

Klimatkampanjen – hur gjorde vi och vad blev resultatet?



Utgångsläge

- En del av Sveriges klimatstrategi
- Hela svenska folket som målgrupp
- 60 miljoner kronor i budget under 2 år
- Samverkan med andra aktörer
- Nationell och lokal nivå



Klimatkampanjens mål

Öka allmänhetens och företagens kunskap om växthuseffektens orsak och verkan

Öka kunskapen om individuell påverkan för att minska utsläpp av koldioxid

Höja acceptansen för en omställning till ett uthålligt samhälle



Marknadsanalys



Vägverket

formas



Energimyndigheten

Folksam[®]



**SVENSKA
KOMMUNFÖRBUNDET**

**Konsument
verket • KO**



Svenska kyrkan



Svenska Naturskyddsföreningen

Nytt klimat ger nytt jordbruk

MALMÖ: Årets heta sommar med borttorkade skördar i söder men fyllda lador i norr ger en fingervisning om hur odling och landskap kan komma att se ut framöver.

EU:s länder fick i årets sommarbeta se spannmål torra bort motsvarande tre gånger Sveriges hela skörd eller omkring 15 miljoner ton av den normala totalskörden på 200 miljoner ton.

Hårdast drabbas är norra Italien men också ett bälte i norra Frankrike över södra Tyskland och vidare in i Österrike. Även Spanien och Portugals spannmålskördar har fått känna av torkan.

Varmare vintrar

Mos SMHI i Norrköping säger hydrologen Gunn Persson att italienarna redan tidigare tagit till sig av forskningslämna klimatprognoser kring framtida temperaturhöjningar. Italien har gått ut med oförklarad ökning av att odlings-

ten runt Medelhavet, men här sammanreviderat skillnaden

Jordbruket i EU

Totalt inom EU utnyttjas 17 miljoner hektar jordbruksmark, varav 4 miljoner hektar är betesmark. De största arealerna finns i Frankrike, Tyskland och

92 miljoner ton vete skördas varje år...



STORA ÖVERSÅMMNINGAR Busshögskolan blev ställd ut på höften med vatten från floden Elbe i augusti. Det stora översvämningen över Tyskland följde sommaren följde med sig stora översvämningar.

Ta det extrema vädret på allvar

3 SEPTEMBER 2003. Årets svenska sommar blev en av de varmaste på 100 år. I andra delar av Europa krävde hetan tusentals dösoffer. Det är svårt att koppla samman extremt väder ett enskilt år med långsiktiga förändringar av klimatet. Det kan skapa nya globala konflikter. Många av de legior som minkas i försvarsbudgeterna är lössamma redan i dag, som en följd av att utsläppen av växthusgaserna ökar. Detta är en utmaning för EU och för världens nya system med klimatförändringar. En utmaning för världens nya system med klimatförändringar. En utmaning för världens nya system med klimatförändringar.

för att täcka italienarnas behov av bröd- och kakkor. Även Tyskland kan behöva köpa svenskt vete i år och Spanien smått till föder, säger Jo...



En varm sommar gör ingen växthuseffekt, skriver Tommy Hammarström. Foto: LARS EPSTEIN

Håll huvudet kallt

Det finns en kuslig överensstämmelse mellan den gängna sommarens varma praktik och växthuseffektens teori - fast det är nog ändå för tidigt att skylla det ena på det andra.

Förra året presenterade två jordbruksforskare, dansken Jørgen Olesen och italienaren Marco Brindl, en prognos över växthusvärmens effekt på jordbrukets skördar. De förutspådde att den norra delen av Europa, på grund av stigande temperatur och ökad mängd koldioxid, skulle få ett faktiskt varmare klimat och ökade skördar.

Men i södra Europa skulle värmen leda till vattenbrist och sjunkande skördar. Man kan säga att sommaren år 2003 verifierade teorin.

Men i fjol värmerekord i alla väderstreck, från Tomteleden till Rom, från London till Bagdad. I Frankrike dog tusentals människor av värmeslag. I Portugal brann busk- och skogsländerna, och i Italien torkade floden Po ut till en rinnlilja.

Skördarna av majs och sockerbetor minskade med en fjärdedel i Italien, vete- och kornskörden i Portugal sjönk med en tredjedel.

Men norra regionen, som inte skadades av värmen, såg en ökning av skörden. Detta är en utmaning för världens nya system med klimatförändringar. En utmaning för världens nya system med klimatförändringar.

