

Avtalsbilaga 4

Slutrapport för projekt inom Miljömiljarden, Stockholm stad

Diarienummer för ursprunglig ansökan: Dnr: 458 - 2730/2005

Projektets nummer och namn: B 31 Minska lokala näringsutsläpp till Magelungen

Datum för slutrapporten: 2006-12-31

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	3
1 Inledning	5
1.1 Beskrivning och syfte.....	5
1.2 Bakgrund och utgångsläge	5
2 Mål och resultat.....	7
2.1 Projekt mål och deras uppfyllelse.....	7
2.2 Projektets resultat i relation till målen i Stockholms miljöprogram.....	8
2.3 Projektets pådrivande roll.....	8
2.4 Tekniska lösningar	9
2.5 Attityd- och beteendeförändringar	9
2.6 Ej uppnådda mål.....	11
3 Projektekonomi.....	12
3.1 Bidrag och kostnader	12
3.2 Besparingspotential.....	12
3.3 Löpande kostnader.....	12
4 Arbetsätt.....	13
4.1 Projektorganisation	13
4.2 Samarbete mellan aktörer	13
4.3 Kvalitetssäkring.....	13
4.4 Kunskapsspridning.....	14
5 Erfarenheter	18
5.1 Samlade erfarenheter och slutsatser.....	18
5.2 Framgångsfaktorer.....	19
5.3 Förvaltning av det genomförda projektet	20
5.4 Projektdokumentation och styrning	20
5.5 Följdåtgärder	20
5.6 Projektets replikerbarhet.....	20
6 Kontaktuppgifter	21
7 Bilagor.....	22
Bilaga 1 – Sammanfattat omdöme	23

Sammanfattning

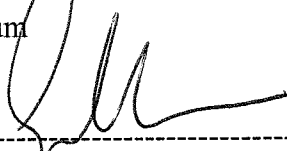
Magelungen och Drevviken, är två stora och vackra sjöar inom Farsta SDF. Båda sjöarna betecknas som övergödda och lider av igenväxning och algblooming, främst på grund av för höga värden av kväve och fosfor. Dessa urbana sjöar har mycket stora natur- och friluftsvärden och de används flitigt för bad, fiske, rekreation, promenader, båtsport etc under alla årets månader. De här sjöarna ingår i Tyresåns sjösystem. Detta sjösystem, som innehåller ca 38 sjöar och vattendrag, avvattnar en stor del av södra Storstockholm. Slutligen hamnar sjövattnet i Kallfjärden, vid Tyresö slott och ut i Östersjön.

Syftet med projektet är att minska de lokala näringsutsläppen och därmed i framtiden få friskare sjöar. Det har skett genom olika aktiviteter för att höja kunskapen och engagemanget om sjöar och vatten hos de boende och verksamma i området. Intressenter och nätverk har identifierats såsom intresserade privatpersoner, elever, frivilligorganisationer, kyrkan etc. Dessa har erhållit projektets budskap genom anpassade informationsinsatser och kanaler. Eftersom projekttiden har varit kort och fältet både brett och stort har prioriteringar skett. Prioriterade intressenter är till exempel de personer, nätverk organisationer etc som kan tänkas arbeta som projektets ambassadörer både i nutid och när projekttiden är slut. Projektbudskapet har även lokalförankrats för att öka engagemanget. Vi har kommunicerat om din sjö, ditt vatten, din badplats etc.

Dialogen, den erkänt effektivaste budskapsöverföraren, har använts flitigt speciellt under sommarmånaderna på Farstas badstränder, promenadstigar, möten, utställningar, mässor etc. På dessa aktiviteter har människorna haft tid att ta till sig budskapet. Vilket resulterade i frågor och efterfrågande av mer kunskap. Ett annat forum har varit att lägga ut budskapet med hjälp av broschyrer i väntrum hos de lokala vård-, akut- och tandläkareinrättningarna. Det är också platser där människor har tid att ta till sig information. Även andra kanaler har använts för att öka kunskapen och förståelsen. Dialogen har förstärkts med fler kanaler exempelvis broschyr, bilder, webb, naturstigar och informationstavlor. Se aktivitetsplan.

