



**Punkt 7.**

**Godkendelse af Giffri Zone 2016 - kampagne**

2015-034648

**Miljø- og Energiforvaltningen og By- og Landskabsforvaltningen indstiller**, at Miljø- og Energiudvalget og By- og Landskabsudvalget godkender oplæg til indhold af giffri by kampagnen.

*Beslutning:*

*Godkendt, idet kommunens mintgrønne farve anvendes i kampagnen.*



## Sagsbeskrivelse

Byrådet har afsat 300.000 kr. på budgettet hvert år fra 2014-2017 til at gennemføre "Projekt Gifffri by". Der er derfor nedsat en arbejdsgruppe på tværs af By- og Landskabsforvaltningen og Miljø- og Energiforvaltningen, der skal organisere arbejdet med projektet. Der er valgt at bruge en konsulent til at bistå arbejdsgruppen i vurderingen af, hvordan projektets mål nås.

Miljø- og Energiudvalget og By- og Landskabsforvaltningen havde i forbindelse med behandlingen af gifffri by kampagnen henholdsvis den 29. april 2015 (punkt 8) og den 9. april 2015 (punkt 22) væsentlige ændringer til kampagnen, der betød, at kampagnen blev udskudt. Derefter blev udarbejdelsen af en ny kampagne påbegyndt. Miljø- og Energiudvalget og By- og Landskabsudvalget er henholdsvis den 18. og 19. november 2015 (punkt 11 og 17) blevet orienteret om oplæg til indholdet af den nye kampagne

Anvendelsen af sprøjtemidler til at holde arealerne omkring vores ejendomme fri for ukrudt kan være med til at forurene drikkevandet. Hvert år lukkes vandboringer på grund af forurening med pesticider og andre miljøfremmede stoffer, og det er både dyrt og svært at placere nye boringer til erstatning for de lukkede boringer.

Hovedoverskriften i kampagnen er "Gifffri Zone". Gifffri Zone signalerer bl.a. en zone, hvor vi passer på vores drikkevand og hinanden. Der er tilføjet en underoverskrift som en reel begrundelse for at fravælge gift nemlig - "Hold grundvandet drikkeklart". Hoved- og underoverskriften formidles bl.a. gennem kampagnens mærke, jfr. bilaget "Gifffri Zone – mærke". Af mærket fremgår ligeledes en adresse til kampagnens Facebook-side, som skal være med til at forsyne borgeren med baggrundsviden og gode råd til gifffri vedligehold. Mærket vil fremgå af kampagnematerialet bl.a. som et klistermærke.

## Mål og målgruppe

Målet med projektet er at skabe opmærksomhed omkring ukrudtsbekæmpelse på private arealer uden brug af sprøjtemidler, og samtidig skal den enkelte borger kunne gøre opmærksom på deres holdning til brug af gift.

Målgruppen for kampagnen er bred, men som udgangspunkt er den henvendt til villaejere, der er potentielle brugere af sprøjtemidler.

## Medier og formidling

Facebook vil blive anvendt som det centrale medie i kampagnen. Der vil fra Aalborg Kommunes hjemmeside blive henvist til kampagnens Facebook-side og omvendt, men de centrale informationer vil blive formidlet via Facebook. Her kan kampagnens billeder og tekst vises i sammenhæng med relevante informationer omkring ukrudtsbekæmpelse på private arealer uden brug af sprøjtemidler. Samtidig kan der her deles gode tips og tricks til gifffri vedligeholdelse og stilles spørgsmål omkring emnet. Det er under overvejelse, at kampagnens Facebook-side skal serviceres af en freelance journalist, der brænder for den gifffri have. Dette valg afhænger dog af, om det er økonomisk muligt.

Det skal samtidig være muligt for borgerne at gøre opmærksom på, at de går ind for "Gifffri Zone", f.eks. via et klistermærke på postkassen. Den enkelte borger signalerer på den måde til omverdenen (naboerne), at der findes alternative måder, hvorpå ukrudtet kan bekæmpes.

Målet er at informere om kampagnen via en husstandsomdelt flyer med fortællingen om Gifffri Zone. I flyeren vil borgeren blive opfordret til at sætte de medfølgende klistermærker på postkassen eller havelågen, og derigennem signalere at de går ind for Gifffri Zone. For at give en yderligere grund til at skilte med Gifffri Zone vil der være mulighed for at vinde forskellige præmier.

Der lægges ligeledes en strategi for PR-indsatsen for projektet for at sikre størst mulig omtale af Gifffri Zone i pressen.

## Aalborg Kommune

Aalborg Kommune går forrest i kampagnen bl.a. via skiltning i Aalborg Kommunes parker og grønne områder, der alle vedligeholdes uden brug af sprøjtemidler. Skiltet består af kampagnens mærke – Gifffri Zone, jf. bilag 1. På den måde viser Aalborg Kommune, at vi er med til at holde grundvandet drikkeklart. Samtidig vil



der i forbindelse med kampagnen være en opfordring til Byrådets politikere om at sætte klistermærket på deres egen postkasse.

### **Forårsmessen**

Forårsmessen den 8.-10. april 2016 bliver kampagnens startskud, og dermed afstemmes kampagnestarten med starten på havesæsonen. Her vil Aalborg Kommune gå i dialog med borgerne og videregive information omkring giftfri ukrudtsbekæmpelse.

### **Tidsplan**

Tiden ind til kampagnestart anvendes til at udarbejde kampagnemateriale, opbygge anvendte medier samt organisere formidlingen. Kampagnens endelige opbygning er ikke på plads, da der med udgangspunkt i økonomien skal laves nogle til- og fravalg. Hvis der er væsentlige ændringer til kampagnens oplæg får det betydning for kampagnens gennemførelse.

På baggrund af de erfaringer, der opnås gennem arbejdet med kampagnen i 2016, udarbejdes der et kampagneprogram for 2017.



Bilag:

Gifrfri Zone - mærke