**Bilag 1**

22. maj 2015

**Opgavebeskrivelse for udvikling af kommunikationsredskaber under projektet ”Effektiv kommunikation i sommerhusområder”**

**BAGGRUND**

Ifølge Regeringens ressourcestrategi I skal kommunerne genanvende 50 % af dagrenovationen inden 2022. Sommerhus-tunge kommuner er afhængige af at kunne indsamle store mængder genanvendelige affaldsfraktioner fra sommerhusområderne, hvis de skal nå genanvendelsesmålet.

På den baggrund har BOFA og kommunerne Odsherred, Halsnæs, Hjørring, Jammerbugt samt KL og DAKOFA fået tildelt midler af Miljøstyrelsens kommunepulje til at gennemføre projektet ”Effektiv kommunikation i sommerhusområder”, i erkendelse af, at der mangler viden om effektiv kommunikation af bortskaffelsesmuligheder og sortering af affald her.

Projektet er inddelt i 3 faser hhv. fase 1 ”kortlægning”, fase 2 ”udvikling af kommunikationsredskaber” og fase 3 ”Test i sommerhusområder” samt endelig en afrapportering.

Nærværende opgavebeskrivelse omfatter en delopgave af projektet, primært udvikling af kommunikationsredskaber, som projektets styregruppe har valgt at udbyde til konsulenter med særlig kompetence inden for affaldskommunikation.

**FORMÅL**

Formålet med delopgaven er på baggrund af projektets fase 1 ”Kortlægning” at udarbejde forskellige kommunikationsredskaber målrettet til de forskellige udlejere og brugere af sommerhuse, herunder udnyttelse af forskellige informationskanaler. De udarbejdede kommunikationsredskaber testes efterfølgende i udvalgte sommerhusområder i de 5 ovenstående projektejer-kommuner.

**OPGAVENS HOVEDAKTIVITETER**

Kommunikationskonsulenten vil indgå i en projektgruppe sammen med projektets styregruppe. Projektgruppen holder løbende møder for at sikre projektets fremdrift og resultater. Det forventes, at der afholdes som minimum 5 projektgruppemøder (se bilag 2).

Der er endvidere tilknyttet en følgegruppe til projektet som løbende vil blive inddraget i projektet for, at bidrage med viden, informationer og andre relevante input til projektet og medvirker dermed til at sikre projektets kvalitet og succes. Der forventes afholdt 3 følgegruppemøder i løbet af projektperioden. Kommunikationskonsulenten skal deltage i følgegruppemøderne, så det sikres, at følgegruppens input indgår i projektet. Kommunikationskonsulenten kan evt. efter behov tage kontakt til de enkelte følgegruppemedlemmer for at indhente specifik viden og information af betydning for projektet (se bilag 2).

Opgavens hovedaktiviteter består af følgende delopgaver.

Deltagelse i fase 1 ”Kortlægning”

Projektet starter med en kortlægning af sommerhusområdernes karakteristika og brugersammensætning. Kortlægningen vil bl.a. give information om, hvilke og hvordan de forskellige brugergrupper af sommerhuse ser ud, hvor de får deres affaldsinformation fra, samt hvilke aktører, der er væsentlige ift. at bringe affaldsinformation til brugerne.

Fase 1 ”kortlægning” gennemføres som et samarbejde mellem Center for Regional- og Turismeforskning (CRT) og Ålborg Universitet/Ressourcelab Bornholm (AAU) med input fra øvrige aktører.

For at få størst mulig sammenhæng mellem resultaterne af kortlægningen og udvikling af kommunikative redskaber til aktører og brugere af sommerhuse deltager kommunikationskonsulenten i minimum et møde med CRT og AAU, som udfører kortlægningen. Kommunikationskonsulenten får herved mulighed for at give input til kortlægning. På denne måde kan det sikres, at kortlægningens resultater er optimale ift. udvikling af kommunikationsredskaberne. Kortlægningen forløber fra juni til ultimo september 2015.