Samarbetet med olika nätverk har resulterat i kunskapsspridning via dialog, hemsidor, länkar, möten etc. Till exempel har broschyren kopierats för andra sjöprojekt. Tråkigt nog, speciellt ur mediasynpunkt, kom aldrig de utlovade investeringar igång såsom till exempel byggandet av en reningssanläggning i Drevviken eller den efterlängtrade muddringen i Magelungen. När dessa åtgärder för att minska näringstillförseln och öka tillgängligheten i sjöarna sker 2007 - 2008 kommer säkert mer och ny information behövas.

2006 12 07


Datum


Underskrift av ansvarig chef

GMS H om mer

Namnförtydligande

2006 12 07

Datum


Underskrift av projektledare

Birgith Grunditz

Namnförtydligande

1 Inledning

1.1 Beskrivning och syfte

Syftet är att:

- Höja den allmänna kunskapsnivån och engagemanget vad det gäller sjöar och vattendrag lokalt inom Farsta SDF.
- På sikt minska de lokala näringsutsläppen till sjöarna Magelungen och Drevviken och därmed hejda igenväxningen och algblomningen och få friskare sjöar. Visionen är att genom sakliga fakta förändra människors attityder och livsstilar till att bli mera miljövänliga.

Projektet ska även stödja andra aktiviteter eller program som planeras inom Stockholms stad i eller runt sjöarna med anpassade kommunikationsinsatser. De flesta projekten är finansierade till stor del av Miljömiljarden. Se www.miljomiljarden.se - Aktuella "anläggnings- och dataprojekt" att informera om är:

- Försöksmuddringen i Magelungen, Fagersjöviken. Stockholm Vatten AB prövar olika metoder såsom sug-, frys- och grävmetoden. Se Stockholms Vatten AB.
- Reningsanläggning för dagvatten en sk dunkersanläggning/skärbassäng, i norra Drevviken, Se Stockholms Vatten AB.
- Anlägga en vattenpark/våtmark i Kräppladiket, ett av Magelungens tillflöden i Fagersjöviken. Se Stockholms Vatten AB.
- Framtagande av ett dataprogram för att beräkna fosforbelastningen i hela Tyresåns sjösystem, vari Magelungen och Drevviken ingår. Se Miljöförvaltningen.
- Anläggande av lokala små groddammar och "risvasar", risvasar är goda lekplatser för småfiskar. Se Idrottsförvaltningen.

1.2 Bakgrund och utgångsläge

Magelungen och Drevviken i södra Stockholm är två viktiga urbana sjöar. Deras stränder och tillrinningsområden består till stor del av tätortsbebyggelse. Båda sjöarna har stora natur- och friluftsvärden och används för rekreation, promenader, friluftsliv, bad, fiske, båtsport och skridskoåkning på vintern.

Tyvär är båda sjöarna övergödda och växer igen snabbare än vad som är naturligt, speciellt i de grunda vikarna. Detta är egentligen en naturlig process, men det är bara det att denna process sker snabbare och snabbare. Magelungens resp. Drevvikens värden år 2005 är Tot P = 30 resp 46 µg/l och Tot N = 0,750 resp 0,613 mg/l. Nämnas bör att totalfosforvärden (Tot P) över 25 µg/l beskrivs som mycket höga enl. EU: s vattendirektiv.

Inom Farsta stadsdelsnämnd finns ett lokalt intresse för sjöfrågor hos ett antal intressenter. De här personerna och föreningarna har en direkt eller indirekt koppling till närmiljön. Det finns

till och med en förening som heter Magelungens Vänner. Denna förening ser det som sin huvuduppgift att "rädda Magelungen" d v s se till att villkoren för sjön blir bättre. Andra föreningar eller organisationer är till exempel scout-, fiske-, friluft- och idrottsföreningar. Även andra föreningar som man inte direkt kopplar till miljön har ändå ett lokalt intresse och engagemang avseende dessa sjöar och vattendrag.

