2014 (2015). Ljubljana, Javno podjetje Snaga, d. o. o.

Napotki za ravnanje z odpadki 2014 (2014). Ljubljana, Javno podjetje Snaga, d. o. o., str. 47.

Sankovič, N., 2014 (2014). Snaga Ljubljana: komuniciranje z uporabniki, mediji in drugimi javnostmi (interno gradivo).

Skupaj za boljšo družbo (interno gradivo) (2015). Ljubljana, Zbornica komunalnega gospodarstva.

Več kot napotki za ravnanje z odpadki 2015 (2015), Ljubljana, Javno podjetje Snaga, d. o. o., str. 47.

Delovni dokument o družbeni odgovornosti projektne skupine (interno gradivo) (2014), Ljubljana, Javno podjetje Snaga, d. o. o.