Men ingen har presenterat bevis: verifieringarna finns än så länge bara i datorerna. De 19 000 döda i Frankrike kan lika gärna, eller hellre, skrivas på den dåliga sjukvårdens konto, och glaciärerna smälte faktiskt bort också under värmeperioden på stenåldern.

Den varma sommarens goda skördar i norr och missväxt i söder bekräftar en teori om varma sommar, men egentligen inte mer än så. En kuslig överensstämmelse dock.

ledare
Liberal

Inte bara vackert väder

Inte undra på att många pratar om vädret. Den senaste tidens värmebölja har levt upp till även de allra högst ställda kraven på drömväder under högsommaren. Men det är inte bara solstörande svenskar som har fått känna av effekterna av värmen. Den genomsnittliga temperaturen på jorden var i maj den näst högsta sedan mätningarna började under den senare delen av 1800-talet. De tio högsta noteringarna av snittemperaturen på land och i hav har alla uppenåt efter 1990. Det är inte heller bara det vackra vädret som är ett samtalsämne. Längst ifrån alla människor är lika uppmärksamma på väder som vi i Sverige.



Mycket öder på ett utsläpp av växthusgaserna på varken klimatet. Foto: SCANPIX

umbäranden och föröden av torka, översvämningar, stormar. Extrema för sommarer drabbar fattiga länder.

Det mänskliga ansvar varmare klimatet har så många andra frågor stritt i forskarvärlden ligger i att vetenskapliga bevis inte är det. Men de temperaturhöjningarna förstås mot bakgrunden av växthusgaserna stryker vikten av Kyoto-protokollet. Det är bedrägligt det land i värld mest klimatpåverkan behåller analys. Men man b...

De flesta anser att temperaturhöjningarna kommer att leda till ökade skördar i norra Europa och minskade skördar i södra Europa. Detta är en utmaning för världens nya system med klimatförändringar. En utmaning för världens nya system med klimatförändringar.



**Vad händer
i framtiden?**

alkoholkommittén

Om alkoholkommittén • Kontakta oss

Innehåll

- » Förstasida
- » Fakta
- » Förebygga
 - Artiklar
 - Information
 - Kampanjmaterial
 - OH-material
 - Rapporter
 - Reklamer
 - Utvärdering
 - Nätverk
 - Kalendarium
- » Nyheter
 - Pressmeddelanden
 - Tryckta utgåvor
- » Länkar
- » Logg om lag

Fakta

Starkt ökat i andelen per 40 cl (4,3 vol%)

År	1996	2000-2001
CO 24 cl (24 vol%)	CO 133 cl (133 vol%)	

Förändringar i konsumtion...

Vad säger ungdomarna?

Vad kostar...?

Vad kostar alkoholen?

Förslagen...



are you doing your bit?



AKTION KLIMASCHUTZ

Willkommen bei der Aktion Klimaschutz!

Aktuelles
Aktion Klimaschutz
Partner
Klimatipps
Klimainfo
Netzwerk Klimaschutz
Plattform Klimaschutz

Die Pinguine Pima und Alma beraten Sie gern, wie Sie zu Hause und unterwegs zum Klimaschutz beitragen können. Dazu gibt es viele Informationen zum Thema Klimaschutz und Klimawandel.

Die Aktion Klimaschutz will motivieren und zum Handeln anregen und hilft für klimafreundliches Verhalten im Alltag.

Schauen Sie rein, informieren Sie sich und lassen Sie sich motivieren. Pima und Alma zeigen Ihnen, wie einfach das geht!

Die Website ist optimiert für eine Bildschirmgröße von 800x600 Pixeln.

Klimatipp des Monats

Wunderchöne Federstrümpfe und unartefizielle Natur...
Neht!zoo...

Sache
Übersicht
Kontakt
Impressum



Målgruppsanalys



Målgruppsanalys

Vad vet jag?

Vad känner jag?

Hur resonerar jag?

Vem litar jag på?