Intresset gällande sjöfrågor finns som sagt hos många inom Farstaområdet. Tyvärr är kunskapen om vatten och sjöar ganska dåligt. Många gånger så förstår de inte orsak- verkan eller så kan de inte använda sina kunskaper. Troligen beroende på alltför bristfälliga kunskaper och det gör att de inte kan förstå sammanhangen eller överföra ett ämnes egenskaper från ett område till ett annat.

Vad jag menar är följande: Egentligen så vet alla människor att vatten är ett alldeles utmärkt lösningsmedel, men de ser det inte som ett lösningsmedel. Trots att alla tvättar, diskar, badar och duschar kan de inte överföra tvättegenskaperna - till vad som händer på våra gator och torg. De boende tänker inte på att regn och snö är vatten som också "tvättar" dvs rengör våra smutsiga vägar, gator och torg. Och att detta smutsiga "tvättvatten", det så så kallade dagvattnet, rinner orenat vidare rakt ut i våra sjöar här i söderort.

Det medför att sjöarna får ta emot dels näring främst i form av fosfor och kväve och dels tungmetaller, asfalt, kemikalier med mera. Annat som människorna i området är omedvetna om är att ett avloppsstopp kan orsaka bräddningar, dvs att avloppsvatten läcker ut i omgivningen. Ofta sker hamnar detta läckage i våra sjöar. Annat som de boende och verksamma är ganska omedvetna om är att gödning av gräsmattor läcker näring och att även biltvätt på gatan orsakar gödning och nersmutsning av sjöarna.

2 Mål och resultat

2.1 Projektmål och deras uppfyllelse

Målet med projektet är att:

- Producera en övergripande broschyr om Magelungen och Drevviken i samråd med Huddinge kommun.
 - En kortfattad enkel och billig broschyr med historik, fakta och råd har producerats i samråd med Huddinge kommun. Även Miljöförvaltningen och Stockholm Vatten har fått tycka till under framtagandet. Broschyren finns spridd digitalt på olika hemsidor såsom Farstas, Magelungens vänner, Länsstyrelsen i Stockholm etc. Broschyren har kopierats för andra sjöprojekt inom Stockholms stad (Trekanten och Långsjön) och i Södertälje. Broschyr se bilaga.
- Överlämna 2000 broschyrer till Huddinge kommun för utdelning.
 - Huddinge har erhållit 2000 ex för utdelning.
- Producera två föredragspresentationer anpassade för vuxna och barn.
 - Två anpassningsbara föredrag med bilder har producerats. Föredragspresentationerna har använts vid informationsmöten, skolundervisning etc för att åskådliggöra budskapet, öka kunskapen, ge råd och för att väcka engagemang.
- Kontakta 5 olika lokaltidningar för vidare spridning av information.
 - Kontakt har tagits med fler än 5 lokala tidningar samt ett antal större tidningar. Även radio och Tv har kontaktats. Det har resulterat i ett antal notiser och större reportage. Några finns med som bilaga. Se bilaga, Aktivitetsplan.
- Informera med anpassad kommunikation 500 deltagare på möten, föreläsningar etc.
 - Det har skett med anpassad information/kommunikation på styrelsemöten hos olika lokala intresseorganisationer, egna eller andras informationsmöten, föreläsningar, dialog med mera. Se bilaga, Aktivitetsplan.
- Sända ut 2000 infobrev inkl. broschyr till boende och verksamma närmast sjöarna.
 - Denna kanal har till stor del ersatts av dialog- och infomöten på badstränderna och/eller på promenadstigarna utefter sjöarna. Under dessa möten tog jag tillvara på närheten till sjön och att människor i denna situation hade tid till samtal, att reflektera och att läsa broschyren. Jag anser att dessa infomöten/dialoger hade stor effekt.
- Informera 1000 elever vid sjönära skolor/förskolor i Farsta SDN med broschyr och minst 6 klasser med en anpassad informationspresentation.
 - Målet är uppfyllt med råge i och med att projektet fick delta i skolmässan i Skarpnäck under november 2006. Under 5 dagar mötte jag och Trekantens projektledare 1600 elever från nionde klass plus ca 60 lärare från bland annat Farstas skolor. Tyvärr, var annars intresset från skolorna generellt dåligt, undantaget är Sköndals skola, där 6 klasser fick undervisning i skolan. Se bilaga, Aktivitetsplan.
- Informera 1300 anställda inom Farsta SDN genom mailutskick med länkar och broschyr i PDF-format.
 - Information har först skickats ut specifikt till alla lärare och förskollärare i Farsta. Dels för

