

Organisasjonsnummer: 961381541
Foretaksnavn: Gran kommune
Navn: Kristin Molstad
Kontonummer: 20200704216
Adresse: Rådhusvegen 39
Postnr.: 2770 Jaren
Telefon: 61 33 84 00
Mobiltelefon: 45486870
E-post: kristin.molstad@gran.kommune.no

Flere søkere:

Lunner kommune, Regionrådet for Hadeland, 961381452, Kristin Molstad, kristin.molstad@gran.kommune.no, 45486870
Jevnaker kommune, Regionrådet for Hadeland, 961381363, Kristin Molstad, kristin.molstad@gran.kommune.no, 45486870
Gjøvik kommune, Rådmannstaben, 940155223, Bjørnar Kruse, Bjornar.Kruse@gjovik.kommune.no, 91804286
Lillehammer kommune, Plan og miljø, 945578564, Marte Sofie Søreide, marte.sofie.soreide@lillehammer.kommune.no, 61 05 08 36
Asker kommune, Kommunalteknisk avdeling, 944382038, Bjørn Nordby, bjorn.nordby@asker.kommune.no, 95146189
Røyken kommune, 938709866, Bente Støa, Bente.Stoa@royken.kommune.no, 31296000
Oppland fylkeskommune, Regionalenheten, 961382335, Terezia Hole, terezia.hole@oppland.org, 97530531

Mottaker: Miljødirektoratet
Kopimottaker: Fylkesmannen i Oppland

SØKNAD

REFERANSEN.R.: 18SD9E2D

Bli med! Handlingskampanje

Type tiltak: Klimagassreducerende tiltak i andre sektorer - gjennomføring

Beskriv tiltaket, med vekt på hvem, hva, hvor og hvordan:

Oppland fylkeskommune og kommunene Lillehammer, Gjøvik, Røyken, Asker, Gran, Lunner og Jevnaker ønsker å samarbeide om en større handlingskampanje som skal gjennomføres i nevnte kommuner. Sammen skal vi redusere de totale klimagassutslippene fra innbyggerne og lokale aktører i kampanjeperioden, med et langsiktig mål om å bidra til en endring knyttet til privat forbruk og bærekraftig livsstil. Kampanjeopplegget er i stor grad basert på erfaringer fra CChallenge og Ducky.

Før kampanjen vil vi gjennomføre et forprosjekt hvor vi identifiserer interne og eksterne barrierer som hindrer klimavennlig adferd. Dette innebærer informasjonsinnhenting i tillegg til å kjøre en test av kampanjeform og måleverktøy på utvalgte kandidater i forkant av kampanjen.

Selve kampanjen skal vare i 30 dager, som kan være tilstrekkelig for at deltakere fortsetter med endret adferd i ettertid. Deltakerne skal i 30 dager sette seg noen mål for reduksjon av sitt eget klimafotavtrykk

og gjennomføre dette. Deltakerne kan konkurrere mot hverandre eller lagvis, og oppfordres til å dele sine erfaringer. Sosiale medier vil bli brukt for å skape fellesskap for deltakerne og formidling/kommunikasjon for arrangørene. På vår ukentlige «kampanjekontor» vil vi tilby deltakerne veiledning, inspirasjon og bistand med formidling. Vi vil arrangere kurs, kick-off arrangement og avslutningsmarkering for deltakerne. Det kan også være aktuelt å tilby praktisk tilrettelegging, for eksempel lån av elsykkel og gratis månedskort på buss o.l.

Kampanjen vil i stor utstrekning basere seg på bruk av Ducky, en norskutviklet app for logging av klimafotavtrykk. Det gjør at vi vil kunne vise til en faktisk klimaeffekt av kampanjen. I dette prosjektet vil Ducky videreutvikle verktøyet sammen med kommunene slik at det kan benyttes til større kampanjer med flere tiltak, målgrupper og deltakelsesformer.

I kampanjeperioden ønsker kommunene i tillegg å vise engasjement og handlekraft ved å organisere en eller flere «Google Sprint» og «Hackathon». Google sprint er en femdagers prosess for å skape ideer og teste de i et tverrfaglig team. Hackathon er en 24 timers idedugnad for de som møter opp. Hensikten med å arrangere disse er å utvikle gode løsninger på problemstillinger knyttet til klimaarbeidet i kommunene, samt ny funksjonalitet til Ducky. Aktuelle problemstillinger kan være å bruke kollektiv eller samkjøring i stedet for henting/levering til skole og fritidsaktiviteter, utvikle en delkampanje for økt bruk av sykkel, finne nye løsninger på problemet med parkering ved togstasjonene o.l.

Hvordan vil tiltaket gi reduksjon i klimagassutslippene?

