



Handläggare: Jon Möller
Telefon: 08-508 28 975
E-post: jon.moller@stockholm.se

Till
Miljö- och hälsoskyddsnämnden
2011-06-14 p. 15

Slutrapport för projektet Klimatneutrala stockholmare

Förvaltningens förslag till beslut

1. Godkänna slutrapporten för projektet Klimatneutrala stockholmare

Gunnar Söderholm
Förvaltningschef

Gustaf Landahl
Avdelningschef

Sammanfattning

Syftet med projektet Klimatneutrala stockholmare har varit att kommunicera Stockholms stads klimatarbete och klimatmål till stockholmarna och verksamheter i staden, samt att öka kunskaperna om växthuseffekten och ge konkreta tips på vad stockholmarna själva kan göra för att minska växthusgasutsläppen.

Projektet har i huvudsak genomförts genom fyra större temakampanjer 2009-2011 med fokus på de områden där stockholmarna orsakar störst klimatpåverkan - bostaden, arbetsplatsen, resorna och konsumtionen. Två särskilda kampanjer har genomförts för att uppmärksamma Stockholms stads Klimp-finansierade åtgärder. Utöver dessa har en rad olika aktiviteter och samarbeten genomförts i mindre skala, särskilt under 2010 när Stockholm var Europas miljöhuvudstad.

Främst har projektet utvecklat kommunikationsverktyg för och tips på vad varje stockholmare kan göra för att minska sin klimatpåverkan och bidra till att staden uppnår sina klimatmål. De utvärderingar som har genomförts visar att stockholmarna har uppmärksammat budskapen och informationen i kampanjerna och uppger att de genomför åtgärder för att minska sin energianvändning och



klimatpåverkan. Klimatneutrala stockholmare har delfinansierats av statens klimatinvesteringsprogram, Klimp, och stadens miljömiljard åren 2007-2011.

Bakgrund

År 2007 beviljades Stockholms stad 37,2 mkr i bidrag från Naturvårdsverkets Klimatinvesteringsprogram (Klimp) för att genomföra åtgärder som bidrar till att minska stadens totala klimatpåverkan. Inom ramen för bidragsbeslutet beviljades miljöförvaltningen 4,8 mkr till kommunikationsprojektet Klimatneutrala stockholmare med krav på motsvarande motfinansiering från staden. Projektet har finansierats genom stadens miljömiljard med 8,7 mkr. Totalt har Klimatneutrala stockholmare haft en budget på 13,5 mkr från Klimp och stadens miljömiljard.

Klimatneutrala stockholmars kampanjer och aktiviteter har genomförts under åren 2008-2011. Miljöförvaltningen har ansvarat för att genomföra projektet. Styrgruppen har haft Gunnar Söderholm (förvaltningschef) som ordförande och medlemmar har varit Gustaf Landahl (Avdelningschef Plan och Miljö), Jonas Tolf, (Enhetschef Energi och Klimat), Carina Tensmyr Hildinger (Klimp-samordnare stadsledningskontoret) och Hanna Brogren (Kommunikationschef stadsledningskontoret) (2009) som ersattes av Pia Stenervall (Kommunikatör stadsledningskontoret) (2011). Under 2010 när Stockholm var Europas miljöhuvudstad utgick Hanna Brogren ur styrgruppen för att ingå i styrgruppen för miljöhuvudstadsåret.

Projektgruppen som har genomfört Klimatneutrala stockholmare har i huvudsak bestått av Örjan Lönngren, Jon Möller, Kristina Holmblad (2009) och Emma Åberg (från 2010) samt Anette Riedel på miljöförvaltningen.

Arbetsgrupper har tillsatts i samband med respektive kampanj och aktivitet.

Förvaltningens synpunkter och förslag

Syftet med projektet Klimatneutrala stockholmare har varit att informera om Stockholms stads klimatarbete och klimatmål samt till att öka kunskaperna om växthuseffekten och informera om vad stockholmare och verksamheter i staden själva kan göra för att minska växthusgasutsläppen. Det har även verkat som kunskapsuppbyggande pilotprojekt för att utveckla stadens klimatkommunikation.