att väcka intresse för budskapet och projektet och dels för att erbjuda undervisning i de olika klasserna/daghemmen. Mail har skickats ut till alla anställda med länkar, PDF etc. Dessutom finns mycket information på den interna webben och givetvis på www.stockholm.se. Se bilaga, Aktivitetsplan.

- Informera ca 50 nyckelpersoner såsom till exempel lärare, ordförande/styrelseledamöter eller andra "ambassadörer" i lokala föreningar för vidare spridning.
 - Detta har skett på möten, mässor, evenemang, föreläsningar, telefonsamtal, dialog etc. Se bilaga, Aktivitetsplan.
- Informera mer än 500 personer såsom villaägare, skolelever, koloniträdgårdsodlare, biltvättare etc, genom diverse aktiviteter.
 - Detta har skett på olika möten, styrelsemöten, vandringar, utlägg i brevlådor, dialog etc vid en mängd tillfällen och aktiviteter. Alla sjönära daghem och ett antal fritidshem har fått broschyren för att dela ut till lärare, personal och föräldrar samt erbjudande om föreläsning. Se bilaga, Aktivitetsplan.
- Informera på Farstas hemsida om projektet. Tyngdpunkten ska ligga på vad den enskilde kan göra för att minska de lokala utsläppen och varför.
 - Idag finns nästan en "egen sajt" uppbyggd på hemsidan i Farsta. "Sajten" innehåller inte bara råd och anvisningar utan även en massa miljöinformation såsom lite om djurlivet i sjöarna, vad övergödning är, länkar till andra sajter etc,
- Information på ungdomssajten 123farsta.com (ungdomar mellan 13-20 år), se ovanstående punkt.
 - Informationen låg på första sidan under delar av våren och sommaren.

Informationen om projektet plus länk finns/fanns även på andra hemsidor såsom hos länsstyrelsen, Magelungens vänner, scouternas hemsida, fiskeföreningens, kyrkans hemsida etc

2.2 Projektets resultat i relation till målen i Stockholms miljöprogram

Informationsinsatserna ligger i linje med EUs vattendirektiv, Vattenprogrammet i Stockholm och följer anvisningarna för förslag och åtgärder i Strategi för Stockholms vattenarbete 2005 – 2015. Visionen är att få människorna i området att förändra sin livsstil - till att bli miljövänligare. Att förändra människors beteende är dock en lång och svår process. Det kräver inte bara information utan även belöning för lyckas.

Ekologisk planering och skötsel

*Delmål: Att föroreningar till mark, yt- och grundvatten ska minska.

*Delmål: En strategi för att minimera utsläpp av övergödande ämnen tas fram för framtida bruk.

Läs under rubrik 4,4 Kunskapsspridning och 5,1 Samlade erfarenheter.

2.3 Projektets pådrivande roll

Projektets information har bland annat bidragit till att en förening har bildats i Sköndalsbro med uppgiften att bevara och rädda våtmarkerna i Sköndalsbro. Dess uppgift går hand i hand med projektet budskap att informera de boende och verksamma i området att våtmarker är viktiga för reningen av det vatten som rinner till Drevviken.

