

Bilaga 3 Informationsinsatser

Information om förbudet på Hornsgatan hösten-vintern 2009/2010

Först när alla formella beslut om dubbdäcksförbudet var fattade blev det möjligt att informera om förbudet. Den tidpunkten inföll i samband med regeringsbeslutet om kommuners rätt att besluta om dubbdäcksreglering den 22 oktober 2009. Den första veckan i november fanns annonser om förbudet ute i media. Informationen kopplades till budskapet att förbudet infördes för att förbättra luftkvaliteten.

www.stockholm.se/vinterdack togs samtidigt fram och gav större möjligheter att lämna fördjupad information. För att snabbt kunna ge medborgarna en god service har dubbdäcksfrågorna via telefon och mail hanterats av Kontakt-Center Stadsmiljö vid trafikkontoret. Från 1 oktober 2009 har totalt 547 frågor och synpunkter om dubbdäcken passerat Kontakt-Center. Den vanliga frågan rör dispenser. Därefter kommer frågor om alternativa färdvägar och om hur det ska bli på angränsande gator till Hornsgatan vad gäller buller/-miljö.

Informationsskyltar om förbudet på Hornsgatan sattes upp vid infarterna på Huddingevägen, Södertäljevägen, Nynäsvägen och Londonviadukten. Affischer sattes upp på portarna på de delar av Varvsgatan och Rosenlundsgatan som påverkades av förbudet. Pressmeddelanden gick ut under hösten och vintern och förbudet debatterades livligt i media.

Diskussioner fördes med bland annat RH-förbunden om vad förbudet innebar för personer med nedsatt rörelseförmåga. Kontoret har också deltagit i möten och seminarium med



Från 1 januari 2010 är det förbud mot dubbdäck på Hornsgatan, Södermalm. Förbudet införs för att förbättra luftkvaliteten. Läs mer om vad som gäller på www.stockholm.se/vinterdack.



www.stockholm.se/vinterdack



till exempel kunskapsförmedlaren i däckbranschen, STRO (Scandinavian Tire and Rim Organization).

Attitydförändrande kommunikation hösten-vintern 2009/2010

Parallellt med informationen om förbudet på Hornsgatan har den attitydförändrande kommunikationen ägt rum. Budskapet har varit "Dra in klorna i vintertrafiken. Välj dubbfria vinterdäck för bättre miljö i Stockholm".

Annonsering skedde i dags- och lokalpress, på NTF:s stortavlor vid infarterna, på bussbaksidor, p-automater och stadsinformations-tavlor. Information fanns även på www.trafiken.nu. Annonsering (s k banners) förekom också på olika webbsajter, där man och hamnade på www.stockholm.se/-vinterdack när man klickade på annonsen.

Kampanjmätningen visade att budskapet var tydligt för respondenterna och att kampanjen uppfattades som meningsfull och fyndig. Dessutom var kampanjen lätt att förstå. 75 procent kunde tänka sig att se kampanjen igen.



Kommunikation "dubbdäckssäsongen slut 15 april" - våren 2010

I år är det första gången som dubbdäcken måste av redan den 15 april – om det inte råder vinterväglag. Eftersom utvärderingen av den tidigare "tigerkampanjen" visat sig vara framgångsrik upprepades kampanjen med vissa modifieringar och nu med fokus på miljö och partiklar. Kopplingen till Stockholm som Europas miljöhuvudstad i år föll sig naturlig.

Annonsering skedde i lokalpress, på bussbaksidor, stadsinformationstavlor och p-automaterna.



