



Klimakampagne 2009

Formål

København har sat sig ambitiøse mål på klimaområdet. Men det er ikke nok. Målene skal uden for Rådhusets mure og i arbejde.

Københavnerne skal kende dem og også meget gerne føle ejerskab til det fælles projekt: en CO₂-neutral storby – uden københavnernes med lykkes det nemlig aldrig.

Københavnerne skal for det første vide, at København gør en ihærdig indsats for at nå sine mål. For det andet skal københavnerne også have en forståelse for, at kommunen ikke kan klare det alene – CO₂-neutralitet kræver fælles handling. Undersøgelsen af københavnernes holdninger og handlinger i forhold til klima viser netop, at der er brug for at inddrage og få københavnerne til at tage ansvar for deres eget CO₂-aftryk – men også, at københavnerne ønsker at skabe løsninger i fællesskab.

Det kræver en samlet kommunikationsindsats, der i sin form skal være inddragende. Indsatsen skal fungere som den paraply, der samler kommunens mange projekter og samtidig giver rum til det enkelte projekt – om det så er et kommunalt projekt eller et københavneprojekt.

Budskab

I København er vi ambitiøse: Vi vil være CO₂-neutrale i 2025!

Det kan vi kun gøre, hvis alle deltager. Sammen gør vi København CO₂-neutral. Sammen skaber vi en grøn, pulserende storby, vi alle kan være stolte af.

Københavns Kommune har lagt en plan for, hvordan vi nedbringer CO₂-udledningen med 20% inden 2015, og vi har en lang række klimaprojekter. Hvis københavnerne går med, rykker vi for alvor.

Kampagneelementer

Københavnske fællesskaber gør en forskel

Kampagnens overordnede budskabsprofil konkretiseres gennem tre projekter, der har et kommunikativt og kampagnemæssigt potentiale: Rollemodeller, klimaplan og københavnermøller. Klimaplanen og københavnermøllerne er konkrete projekter, der skal kommunikeres til københavnerne. Rollemodellerne er et forsøg på at samle de mange gode eksempler, der er i København på klimavenlig adfærd – om det

Kommunikation

Rådhuset, Stuen, 93
1599 København V

Telefon
3366 2295

Telefax
3366 2295

E-mail
RIH@okf.kk.dk

EAN nummer
5798009800305

www.kk.dk

er virksomheder, klimabevidste borgere/medarbejdere eller bare spændende lokale klimaprojekter.

10 rollemodeller og utallige involverede

Et af kampagnens væsentligste formål er at give københavnernes en følelse af, at der sker noget i København og derved få Københavns individer, medarbejdere og fællesskaber til at involvere sig i klimaindsatsen.

Skal dette lykkes, er det gode eksemplets magt stor. Kampagnen udvælger derfor 10 rollemodeller, der allerede i dag er det gode eksempel eller som er klar på at forpligte sig til at være det.

Rollemodellerne bliver kendt blandt københavnernes gennem grundig dokumentation, web, events og forskel online og offline eksponering, for herigennem at fungere som inspiration for Københavns borgere, virksomheder og foreningsnetværk.

Profilering af rollemodeller

Rollemodellerne i Københavns Kommunes klimakampagne vil blive eksponeret i bybilledet og på hjemmeside som eksempler på, at det nytter at handle for klimaet.

- Rollemodellerne bliver interviewet, fotograferet og filmet af Københavns Kommune.
- Film, citater, samt fakta om projektet (hvad er der gjort, hvilken effekt) lægges på kk.dk/klima.
- Fotos af udvalgte rollemodeller danner afsæt for en række plakater og go-cards. Disse vil også indeholde en sætning om hvad der er gjort. Plakaterne bruges i byen, fx på busstoppesteder og co-cards formidles via cafeer. Derudover kan enkelte rollemodeller forvente at optræde på Hængeskilte i 5a, på bagenden af citybussen og på enkelte infostandere ved udvalgte metrostationer og ved udvalgte events, samt i forskellige nyhedsbreve udsendt af Københavns Kommune
- Som rollemodel forpligter man sig desuden i et vist omfang til at tage imod journalisthenvendelser om projektet – men det står én frit for at vælge om det skal ske via telefon, mail eller om man vil invitere journalisten ud.

Synlighed

Kampagnen gør brug af en lang række kanaler for at sprede de gode budskab - udover online, synliggøres kampagnen løbende i bybilledet, gennem netværk og gennem pressen

Synlighed i byen

Kampagnen vil i fra uge 33 og frem til uge 52 være synlig i gadebilledet på:

- Plakatsøjler i uge 33 og 39
- Bagenden af citybussen i uge 36-52
- Bannere over strøget i uge 36-37 og uge 41-42
- Go-cards på caféer fra uge 35
- Hængskilte og tv-spots i buslinie 5A i uge 36-37
- Infostandere ved forskellige metrostationer i uge 36
- Trykte fodspor på 10-12 pladser rundt omkring København i løbet af efteråret

Netværk

Eksisterende forenings- og erhvervsnetværk bruges til at sprede budskaberne og opfordre byens fællesskaber til at tage del i kampagnen. Der gøres ligeledes brug af de netværk, som er blevet opbygget i forbindelse med allerede eksisterende kampagner.

KK stiller i kampagneperioden et videoblogredskab til rådighed, som sammen med Youtube og Facebook kan danne afsæt for fællesskaber. Der stilles desuden mobilkameraer til rådighed ifm events, sådan at deltagerne selv laver film undervejs.

Al dokumentation lægges tilgængeligt på www.kk.dk/klima.

Events

Kampagnen deltager i en række events som fx cykel-lege-dag, Park the Car (fest i det grønne p-hus) og Ekstra Bladets Skole klimaavis. Der afholdes desuden enkelte events med kampagnen som udgangspunkt.

Samtidig understøttes byens fællesskaber i at gøre det samme – herunder dokumentere og sprede budskabet!

Presse

Kampagnen understøttes af en massiv presseindsats, der sætter klimaplan, københavnermøller og de forskellige fællesskabsprojekter på dagsordenen. Der skal således lægges en plan for national og regional presse med fokus på nogle gode cases, talmateriale og spændende budskaber. På lokalt plan tages pressearbejdet mere løbende med fokus på at få de lokale fællesskabers projekter i pressen. Det overvejes om der kan indgås partnerskaber med lokalaviserne.