Projektet har agerat som pilotprojekt för att testa för staden nya kommunikationskanaler och utveckla nya kommunikationsverktyg för att kunna nå olika målgrupper bland stockholmarna. Klimatneutrala stockholmare har även agerat som katalysator för klimatarbetet i Stockholm genom att söka samarbete både internt med flera av stadens övriga förvaltningar och bolag samt externt med organisationer som vill ha ett aktivt klimatarbete. En viktig del i arbetet har också varit att använda aktuell klimatfakta och statistik för att göra beräkningar som



relaterar direkt till stockholmarnas vardagsvanor och användas för att öka kunskaperna om individens klimatpåverkan.

Grunden till projektet Klimatneutrala stockholmarnas arbetssätt för att utveckla stadens klimatkommunikation har lagts genom aktiv omvärldsbevakning och undersökningar med identifierade målgrupper inför var och en av de fyra temakampanjerna. Därefter har kontakt tagits med relevanta partners och konsulter för att kunna utveckla respektive kampanjs innehåll, verktyg, kanaler och målgrupper. Projektets aktiviteter och samarbetspartners redovisas i slutrapporten.

Under tiden som Klimatneutrala stockholmarnas har genomförts har klimatfrågans aktualitet och uppmärksamhet ökad enormt. Detta har naturligtvis påverkat projektets möjligheter att nå ut och samverka med andra parter. År 2007 präglades av FN:s klimatpanel IPCC:s klimatrapporter och de fick även Nobels fredspris samma år tillsammans med USA:s tidigare vice president Al Gore. EU och Sveriges regering tog efter det upp klimatfrågan på högsta nivå och beslutade om nya klimatmål och arbetade mycket aktivt inför FN:s klimatkonferens i Köpenhamn 2009 då Sverige även var ordförande i EU.

Stockholms stad antog i sin tur år 2008 dels ett nytt miljöprogram 2008-2011 och dels en ny Åtgärdsplan för klimat- och energi med klimatmålet 3,0 ton CO₂-ekvivalenter per stockholmarnas 2015. Det året undertecknade staden även EU:s klimatöverenskommelse med städer; Covenant of Mayors. Detta följdes upp med att Stockholm 2010 utsågs till EU:s första miljöhuvudstad (European Green Capital). Stockholm har dessutom siktat in sig på det långsiktiga klimatmålet fossilbränslefritt Stockholm 2050, bland annat genom satsningar på miljöprofilområden såsom Norra djurgårdsstaden med ett ambitiöst miljöprogram, som parallellt med en elbilsstrategi antogs i staden 2010 med målet att vara fossilbränslefritt redan 2030. Sammantaget har denna utveckling av och uppmärksamhet kring klimatfrågan givetvis gynnat och utvecklat Stockholms klimatarbete i stort och bidragit till att underlätta Klimatneutrala stockholmarnas kommunikation av klimatfrågan.

Klimatneutrala stockholmarnas har i huvudsak genomfört fyra temakampanjer, två specifika Klimp-kampanjer och ett stort antal parallella mindre aktiviteter. Under våren 2009 genomfördes temakampanjen Hemmet där vi skrev handboken Klimatsmart i hemmet och delade ut den i samarbete med sju bostadsbolag och Hyresgästföreningen till stadens cirka 437 000 hushåll. Hösten 2009 genomfördes temakampanjen Arbetsplatsen tillsammans med Stockholm Business Region där vi arrangerade ett klimatseminarium för ledare i små- och mellanstora företag och stadens Klimatpakt för företag. Vi arrangerade även tillsammans med Veckans