Målgruppsanalys

5 miljoner
slumrande
samhälls-
aktivister



Viktiga slutsatser från analysfasen

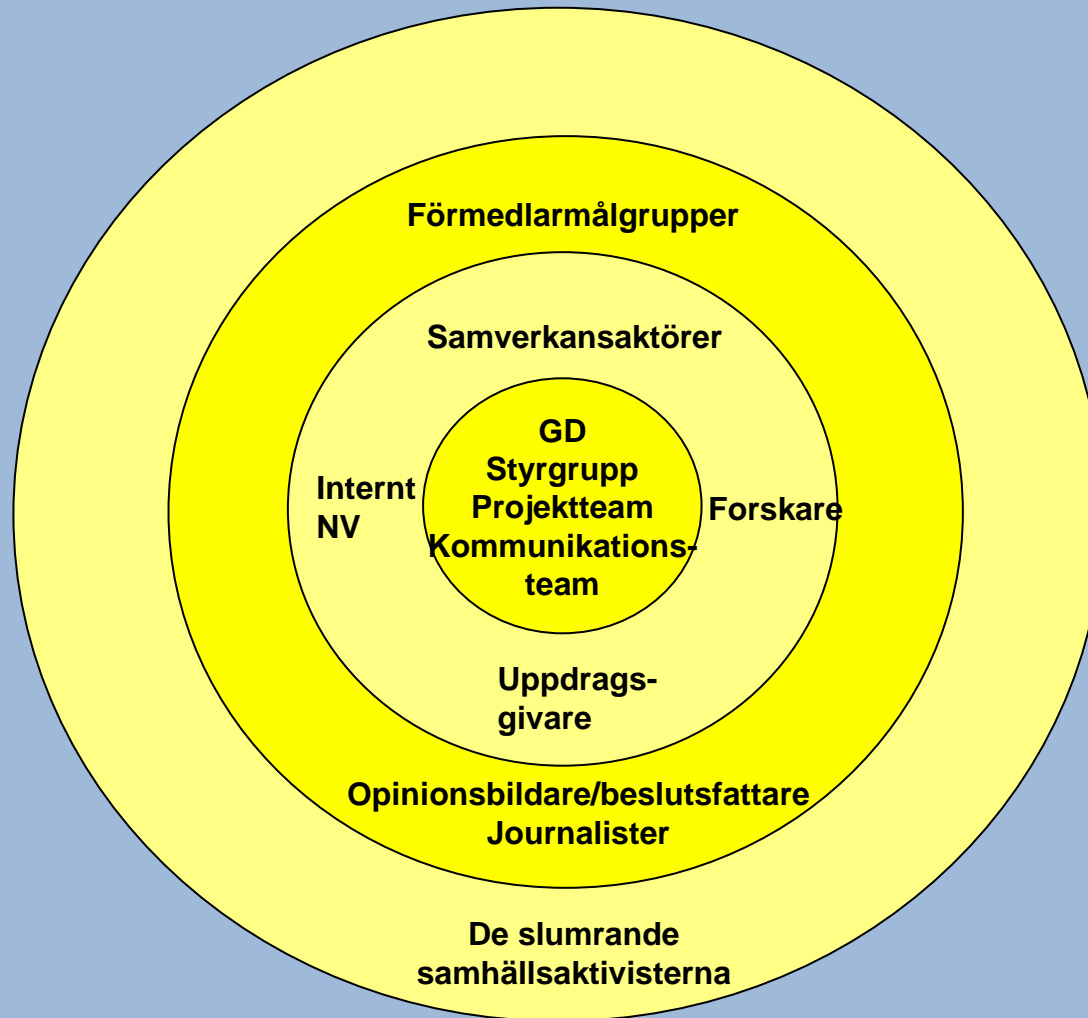
- Klimatfrågan är komplex och svår att förstå och leder därmed till stor osäkerhet hos målgrupperna
- Det finns många hot i samhället som ligger närmare i tiden vilket gör att individen inte orkar engagera sig i något som upplevs ligga i framtiden
- Svenska folket tycker att frågan är viktig men är negativa när det gäller personliga åtaganden
- Erfarenheter från tidigare kampanjer pekar på vikten av att ta ner frågan på ett individuellt plan och informera om hur individen kan dra sitt strå till stacken

Viktiga slutsatser från analysfasen

- **Hotbilden måste kopplas till lösningar för att individen ska acceptera problemet**
- **Klimatfrågan finns inte på medie- eller samtalsagendan på det sätt eller i den utsträckning som är önskvärt för Klimatkampanjen**
- **Det finns idag ingen samlande kraft eller arena för klimatfrågan**
- **I den mån olika aktörer driver klimatfrågan är det oftast som en integrerad del av miljöfrågan.**

**Hur har kampanj-
arbetet integrerats?**

1. Intressentperspektiv



2. Disciplinoberoende kommunikationsplattform

**Växthuseffekten
påverkar dig,
hur påverkar du den?**

Kommunikationsmål

Idag:

Växthuseffekten uppfattas som komplex och svårgreppbar

Om två år:

