



9. maj 2007

Bilag 3.

Informationsstrategi i forbindelse med indførelse af miljøzone i København

I forbindelse med indførelse af en miljøzone i København og på Frederiksberg vurderer Miljøstyrelsen, Færdselsstyrelsen, Frederiksberg og Københavns Kommuner, at der er behov for en informationsindsats, om de nye regler for at færdes i miljøzonen. Dansk Transport og Logistik (DTL) vurderer at ca. 2.500 vognmænd og 1.500 firmaer, der kører med egne varer, bliver berørt af de nye regler. Derfor vurderes det, at der er brug for en målrettet informationsindsats via kampagner, for at minimere de evt. indkøringsvanskeligheder, der kan opstå, når de nye regler for partikelkrav træder i kraft.

Formålet

Det er informationskampagnens formål, at udbrede kendskabet til kravene for at køre i miljøzonen, så de allerfleste transportører i Danmark og udlandet med potentielt ærinde i København bliver bekendt med reglerne. Eller hvor de kan finde dem.

Et andet vigtigt formål er, at de danske og udenlandske transportører får information om, hvordan de får tilladelse til at køre i miljøzonen. Og informere om hvordan skiltet og mærkatet/certifikatet ser ud.

Det er vigtigt for kommunikationen i alle kampagneelementer, møder osv., at budskaberne bliver præsenteret troværdigt og direkte - derfor er det vigtigt at valg af medier, sprog og visualiseringer overvejes nøje i forhold til målgruppen.

Loven om Miljøzoner kræver at kommunen har en opdateret hjemmeside med informationer omkring miljøzonen og kravene til køretøjerne i zonen.

Målgruppe

Den primære målgruppe skal udpeges i et samarbejde med transportbranchen. Men som udgangspunkt er målgruppen ejerne af de tunge køretøjer, der skal have påført en mærkat og evt. et partikelfilter, som giver adgang til miljøzonen. Det vil sige vognmænd og ejere af transportvirksomheder.

Miljøstyrelsen har ansvar for at informationen til udlandet.

Den sekundære målgruppe er borgerne i København og på Frederiksberg, som skal kunne følge med i processen - om at luften i deres by bliver renere.

Den tredje målgruppe er dem som kan fungere som "hjælper" for kommunikationen. Det kan være producenter af partikelfiltre, miljøorganisationer - eller varemottagere fx supermarkeder, sengetøjslager, Københavns Miljønetværk m.m.

Center for Trafik
Plansekretariatet

Njalsgade 13
Postboks 452
1505 Kbh. V

Telefon
3366 3500

Direkte
3366 3349

Telefax
33667103

E-mail
sorbom@tmf.kk.dk

www.tmf.kk.dk

Kampagner og informationsindsatser

Informationsindsatsen er en samlet kampagne opdelt i to kampagne-dele og en event del - skitseret på følgende måde:

- 1. juli 2007 - 1. september 2008: Kampagne - Husk miljøzonenmærke, når du skal til syn
- 1. maj 2008 - 1. september 2008 Kampagne - miljøzone lige om hjørnet
- 1. september - I dag starter miljøzonen

I forbindelse med høringen er der blevet udarbejdet en **hjemmeside** i samarbejde med Frederiksberg Kommune www.miljozone.dk, hvor al relevant information om miljøzonen er samlet. Hjemmesiden er lovpligtig og idéen er at både transportører og borgere kan få et hurtigt overblik over status, regler osv.

Miljøstyrelsen og Færdselsstyrelsen vil på Københavns Kommunes opfordring fremsende sammen med indkaldelsen til det årlige syn fra 15. juni 2007 et **informationsbrev** om miljøzonenloven, mærkat, udstødningsfilter m.m. Indkaldelsen til syn bliver sendt pr. brev direkte til ejerne af de tunge køretøjer.

Kampagneelementer

Københavns og Frederiksberg Kommuner har vurderet, at der er brug for følgende kampagneelementer:

- Hjemmeside www.miljozone.dk
- Brev/flyer i forbindelse med indkaldelse til syn (udsendes af Færdselsstyrelsen)
- Informationsstandere ved natparkeringspladser for lastbiler
- Undertavler på indfaldsveje (kommunerne skal have tilladelse fra Vejdirektoratet)
- Infotavle / bill board om miljøzonen og reglerne for transit ved Nordhavnen
- Radiospots
- Infoplakat til synshallerne
- Annoncer - især i fagblade
- Informationsfolder
- PR
- Event

Intern kommunikation

Kommunerne skal holde en intern kampagne, hvor det især er vigtigt, at få parkeringsvagterne inddraget tidligt i planlægningen af kampagnen, da de kommer til at få en vigtig rolle i kontrollere reglerne i miljøzonen. Center for Miljø har ligeledes en tilsynsforpligtigelse jf. lov om miljøbeskyttelse. Desuden bør medarbejdere, som arbejder med trafik og miljø kende til loven - og hvilke regler der gælder, så de kan svare

på spørgsmål. Desuden ville det være en god idé, hvis kommunerne i forbindelse med udstedelse af store kørekort - gav oplysninger om miljøzonen.

Side 3 af 3

Arbejdsgruppe

Arbejdsgruppen for informationen består af medlemmer fra:

- Center for Trafik; Københavns Kommune (projektledelsen)
- Center for Miljø; Københavns Kommune
- Kommunikationssekretariatet, Københavns Kommune
- Center for Parkering, Københavns Kommune
- Plan og Miljø i Frederiksberg Kommune
- Miljøstyrelsen (Færdselsstyrelsen)
- Reklamebureau.

Økonomi

På TMU-mødet d. 22. november 2006 blev det godkendt at overføre 3,2 mio. kr. til Vej & Parks budget 2007 til finansiering af informationsindsats, projektledelse og evaluering af miljøzoneordningen, heraf 1 mio. kr. til information i 2007. Det er aftalt at Frederiksberg Kommune bidrager med 18,6 pct. af Københavns Kommunes udgifter.

Miljøstyrelsen (Færdselsstyrelsen) har ligeledes afsat midler til information af ind- og udenlandske transportører.