Fase 2 ”Udvikling af kommunikative redskaber”

På baggrund af resultaterne fra kortlægningen, herunder viden om de forskellige aktører og brugergrupper i sommerhusområderne samt den viden om potentialer og behov som kortlægningen rummer udvikles en række kommunikationsredskaber. Udvikling af redskaberne skal i videst mulige omfang opfylde følgende kriterier:

* Redskaberne skal som minimum være målrettet 3 brugergrupper hhv. ejere, professionelle udlejere og brugere (danske og udenlandske turister)
* Redskaberne skal være udviklet på baggrund af en analyse af, hvilke informationskanaler, der passer til de enkelte brugergrupper, som er identificeret i kortlægningen (projektets fase 1)
* Redskaberne skal kunne tilpasses, hvad hhv. ejer/udlejer og bruger skal vide om affald i det pågældende område
* Redskaberne skal være udviklet til at ramme brugeren der, hvor brugeren er og har behov for informationen
* Redskaberne skal fremstå, som:
	+ En samlet værktøjskasse målrette de enkelte brugergrupper, herunder en vejledning til, hvordan værktøjskassen kan bruges
	+ Beskrivelse af, hvordan de enkelte brugertilpassede virkemidler skal/kan ”se ud”, herunder eksempler
	+ Fleksible designtemplates, som kan tilpasses de enkelte kommuners udtryk/designs

Da der ikke er to kommuner/affaldsselskaber, som agerer ens, er det vigtigt, at redskaberne er generelle, så den enkelte bruger efterfølgende selv kan udfærdige det nødvendige materiale.

Der skelnes mellem brug af følgende virkemidler:

* Digitale (udnyttelse af mobile enheder og webkanaler)
* Skiltning (visuelle/vejledende redskaber i lokalområde, trykt oplysning til og i sommerhuse)
* Lokale kampagner (Interessent- og informationsmøder, involvering af lokale aktører)
* Informative redskaber (brochurer, materiale fra udlejningsbureauer, via ejerforeninger)
* Nationale kampagner
* Evt. samarbejde med relevante udenlandske aktører

Deltagelse i fase 3 ”Test af redskaber”

I fase 3 vil de udviklede kommunikationsredskaber blive testet i udvalgte sommerhusområder ift. brugergrupperne. Nedenstående matrix er et forslag til testområder og brugergrupper.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Ejere** | **Professionelle udlejere** | **Danske turister** | **Udenlandske turister** |
| Feriecenter f.eks. Skallerup klit |  | X |  |  |
| Blandet sommerhusområde | X | X | X | X |

Formålet med at teste kommunikationsredskaberne er at undersøge om affaldsinformationen er nået frem til brugerne af sommerhusene og om den har haft en effekt.

Der gennemføres derfor en spørgeskemaundersøgelse hos brugerne af sommerhusene i maj/juni 2016 inden de udviklede kommunikationsredskaber tages i brug, som afdækker *før-situationen*. Herefter gennemføres test af kommunikationsredskaberne og der foretages herefter en spørgeskemaundersøgelse hos brugerne, som afdækker *efter-situationen*. Endvidere bør det overvejes, at inddrage udlejningsbureauer og skraldemænd, via f.eks. interviews i beskrivelserne af før- og efter-situationerne, for at kvalificere testresultaterne yderligere. Konsulenten vil medvidere blive bedt om selv at fremsætte forslag til hvordan testresultaterne bedst muligt kan evalueres i afrapporteringen og drøfte en samlet fremgangsmetode med projektets styregruppe.

Udarbejdelsen af spørgeskemaer er en del af udbuddet. De udvalgte kommuners repræsentanter i styrepruppen vil bistå med afviklingen af spørgeskemaundersøgelserne.

Afrapportering

Resultaterne af fase 2 og 3 afrapporteres. Afrapporteringen skal inddrage afrapporteringen fra kortlægningen som minimum vedlagt i bilag.

Afrapportering skal ske i Miljøstyrelsens rapportskabelon, som kan findes på styrelsens hjemmeside: <http://mst.dk/service/om-miljoestyrelsen/designmanual-og-publikation/>

**LEVERANCER**

Der forventes følgende leverancer:

* Deltagelse i minimum et møde med CRT og AAU, som skal udarbejde kortlægning, fase 1. Antallet af møder aftales efter behov mellem parterne.
* Udvikling af en værktøjskasse med kommunikationsredskaber til brug for kommunikation med projektets målgrupper, ejere, udlejere og brugere af sommerhuse i Danmark.
* Deltagelse i minimum et møde med test-kommuner og affaldsselskaber ifm. afvikling af test af kommunikationsredskaberne.
* Afrapportering, som indeholder følgende:
	+ Kommunikativ værktøjskasse, inkl. informationskanaler målrettet målgrupperne

**ØKONOMI**

Der er i alt 432.000 kr. ekskl. moms til opgaven i perioden august 2015 til november 2016.

**TIDSPLAN**

Opgaven skal udføres fra august 2015 til november 2016 og er fordelt på følgende måde:

* Deltagelse i møde med CRT og AAU forløber i perioden august til september 2015.
* Udvikling af kommunikationsredskaber fra oktober 2015 til januar 2016.
* Deltagelse i planlægning af test af redskaber fra februar til september 2015.
* Afrapportering fra september til november 2016.