Kampanjen vil gi klimagassreduksjon som følge av redusert forbruk og endrede vaner. For eksempel ved at deltakerne tar buss eller sykler i stedet for å kjøre bil i kampanjeperioden. Adferdsendringer over 30 dager kan gi permanent endring i adferd slik at reduksjonen kan vare lengre enn kampanjeperioden.

Hvilke virkninger, i tillegg til reduksjon i klimagassutslipp, vil tiltaket ha?

Handlingskampanjen har fire delmål som sier noe om andre virkninger vi ønsker at tiltaket skal ha i tillegg til hovedmålet om klimagassreduksjon;

1. Skape engasjement og fellesskapsfølelse
2. Inspirere grasrotinitiativ
3. Øke kunnskap og kompetanse
4. Utvikle verktøy og maler som kan benyttes av andre i tilsvarende prosjekter

Noen av tiltakene deltakerne kan velge har andre positive synergieffekter. Hvis deltakerne for eksempel reduserer kjøttforbruk, kjører kollektivt og sykler vil det gi bedre helse for deltakerne, mindre trafikkstøy og lokal forurensning. Redusert forbruk vil også gi redusert forurensning som følge av mindre forbruk generelt.

Kampanjen kan også bidra til å gi fellesskapsfølelse og utvikle lokale sosiale nettverk. Helsegevinst og fellesskap/sosialt nettverk kan være viktige(re) motivasjonsfaktorer for deltakerne i kampanjen. Ved å spre gode eksempler på grasrotinitiativ i kampanjeperioden håper vi at noen kan bli inspirert til å starte lignende konsepter og aktiviteter lokalt. Vi vil tilby starthjelp til lokale initiativtakere for å komme i gang. Eks: reparasjonskafeer, låne- og deleordninger, samkjøringsordninger, Bærekraftig liv for nabolag m.m.

Kampanjen kan potensielt ha langsiktig nytteverdi for kommunene ved å få kartlagt aspekter ved menneskelig adferd og samfunnsstrukturer som hindrer klimavennlige valg. Det kan gi et bedre kunnskapsgrunnlag for kommunene til å identifisere tiltak de kan iverksette for å gjøre det enklere å ta klimariktige valg for sine innbyggere.

Handlingskampanjen kan ha positiv effekt på holdninger til klimatiltak og øke aksept for virkemidler som benyttes for å redusere klimagassutslipp i kommunene i årene framover.

Siden syv kommuner og en fylkeskommune skal samarbeide tett om utvikling og gjennomføring av kampanjen vil det trolig styrke klimanettverket og kunne legge et godt grunnlag for fremtidig samarbeid.

Det er et mål at tiltakene som får støtte skal ha spredningspotensial og overføringsverdi til andre fagområder eller kommuner, og være nyskapende ved å prøve ut nye løsninger. Hvordan kan tiltaket bidra til noe av dette?

De fleste kommunale klima- og energiplaner inneholder mål og tiltak knyttet til informasjonsformidling og holdningsskapende arbeid overfor innbyggere, elever og næringsliv. Likevel er det en utfordring at det finnes for få gode eksempler for kommuner å se til på dette området. De fleste studier og evalueringer konkluderer med at det er få informasjonstiltak og holdningsskapende kampanjer som kan vise til faktisk klimaeffekt - de aller fleste er kun evaluert gjennom aktivitetsmål. Det til tross for at undersøkelser (eks: Norstat 2015) viser at det er en viktig motivasjonsfaktor for folk at de faktisk gjør en forskjell - at et valg de tar har reell klimaeffekt.

Kampanjemodellen og måleverktøy som utvikles og testes i dette prosjektet har derfor potensielt stor nytteverdi for andre kommuner og andre kampanjer.

Gjennom Google sprint/Hackathon arrangement vil vi også kunne finne nye løsninger på problemstillinger som er like aktuelle i andre kommuner.

Tiltaket vil medføre endringer i aktivitet eller utslipp. I den grad det er mulig å tallfeste effekten av tiltaket bør det foretas registreringer eller tellinger før og etter tiltaket er gjennomført. Hvilke registreringer eller tellinger kan gjennomføres for å fange opp effekten av tiltaket?

Gjennom deltakerens logging av klimafotavtrykk på Ducky appen vil vi kunne tallfeste effekten av tiltaket i kampanjeperioden.

Hvordan er søknaden politisk forankret?

Samtlige kommunale klima- og energiplaner inneholder mål og tiltak knyttet til informasjonsformidling og holdningsskapende arbeid i lokalsamfunnet.

Samarbeidskommunene deltar i samme klimanettverk som har mål om å dele erfaringer og utvikle samarbeidsprosjekter.

Oppland fylkeskommune har et politisk vedtak om klimanøytralitet i 2025. Klimamålet inkluderer også livsløpsutslipp. Om lag 25 % av klimautslippene fra Oppland er knyttet til innbyggernes forbruk.