Växthuseffekten berör och engagerar mig personligen

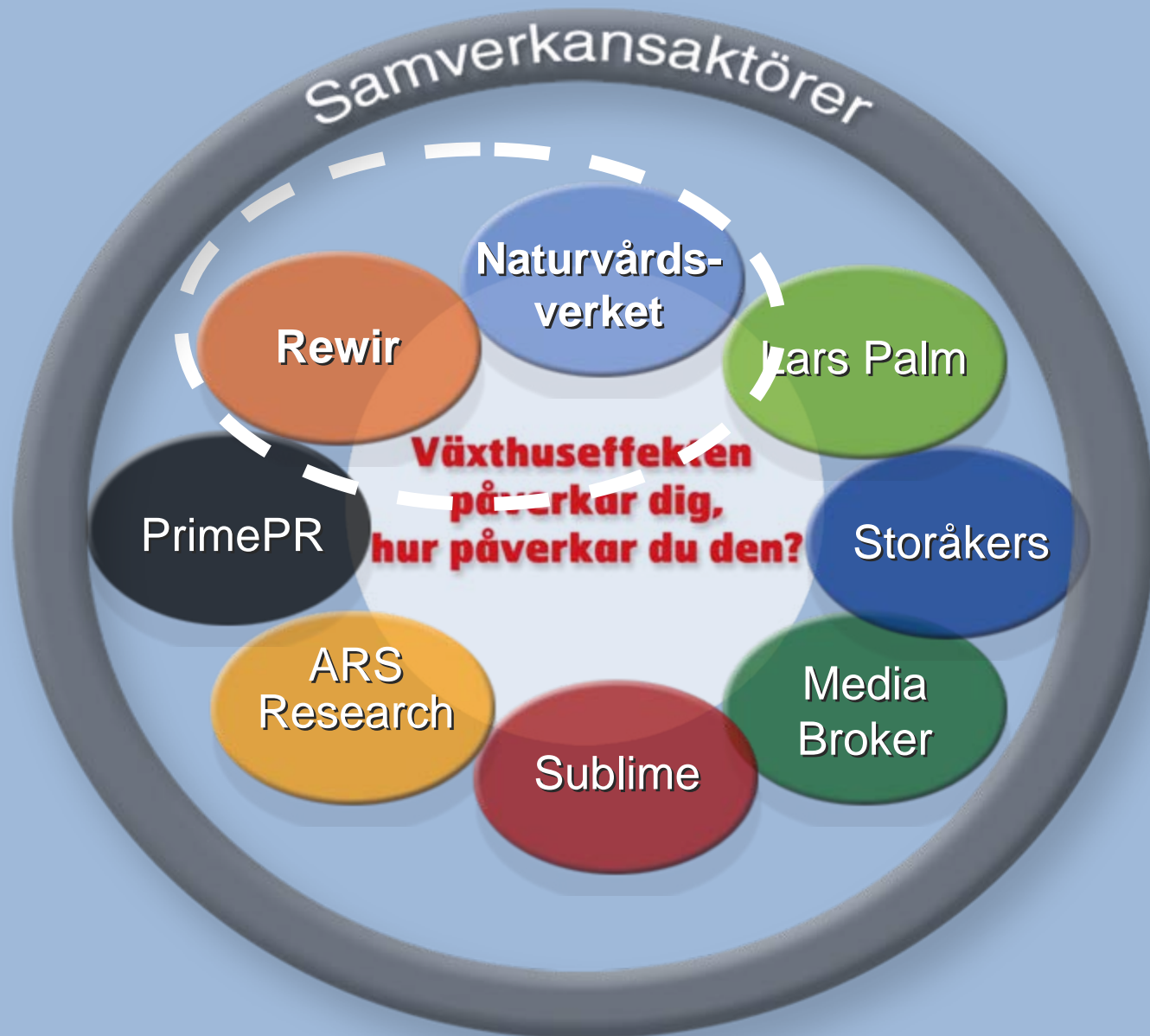
Kommunikationsplattform



Växthuseffekten är ett stort problem med många enkla lösningar =

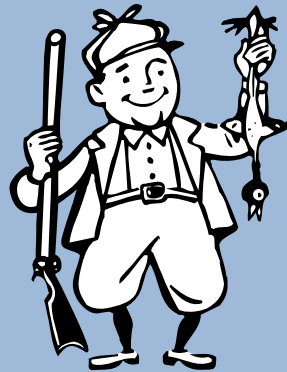
Växthuseffekten påverkar dig, hur påverkar du den?

