



Bilag 1

08-08-2011

## **Koncept for Københavns Miljøpris**

Sagsnr.  
2011-110101

### **Baggrund**

Dokumentnr.  
2011-553723

Der er behov for at modernisere konceptet for Københavns Miljøpris for at få en større gennemslagskraft og effekt af uddelingen af en kommunal miljøpris.

Sagsbehandler  
Tim Jensen

Københavns Miljøpris er blevet uddelt siden 2000 af Københavns Kommune. Miljøprisen er kommunens anerkendelse af en prisværdig miljøindsats. Kommunen har med prisen ønsket at give et skulderklap til aktører, som arbejder med at udvikle København i en grøn retning. I praksis har det vist sig, at det kun har været muligt at få et spinkelt rekrutteringsgrundlag for kandidater til miljøprisen. Den hidtidigt nedsatte jury har ofte følt, at der har været for få kvalificerede kandidater til prisen. Pressemæssigt har prisen ikke givet opmærksomhed og omtale udover lokalavisen i den bydel, hvor årets vinder har haft virke.

### **Formål**

Formålet med Københavns Kommunes Miljøpris skal fremover være at skabe bedre mulighed for københavnernes til at handle grønt ved at påskønne aktiviteter, som udvikler ny grønne handlemuligheder i byen. Prisen skal gøres til københavnernes miljøpris ved at inddrage borgerne i at udvælge og stemme om kandidaterne til prisen. Borgerne skal inddrages for at få mange kvalificerede bud på kandidater til miljøprisen og til at skabe opbakning til aktiviteter, der udvikler ny grønne handlemuligheder i København.

### **Målsætninger**

- Arbejdet med miljøprisen skal involvere københavnernes med at finde frem til en værdig vinder, dvs. der er mange som er med til at udvælge
- Miljøprisen skal opnå en større synlighed end tidligere, dvs. skabe mere opmærksomhed omkring miljøprisen og kandidaterne til miljøprisen.

### **Koncept**

Miljøpris 2011 skal skabe opmærksomhed mod tiltag, der udvikler nye grønne handlemuligheder i København. Københavnerne skal inddrages aktivt i miljøprisen. Vinderen skal findes igennem to runder, hvor københavnernes udvælger og stemmer om kandidaterne.

Miljøprisen er ikke længere en pengepræmie, men bliver knyttet sammen med et centralt tema for årets borgerindsats. I 2011 består miljøprisen således af en ladcykel, som vil blive præsenteret i

### **By- og Klimaområdet**

Njalsgade 13, 2. sal  
Postboks 259  
2300 København S

Telefon  
3366 5995

E-mail  
tjens@tmf.kk.dk

EAN nummer  
5798009595959

www.kk.dk

forbindelse med forvaltningens arrangement Fremtidens Cykelby den 23. september på Gammeltorv og Nytorv. I 2012 skal prisen knyttes sammen med EWEA 2012, som er den store vindkonference, der afholdes i København. Konceptet er nærmere beskrevet i bilag 1. Som bilag 2 er vedlagt det nuværende koncept.

### **To udvælgelsesrunder**

I første runde handler det om at skaffe potentielle kandidater til miljøprisen. I anden runde stemmer københavnere om vinderen blandt de udvalgte kandidater. Når københavnere stemmer, deltager de samtidig i konkurrencen om en attraktiv præmie med en grøn vinkel. Præmien gives for at tilskynde københavnere til at hjælpe med at finde frem til vinderen af Københavns Miljøpris.

Der skal være et langt forløb omkring første runde, så der sikres mange kandidater til anden runde. Afstemningen skal foregå vha. SMS og Facebook, hvor vinderen skal findes blandt de SMS-stemmer, som ender med at stemme på vinderen af Københavns Miljøpris. Kriteriet for at stemme er, at man ikke tidligere har stemt, og at vinderen, som er den person, der står registreret som ejer af telefonen, bor eller arbejder i Københavns Kommune. Hvis man stemmer via Facebook, har man ikke mulighed for at vinde præmien, men man har indflydelse på, hvem som skal vinde prisen.

Københavns Miljøpris 2011 uddeles ved udgangen af 2011 i forbindelse med Green Awards, som Grønne Erhverv i Center for Miljø afholder. Her vil vinderen af afstemningen samtidig blive fundet vha. lodtrækning blandt deltagerne.