Läs mer under rubrik: 4.4 Kunskapsspridning

2.4 Tekniska lösningar

Genom att studera, samla och sammanställa information om sjöarna vad det gäller referensmaterial, kan vissa slutsatser dras. Exempelvis har mina besök på badplatserna i Farsta resulterat i att förståelsen för hur dagvatten påverkar kvalitén på badvattnet ökat. Vid torr väderlek minskar halten av colibakterier på Hökarängsbadet. Genom att kombinera rapporter från Badligan (hit rapporterar Miljöförvaltningen sina vattenprover) med väderleksrapporter och informationsutbyte med Stockholm Vatten AB har förståelsen för områdets dagvattenföroreningar ökat. Alltså stöder projektet nyttan av att investera i en dunkersanläggning dvs en reningsanläggning för dagvatten i Drevviken och vattenparken i Kräpplaån. Det stöder också behovet av att flytta dagvattenledningen från Larsboda in i den tilltänkta reningsanläggningen i Sköndalsbro i Drevviken.

Något att tänka på när det gäller informationsprojekt är att det behövs bra tekniska lösningar såsom en fungerande och bra dator för bildhantering plus t ex en laptop för externbruk, webbåtkomst, anpassade program, färgskrivare av god kvalitet etc samt support av chefer. En annan viktig aspekt är att projektledaren ska ha kunskap om webbadministration etc.

2.5 Attityd- och beteendeförändringar

Det finns ett engagemang avseende sjöar inom Farsta SDN, som är förankrat hos befolkningen. Vid samtal/dialog med de boende och verksamma kunde man märka en vilja att bättra sig, men att detta ganska snart glömdes bort bland alla andra måsten. Därför är det nödvändigt att fortsätta arbetet med budskapsöverföring i någon form även i framtiden.

Kunskap, engagemang och information är färskvara. Främst gäller det engagemang. För att människor ska prioritera miljöfrågor behövs någon form av belöning. Ibland räcker det med att människor känner sig duktiga. Människor i det här fallet dvs befolkningen i området måste både förstå varför miljön är viktig och det vi faktiskt gör för den har betydelse. Tyvärr visar sig resultatet inte genast, ty de ekologiska systemen är tröga. Därför har vi som arbetat med projektet försökt förmedla även den kunskapen - blandat med sjö- och naturkunskap och vattenkunskap i allmänhet.

För att öka förståelsen och engagemanget gjordes budskapet så konkret som möjligt. Jag talade hela tiden om deras egna lokala sjöar Magelungen och Drevviken. Det medförde att intresset och engagemanget ökade. Många ville veta mer och de tipsade mig om föreningar eller andra personer som de trodde skulle bli intresserade. Engagemanget och intresset varade i alla fall - ett tag.

Metod och förklaringsmodell:

För att uppehålla intresse och engagemang behövs ett ständigt stimuli, i alla fall tills man nått en viss nivå. Att med hjälp av ett kort möte få människor att ändra sitt beteende är mycket svårt. Läs Maslows behovstrappa, det är en förklaringsmodell inom psykologin för hur människor prioriterar sina behov. Modellen skapades av den amerikanske psykologen Abraham Maslow 1947, men teorin håller än idag. Den primära i den är att behoven på en lägre nivå måste vara tillfredsställda, innan högre mål blir viktiga för individen.