3. Integrering av samverkanspartners



4. Nationellt – lokalt perspektiv

Samhälle



Individ - nära

5. Integrering av kommunikationskanaler



6. Integrering i projektprocessen. Exempel:Lanseringskampanjen



Intern
förankring

Förankring
hos
intressenter

**Ursäkta oss Vivaldi,
men vi håller på att förändra vårt klimat.**

Har du också en känsla av att vådet blivit konstigt? Då har du alldeles rätt. Jordens medeltemperatur har stigit och klimatet har blivit våtare. Du minns säkert vad som hände i Centraleuropa i somras då familjer fick ry in i vardagsrummen för att hämta sina tillhörigheter.

Här i Sverige förflyttar sig trädgränsen redan längre upp på fjället. Höstfloderna har blivit kraftigare än våstfloderna. Decla av Orust förklarades i somras som katastrofområde, på grund av regnovådet. Och fixtingarna sprider sig allt längre norrut.

Från 1900-talets början har temperaturen ökat med upp emot en grad. Under den kommande 100-årsperioden förväntas temperaturen öka upp till fem gånger så mycket. FN:s klimatanalys är enig om att människans utsläpp av växthusgaser påverkar klimatet. Förändringar som i sin tur kan få ekologiska, ekonomiska och sociala konsekvenser.

Vi måste
existera!



Upplysning
VIVALDI
DE TVÅ ÅRSTIDERNA
Med Erik Spjut, Bengtsson och The Drottningholm Theatre Ensemble



tekniken erbjuder och br
kan vi tillsammans minska

Det finns lösningar. Ki
ta ansvar för. Och enklare
att bidra med. Men för at
kunskap.

Därför har Naturvård
tillsammans med andra a
panj för att höja allmänna
huseffekten och vad vi k
påverkan på klimatet. Vi
tänker erbjuda enkla lösn
redan gör ett saker.

Med den här inform
vara delaktig i Klimarka
dra till att!



www.naturvardsverket.se

Stockholm i december 2012

Titel

I din hand håller du en information om en omfattande kampanj om växthusfaktorn som Naturvårdsverket på regeringens uppdrag kommer att genomföra tillsammans med andra aktörer under de kommande två åren. Vi har skickat utbudsinformation till dig eftersom din organisation är en viktig spridningskanal när det gäller utvecklingen mot ett långsiktigt hållbart samhälle.

Vi har valt att kalla informationsutgåvan Klimatkampanjen. Med start den 25 december i år kommer växthusfaktorn under de kommande två åren att kraftfullt beläggas hos allmänhet och företag, som tillsammans utgör kampanjens målgrupp. Vi kommer att arbeta för att göra klimatproblemet till en självklarhet men också påvisa de många fördelar och lösningar som finns på ett enkelt sätt som ska vara tydligt för alla.

För att lyckas med detta behöver vi en bred samverkan i samhället. Energimyndigheten, Länsstyrelserna, Kommunstyrelserna och Vårdsverket, som tillsammans med Naturvårdsverket ska bidra med information om kampanjen, kommer att vara delaktiga på olika sätt under de kommande två åren. Men det finns också många andra aktörer som utgångspunkt, kommuner, föreningar, utbildning och frivilligorganisationer som vi hoppas kan ge oss ett stort kampanjstöd.

Det inbjudade karaktäret innehåller, utöver musiken till Vivaldis sommar och höst, mer information om själva kampanjupplägget. Vi hoppas att Klimatkampanjen kan inspirera, engagera och motivera just dig i arbetet med klimatet.

Med vänliga hälsningar

Lars Erik Löfdahl
Generaldirektör

Anica Colberg-Widberg
Kampanjansvarig Klimatkampanjen

PS. Det här utskicket har generellt ett utsläpp på 130 gram kolämnad. Det motsvarar ca 700 meter förbrukning och bidrar därmed också till växthusfaktorn.