### **Kriterier for udvælgelse**

Kriterierne for at kunne komme i betragtning tager udgangspunkt i de eksisterende kriterier for miljøprisen. Dog er kriterierne blevet kraftigt beskåret og skærpet i forhold til at have fokus på miljøforbedringer igennem handlinger.

For at komme i betragtning til Københavns Miljøpris skal følgende kriterier være opfyldt:

- Prisen kan tildeles enkeltpersoner, virksomheder, selskaber, foreninger, institutioner og organisationer, der har gennemført aktiviteter, der har udviklet København i en bæredygtig retning i 2011.
- Aktiviteten skal have en miljøforbedrende sigte, fx ved at skabe nye grønne handlemuligheder
- Aktiviteten skal involvere mange mennesker eller resultatet af aktiviteten skal skabe miljøforbedringer eller handlemuligheder for mange københavnere
- Aktiviteten skal kunne inspirere til anvendelse i hele byen
- Aktiviteten skal være lovlig

- Aktiviteten eller de miljøforbedrende resultater af aktiviteten skal have fundet sted i København

De eksisterende kriterier er gengivet i bilag 2.

### **Præsentation på kommunens hjemmeside og på Facebook**

Miljøprisen og kandidaterne skal præsenteres på kommunens hjemmeside og på en Facebook-side for miljøprisen, som også vil være omdrejningspunktet for markedsføringen af miljøprisen. Den kommunale markedsføring af miljøprisen skal dels bestå af opslag på kommunens hjemmeside og på Facebook, direkte henvendelser til relevante aktører, herunder lokaludvalgene, og pressemeddelelser til relevante medier primært lokalaviser.

Under første runde er omdrejningspunktet Facebook-siden om miljøprisen. Siden skal bruges som omdrejningspunkt for markedsføringen af miljøprisen og som dialogredskab med og om kandidat-feltet. Facebook-siden får en kommunal moderator som løbende sikrer liv på siden, og som går i dialog med besøgende. Moderatoren skal også sikre, at spam og anstødelige kommentarer fjernes fra siden.

På kommunens hjemmeside skal der være den officielle præsentation af miljøprisen med kriterier og med kandidatlisten til anden runde. Anden runde slutter med en afstemning, hvor den kandidat som får flest stemmer, vinder årets miljøpris.

### **Markedsføringsstrategien**

Omdrejningspunktet for markedsføring af miljøprisen bliver online tilstedeværelse, som så vil skabe redaktionel omtale i andre medier. I første omgang skal der skabes opmærksomhed om miljøprisen ved at indrykke opslag om nomineringsmuligheden på udvalgte Facebook-grupper og i andre relevante elektroniske fora. Senere kan det være nødvendigt at købe annoncer på Facebook og andre elektroniske medier, hvis der ikke kommer tilstrækkelig aktivitet i form af kandidater og stemmer på kandidater.

Derudover vil særligt udvalgte personer blive opfordret til at forslå kandidater til miljøprisen for at sikre, at der løbende kommer nye kandidater til feltet. En jævn strøm af kandidater gennem første fase sikrer, at det løbende er muligt at indrykke opslag som fx ”Nu flyver Bybi efter Københavns Miljøpris – hvem synes du har været sødest ved miljøet i år?” Opslagene skal styrke muligheden for fortsat opmærksomhed omkring prisen og for at fastholde københavnernes mulighed for at være med.

Derudover kan der samtidig skabes muligheder for at få opmærksomhed hos de københavnske lokalaviser om nye, lokale kandidater og i andre københavnske medier om relevante kandidater.

### **Ressourcer**

Der er afsat 80.000 kr. til at udvikle og afholde miljøprisen.

### **Tidsplan**

*12/9-2011*

Teknik- og Miljøudvalget godkender nyt koncept for Københavns Miljøpris.

*13/9-2011*

Første runde annonceres i Facebook-fora og faglige netværk.

*13/9-20/11*

Løbende dialog på Facebook om og med potentielle kandidater.

*20/11-2011*

Udvælgelse af endelig kandidatliste og præsentation på [www.kk.dk](http://www.kk.dk).

*20/11-15/12*

Annoncering og afholdelse af SMS-afstemning om vinderen af Miljøprisen 2011.

*Medio december*

Præsentation af vinder på Grønne Erhverv Awards, som virksomhedsområdet i Center for Miljø afholder - dato ikke endelig fastlagt.