De fem nivåerna är behovsanpassade enligt Maslow är:

1. kroppsliga behov som hunger, värme och mat
2. behov av trygghet

3. behov av gemenskap och tillgivenhet
4. behov av uppskattning
5. behov av självförverkligande

Därför är det mycket svårt att lära ut något som gäller nivå 3-5 om inte nivå 1 och 2 är tillgodosedda. Tänker vi globalt eller bara medmänskligt förstår vi varför det inget händer på vissa håll. Kombinerar man Maslows teori med inlärningstrappan förstår man bättre vilka behov och prioriteringar människor gör. Inlärningstrappan eller kommunikationstrappan går ut på att först få personen ifråga bli medveten om en företeelse. Vill man nå högre upp krävs det mer information och anpassad information/kommunikation och gärna någon form av belöning. Det kan i gynsamma situationer och fall så småningom resultera i en övertygelse om att "göra rätt" och det i sin tur kan leda till ett ändrat beteende. För att det nya beteendet ska fortsätta behövs återigen någon form av belöning/stimuli, annars faller vi människor strax tillbaka till det gamla beteendet. Det kan till exempel vara att ta bilen vart man än ska, kort eller långt, istället för att gå, cykla eller åka kommunalt.

Engagemang och intresse för en fråga måste hela tiden lyftas och debatteras. Annars faller frågan i glömska. Intresset för sjöarna ökade markant här i området och då speciellt när tidningar kom att intressera sig för sjöarnas väl och ve och när TV behandlade algblommningen på Gotland under politikerveckan. Denna dominoeffekt försökte jag att utnyttja under mina samtal på badplatserna. Effekten ökade givetvis också i slutet av projektiden, när klimatfrågan slogs upp stort i media november 2006.

Tyvärr, hann jag bara delvis utnyttja denna mediaeffekt under november 2006, eftersom projektet då led mot sitt slut. Dock, fick jag stor nytta av detta mediala intresse under aktiviteten "Välj själv" skolmässan i Skarpnäck för alla niondeklassare i söderort, där vi informerades projektets budskap för 1600 elever och ett 60-tal lärare.

På mässan "Välj själv" utnyttjade jag återigen dialogen. Budskapet var att det var deras sjöar det gällde. Därför måste budskapet presenteras förståeligt och förklaras. Ibland fick man backa och börja om från början. Det är det som kallas ett anpassat budskap. Det svarar på frågeorden varför, hur, med vad och lite om vad som händer om man inte gör något. Alltså förståelse! Riktigt roligt kändes det när eleverna verkligen förstod. Då ändrades deras attityd till att bli mera positiv. Flera elever uttalade också en önskan att "bättra sig" och att förändra sitt beteende. Vissa sa till och med att de tänkte berätta budskapet vidare för sina föräldrar och kompisar. Det märktes verkligen att de tyckte att det var viktigt. Samma sak skedde till exempel under samtalen på badstränderna. Det var många funderingar, frågor och synpunkter som kom upp och ventilerades. Även under dessa möten gav många uttryck åt sin önskan att förändra sitt beteende eller sin livsstil till att bli mera miljövänlig.

Givetvis behöver dialogen visualiseras med förklaringar. Ett antal gånger har till exempel de två utställningarna med lokala sjöbilder på Magelungen och Drevviken använts. Utställningar generellt bör innehålla bilder och kortfattade enkla texter. För att få lite "efterköp-känsla" fick besökarna även med sig en broschyr. Det gäller att kombinera så många sinnen som möjligt samt vid så många tillfällen det bara går. Repetition är A och O vid inlärning. Det här utnyttjade vi oss av på elevmässan, då använde vi oss av ett lockbete eller en belöning - en påfyllningsbar vattenflaska. Då fick vi in en ny dimension av att se och smaka och förstå nödvändigheten av rent vatten. Vi talade givetvis om att sjöar är vattentäkter för dricksvatten. Vi använde oss av tydliga ordspråk såsom till exempel "När vattnet sinar förstår vi vattnets verkliga värde!" Vi lärde dem olika sammanhang, uttryck och ord för att de skulle förstå när fackfolket uttalade sig.