Information om kampanjen på
www.naturvardsverket.se
Telefon: 08 731 81 81
E-post: info@naturvardsverket.se





Intern
förankring

Förankring
hos
intressenter

Kommunikation
mot
kommunikations-
målgrupp

**Något konstigt
håller på
att hända
med vädret.**

Växthuseffekten påverkar dig,
hur påverkar du den?

www.naturvardverket.se



**Något konstigt håller på
att hända med vädret.**



**Växthuseffekten påverkar dig,
hur påverkar du den?**



www.naturvardverket.se

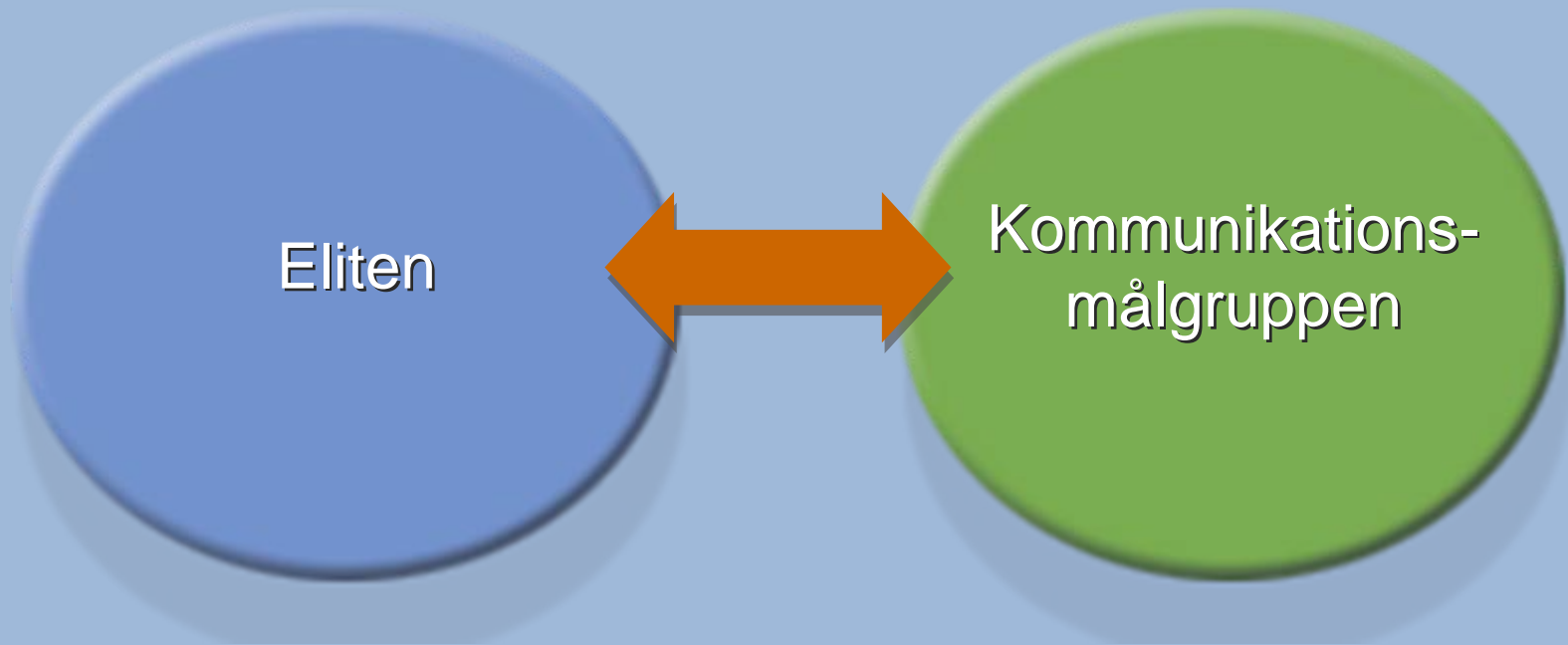
Intern
förankring

Förankring
hos
intressenter

Kommunikation
mot
kommunikations-
målgrupp

Uppföljning
och
utvärdering

Utmaningar



Utmaningar

Varumärket
Naturvårdsverket



Ämnet
växthuseffekten

Utmaningar

Konventionellt
informationsarbete



Okonventionell
kommunikation

Utmaningar



Många
kockar

Utmaningar



Indraget
anslag

Resultat

Mål: Ökad kunskap om orsak

Växthuseffekten orsakas av fossila bränslen, utsläpp från transporter eller liknande.

57 % → 67 %

Resultat

Mål: Ökad kunskap om verkan

Värme/högre temperaturer/varmare klimat

31 % → 44 %

Resultat

Mål: Ökad kunskap om verkan

Påverkas vi av växthuseffekten redan idag?

43 % → 52 %

Resultat

Mål: Ökad acceptans för individuella åtaganden

Tror du att du kan göra något för att minska växthuseffekten?

37 % → 41 %

Välkomna att ladda ner Klimatkampanjens
slutrapport från

www.naturvardsverket.se/vaxthuseffekten.