I kommunene Gran, Lunner og Jevnaker kommuner er kampanjen vedtatt i Regionrådet for Hadeland 26.01.18 som en del av handlingsplanen og budsjettet for 2018 i klimapådriverprosjektet (Saksnr 1/18).

Gjennomføring

Hvem skal eie og vedlikeholde tiltaket når tiltaket er gjennomført?

Ikke relevant

Hva er forventede driftsoppgaver og årlige driftsutgifter?

Ikke relevant

Når planlegges arbeidet startet og avsluttet?

Prosjektperioden er januar-desember 2018.

Gjennomføringsplanen kan lastes opp som vedlegg eller beskrives nedenfor:

Fase 0 (januar-februar) er satt av til prosjektutvikling, forankring, søke midler og etablere samarbeid. I Fase 1 (mars-juni) skal vi hente inn kunnskap til utforming av kampanjen, samt utvikle og teste verktøy. I Fase 2 (juli-desember) gjennomføres kampanjeaktivitetene inkl. organisering av arrangementer, markedsføring, mobilisering, formidling og evaluering. Selve kampanjen gjennomføres i oktober 2018.

Se vedlegg for mer informasjon.

Beskriv hvorfor økonomisk støtte vil være utløsende for at tiltaket blir gjennomført:

Vi vil forsøke å gjennomføre en handlingskampanje selv om vi ikke får utløst midler fra Klimasats-ordningen. Foreløpig har vi ikke søkt om andre midler, men det er et alternativ. Et annet alternativ er å gjennomføre kampanjen i mye mindre skala. Det vil si færre deltakere, mindre variasjon i målgrupper, deltakelsesform og tiltak. Vi må da tilpasse kampanjen til eksisterende verktøy, og vil ikke kunne bidra til å utvikle disse med nye funksjonaliteter og modellkonsepter. I tillegg kan vi ikke tilby tilrettelegging i like stor grad, som for eksempel kurs og hjelpemidler. Vi vil heller ikke kunne gjennomføre Google Sprint, men har antagelig mulighet for å gjennomføre et Hackathon-arrangement. Kampanjekontor og kick-off arrangement kan gjennomføres uten støtte.

Kostnadsoverslag / Budsjett

| Utgifter til gjennomføring av tiltaket | Beløp uten mva |
|--|------------------|
| Egne personalressurser | 1 095 000 |
| Utvikle måleverktøy for klimaeffekt | 300 000 |
| Deltakeravgift for bruk av måleverktøy | 50 000 |
| Markedsføring (inkl.rekruttering, formidling) | 150 000 |
| Praktisk tilrettelegging for deltakere (utstyr, månedskort etc.) | 150 000 |
| Aktiviteter/arrangement | 200 000 |
| Premier | 35 000 |
| Google sprint | 300 000 |
| Hackathon | 60 000 |
| Total sum | 2 340 000 |

Finansiering

| Finansiering av tiltak | Beløp uten mva |
|--------------------------------|----------------|
| Samlet kostnad ved tiltak(ene) | 2 340 000 |
| - Andre offentlige tilskudd | 0 |
| - Annen finansiering | 0 |

| | |
|---|----------------|
| - Egne midler | 1 455 000 |
| = Omsøkt tilskudd fra miljøforvaltningen | 885 000 |

Kan tiltaket/deler av tiltaket gjennomføres med mindre tilskudd enn omsøkt? Ja

Vi vil forsøke å gjennomføre en handlingskampanje selv om vi ikke får utløst midler fra Klimasats-ordningen. Foreløpig har vi ikke søkt om andre midler, men det er et alternativ. Et annet alternativ er å gjennomføre kampanjen i mye mindre skala. Det vil si færre deltakere, mindre variasjon i målgrupper, deltakelsesform og tiltak. Vi må da tilpasse kampanjen til eksisterende verktøy, og vil ikke kunne bidra til å utvikle disse med nye funksjonaliteter og modellkonsepter. I tillegg kan vi ikke tilby tilrettelegging i like stor grad, som for eksempel kurs og hjelpemidler. Vi vil heller ikke kunne gjennomføre Google Sprint, men har antagelig mulighet for å gjennomføre et Hackathon-arrangement. Kampanjekontor og kick-off arrangement kan gjennomføres uten støtte.

Utdyping finansiering


Er noe av finansieringen annet enn kommunale midler eller klimasats-midler? Får eller har tiltaket mottatt eksterne midler av noe slag? Nei

Har tiltaket søkt/bedt om eksterne midler, men ikke fått svar enda? Nei

Har tiltaket søkt/bedt om andre offentlige midler, men ikke fått slik støtte? Nei

Vedlegg

 PROSJEKTSKISSE - Handlingskampanje 2018 (15.02.18).docx (Prosjektbeskrivelse)

 Aktivitetsplan 2018.pptx (Aktivitetsplan)

Merknad:

Ingen merknad

[sign] Kristin Molstad for Gran kommune

Lvert 15.02.2018