Under samtal med elever, boende, badande vid badplatser, lokala medier etc märkes ett ökat intresse och ibland en önskan att förändra livsstilen till att bli mera miljövänlig. I alla fall så uppfattade jag det så, eftersom de ställde frågor, kom med synpunkter, bad om en extra broschyr eller undrade var hittar jag mera information. Många sa faktiskt att det var en del saker som de kunde göra. Det var saker som de inte förut tänkt på. - Ja, det märktes verkligen att de fick en ny och miljövänligare attityd och det berodde främst att de fått mera kunskap och blivit mera införstådda med vilka problem och lösningar det finns. Spontant återkom ett antal människor med frågor efteråt. Några har ringt andra har mailat och det har till och med startats ett sjöprojekt. En student på Södertörns Högskola blev inspirerad av projektet och skrev en artikel för deras tidning. Se bilaga 7.

2.6 Ej uppnådda mål

Tyvärr, kom de planerade investeringarna inte igång som det var planerat år 2006. De här publika investeringarna hade säkert ökat på intresset. Troligen hade media då intresserat sig mera för projektet. Då tänker jag särskilt på den efterlängtade försöksmuddringen i Fagersjöviken i Magelungen. Hade denna muddring kommit igång hade nog t o m "Mitt i Söderort" skrivit. Ett par ynkliga notiser är allt som jag lyckades få dem att skriva om Miljömiljardens satsningar. Bättre gehör för vatten och sjöar visade dock andra lokaltidningar.

Goda tekniska förutsättningar underlättar framtagning av informationsmaterial. Så hade projektet haft tillgång till bättre layoutprogram, en nyare och fungerande dator, en laptop, papper av olika kvaliteter för utskrift etc hade arbetet underlättats och projektet hade lämnat ifrån sig t ex en snyggare broschyr och en trevligare utställning.

En annan svårighet var att få tillgång till den viktiga informationskanalen, webben. Det berodde på tekniska problem, tidsbrist eller/och dålig förståelse för behovet centralt i staden. Det tog mycket tid, kraft och möda innan jag fick tillträde, men jag lyckades till sist.

Vidare var tiden mycket kort om man tänker på att det bor mer än 100 000 i området runt sjöarna och jag var bara en projektledare och en handledare till 10 %, med begränsade resurser, som skulle förändra ett beteende. Ett annat problem är att sjöarna tillhör många kommuner. Det är Stockholms kommun samt Huddinge, Tyresö, Haninge och Nacka kommun. Det var bara Huddinge kommun som visade intresse för projektet. De är ju sedan tidigare engagerade i Tyresöprojektet. De andra har svarat med tystnad ungefär som skolorna i Farsta avseende erbjudandet om föreläsningar och lektionsundervisning. Dock med undantag av Sköndals skola.

Ekologiska system och vatten- och sjöfrågor är kunskapsrelaterade frågor och de är inte helt lätta att förklara. Därför ägnades en hel del tid till att "översätta" en hel del information till vardagssvenska. Givetvis hade jag fått bättre effekt om projekttiden varat längre, för det tar tid att ändra människors vanor och beteenden. Tänk på inläringstrappan och de saker som styr människors beteenden. Att ändra populationens beteenden är en lång och svår process - men den är absolut inte omöjligt - men det tar tid och resurser. Så det viktigt att tänka på att det behövs tid. Men även ett kortare projekt som detta, är absolut bättre än ingenting. Fast visst känns det lite snopet att lägga av och avsluta projektet när när det börjar hända lite. Stockholm Vatten har nu fått ja av Vattendomstolen och de kan snart starta investeringarna i sjöarna. Det hade varit "jättekul" och inspirerande att fått berätta mer om dessa projekt när de snart realiserar.