affärer seminariet och prisutdelningen av Årets Gröna kapitalist 2009 i stadshuset. Parallellt skrev vi även PDF:n Klimatsmart på kontoret (nu även som trycksak). Våren 2010 genomfördes temakampanjen Transporter där vi i samarbete med idrottsförvaltningen satsade på att uppmärksamma stockholmarnas fritidsresor till tränings- och motionsplatser genom en tunnelbanekampanj och i stadens idrotts-hallar med namnet Klimatsmart till träningen. Under senare delen av våren genomförde vi även tävlingen Klimatmatchen tillsammans med idrottsföreningen Brommapojkarna för att uppmuntra ungdomar och barn till att gå, cykla eller åka kollektivt till träningen. Hösten 2010 arrangerade vi i samarbete med Kulturförvaltningen mötesplatsen Gröna plattan på Sergels torg vid Kulturfestivalen och lanserade Klimatvågen där stockholmarna kan göra olika val på resurs- och energianvändning inom temana samhället, bostaden, maten, varukonsumtionen, lokala resor och långväga resor och sedan väga sitt resultat och jämföra med medelsvenskans klimatpåverkan. Våren 2011 tog Klimatneutrala stockholmarna tillsammans med stadsledningskontorets kommunikationsavdelning, idrottsförvaltningen, kulturförvaltningen och de 14 stadsdelsförvaltningarna fram Stadens första mobilapplikation. Appen Upptäck Stockholm lanserades i april för Android och iPhone för att alla stockholmarna med datorliknande mobiler (smartphones) lätt ska kunna hitta stadens alla utomhusaktiviteter och uppmuntras att ta sig dit genom att gå, cykla eller åka kollektivtrafik.

En övergripande slututvärdering av projektmålen är mycket svår att genomföra då det skulle innebära en övergripande bedömning av hur stor påverkan just projektet Klimatneutrala stockholmarnas kampanjer och aktiviteter har haft under 2008-2011 på stockholmarna gentemot all övrig information om klimatfrågan och växthus-gaseffekten som i ökande omfattning har uppmärksammats i samhället och har kommunicerats till stockholmarna under denna tid. Det är även svårt då stockholmarna är en mycket bred och mångfacetterad målgrupp.

Klimatneutrala stockholmarnas projektmål har därför utvärderats i samband med varje temakampanj då dessa har haft utvalda målgrupper och avgränsade aktiviteter som har gått att mäta. Uppföljningar har gjorts både med kvantitativa mått (t ex antal besök eller nedladdningar) och kvalitativa mått (t ex andel som anser att de uppfattat budskapet och anser att informationen är användbar). Överlag har stockholmarna uppgivit att de har uppmärksammat temakampanjerna och tagit till sig åtgärder som de kan och vill genomföra för att minska sin klimatpåverkan. Samtliga kampanjers undersökningar och utvärderingar redovisas i mer detalj i slutrapporten.

Handboken Klimatsmart i hemmet skickades ut till Stockholms stads samtliga 437 000 hushåll i april 2009. Strax efter utdelningen av Klimatsmart i hemmet



genomförde vi en effektmätning genom 300 telefonintervjuer. Intervjuerna gjordes i slumpvis utvalda hushåll i Stockholms stad. Utvärderingen visade att över 60 % av de intervjuade hade observerat Klimatsmart i hemmet i brevlådan. Av dessa hade 20 % dragit nytta av informationen och ca 40 % planerade att göra det. En stor andel hade valt att behålla broschyren för senare genomläsning.

Den 10 november arrangerade vi lunchseminariet Green Capital - Green Business i Stadshuset för chefer i lokala företag med 25 till 499 anställda samt Klimatpakten. Eventet hade 179 deltagare från 119 olika företag. På agendan stod strategier för klimatsatsningar som ger affärsnytta, samt exempel på vad företag kan göra för att minska sin energianvändning. Efter eventet gjordes en utvärdering genom webbenkät. Utvärderingen visar att 64 % uppgav att eventet var intressant eller mycket intressant. Samtidigt uppgav hela 80 % att de fick information och inspiration som de kommer att ha nytta av i sitt arbete.

I maj genomförde vi kampanjen Klimatsmart till träningen där vi i samarbete med idrottsförvaltningen satsade på att uppmärksamma stockholmarnas fritidsresor till tränings- och motionsplatser. Utvärderingen av kampanjen Klimatsmart till träningen gjordes via en kampanjmätning där 262 personliga intervjuer genomfördes i Bromma, Skärholmen, Hötorget och Östermalmstorg. Mätningen visade att 45 % hade uppmärksammat antingen annonsen i Metro eller annonserna i tunnelbanan, p-automater, Friskis & Sveltis eller på sim- och idrottsanläggningar. Den allmänna budskapsförståelsen var god och 24 % hade tagit till sig av och tyckte att kampanjen lyckats förmedla budskapet på ett bra eller mycket bra sätt.

I augusti 2010 lanserade vi vårt analoga och dialogbaserade kommunikationsverktyg Klimatvågen som genom sina frågor kan visa hur mycket växthusgasutsläpp deltagarens egen konsumtion orsakar varje år. Den stora vinsten med Klimatvågen är att dess utseende och utformning gör personer nyfikna så att de stannar upp en stund för att fråga, tycka till om och prata både om klimatarbetet i Stockholms stad och vad de gör själva för att minska klimatpåverkan, samtidigt som de får insikter och klimatsmarta tips. Det är annars svårt att få direktkontakt med invånare spontant ute på stan. Hittills har vi uppskattningsvis samtalat direkt med 2500 stockholmare och besökare.

Appen Upptäck Stockholm lanserades i april 2011 för Android och iPhone för att alla stockholmare med datorliknande mobiler (smartphones) lätt ska kunna hitta stadens alla utomhusaktiviteter och uppmanas att ta sig dit genom att gå, cykla eller åka kollektivtrafik. Kampanjmätningen efter lanseringen av appen Upptäck Stockholm gjordes via 269 personliga intervjuer som genomfördes på stan i Bromma, Skärholmen, Hötorget och Östermalmstorg. Mätningen visade att 40 %



av de intervjuade har en smartphone. Av dessa använder hela 90 % appar. Mätningen visade även att 84 % av de intervjuade som sett något av informationen reagerade mycket positivt (53 %) eller positivt (31 %) på att Stockholm Stad lanserat en app. 78 % av de intervjuade svarade att appen är ett bra sätt att få stockholmarna att agera mer klimatsmart och minska våra utsläpp.

Utrednings- och statistik kontoret (USK) genomför regelbundet en enkät som kallas USK-bussen då den samlar olika sorters frågor från Stockholms stads förvaltningar och gör en postenkät av dessa som skickas till 600 stockholmare över 18 år. Utifrån resultaten på USK-bussen kan vi uppskatta att cirka 25 % av stockholmarna anser att Stockholms stad gör ett bra eller mycket bra arbete med ett aktivt klimatarbete, samt att cirka 70 % av stockholmarna har genomfört några åtgärder för att minska sin egen påverkan på klimatet senaste året.

Utöver den positiva responsen från stockholmarna så har vi fått även fått positivt gensvar från de samarbetspartners vi har arbetat med och varit i kontakt med. Genom samarbetet och samordningen med både de interna och externa parterna i våra kampanjer har engagemanget och de kommunikativa insatserna fått större genomslagskraft samtidigt som de har bidragit till att stärka klimatarbetet både inom stadens verksamheter och inom de externa samarbetsparterna.

Härmed avslutas projektet Klimatneutrala stockholmare, men det framgångsrika och uppmärksammade arbetssättet med kommunikationskampanjer i samverkan med interna och externa parter kommer att fortsätta som en del av ordinarie verksamheten inom miljöförvaltningens uppdrag att samordna och kommunicera stadens klimatarbete. I budgeten 2011 avsatte staden 1,5 mkr till projektet Klimatneutrala stockholmare för att kunna fortsätta verksamheten året ut. För att kunna genomföra riktade och effektiva klimatkampanjer regelbundet har miljöförvaltningen i långtidsbudgeten föreslagit att 3 mkr bör avsättas för att fortsätta med aktiva och riktade kommunikationsinsatser till stockholmarna.

Närmast ska Klimatneutrala stockholmares arbetssätt användas som en del i Stockholms åtgärdsplan för klimat- och energi för att stödja genomförandet av de åtgärder som föreslås. Samtidigt ska vi fortsätta att aktivt kommunicera olika åtgärder till stockholmare och verksamheter för att minska energianvändningen och utsläppen av växthusgaser. Kommunikationsverktygen Klimatsmart i hemmet, Klimatsmart på kontoret, Klimatvågen och appen Upptäck Stockholm kommer att fortsätta att utvecklas och på olika sätt spridas till stockholmarna.

Förvaltningen föreslår att nämnden godkänner slutrapporten.



Bilagor

1. Slutrapport för projektet Klimatneutrala stockholmare