3 Projektekonomi

3.1 Bidrag och kostnader

Tabell A

Beviljat bidrag i kr (avser Miljömiljarden)	Utnyttjat bidrag i kr (avser Miljömiljarden)	Total kostnad i kr (inkl. annan finansiering)
600000	553086	556086

Tabell B

Post	Utnyttjat bidrag i kr (avser Miljömiljarden)					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Löner inkl OH soc avgifter etc projektledare, handledare, chef		20000	476000			
Sakkostnader; broschyr mobil, informationstavlor, evenemang etc			57086			
Summa		20000	533086			

3.2 Besparingspotential

All information såsom broschyr, informationstavlor, en miljösjajt finns färdiga att använda och att återanvända när nya informations- och utbildningsinsatser behövs längre fram. Dokumenten finns åtkomliga på webben i Farsta och/eller hos Miljömiljarden. Se Miljömiljarden och i G-mappen/Kansli/Teknik och Milj/Birgith i Farsta SDF.

Layout, fotograferingar, pressmeddelanden, bilder, texter etc har framställts av projektledaren för att minimera kostnaderna. Inga konsultarvoden finns inom projektet. Det har gällt broschyr, informationstavlor, utställningar med mera.

Om kunskapen ökar och miljöråden efterlevs, då kommer de lokala näringsutsläppen minska i framtiden. Det kommer då att ge renare sjöar och det kommer minska framtida reningsåtgärder såsom till exempel vassröjning, anläggande av nya reningsanläggningar etc.

3.3 Löpande kostnader

Kostnaderna har följts upp i tertialrapporterna och den egna budgeten. Alla kostnader har verifierats med fakturor och kvitton.

4 Arbetssätt

4.1 Projektorganisation

Informationsprojektet "Minska de lokala näringsutsläppen till Magelungen och Drevviken" har bedrivits lokalt i Farsta SDF under våren, sommaren och hösten 2006.

Personal i Farsta SDF

En projektanställd projektledare/informatör, Birgith Grunditz, 100 %

Handledare/miljösamordnare, Mats Lindqvist, 10 %

Sektionschef, Jan Ekman, 0,5 %

Knuten till projektet finns en viktig referensgrupp som jag har träffat på olika möten, ringt och konsulterat ett otal gånger. De har även varit en inspirationskälla och ett bollplank. Trekantens projektledare Jeanette Dau och jag har även samarbetat praktiskt under ett antal evenemang såsom under vandringar, utbildningar, Välj själv-mässan etc.

Referensgrupp

Farsta SDF Projektledare Birgith Grunditz, 508 18 051

Farsta SDF Miljösamordnare Mats Lindqvist 508 18 064

Liljeholmen SDF, Projektledare Jeanette Dau 508 28 885 och

Miljöförvaltningen, Projektledare Magnus Sannebro 508 29 184, 070 47 29 184

Anja Arnerdal 08-508 28 953, 070-47 28 953 med fl

Stockholm Vatten, Projektledare Peter Lindström 522 124 73

Stockholm Vatten Gunilla Lindgren 522 124 55, Christer Lännegren 522 124 54, Knut

Bennerstedt 522 12 281, Agneta Jönsson 522 120 13 (Infoansvarig)

Huddinge kommun, Agenda 21-samordnare Johanna Pettersson 535 364 91

Referensgruppen har även utökats vid behov med

Agenda 21, Skarpnäck SDF, Rose-Marie Lithén 508 150 99

Markkontoret, lokala frivilligorganisationer; Magelungens vänner, Hembygdsföreningen i

Farsta m fl.

4.2 Samarbete mellan aktörer

Samarbete har skett med Huddinge kommun, Liljeholmen SDF, Stockholms Vatten AB, Länsstyrelsen, lokala organisationer såsom t ex scouterna, hembygdsföreningen, Magelungens vänner etc, Farsta stadsdelsförnyelse, Agenda 21, Sv Kyrkan, Naturskyddsföreningen etc.

Information har skickats och kontakt har tagits med Media vid ett flertal gånger. Se Aktivitetsplan.

4.3 Kvalitetssäkring

Genom att rådfråga, samarbeta och konsultera specialister, relevanta aktörer under framtagningen av informationen i budskapet, se referensgrupp, har legitimitet skapats. Alltså är budskapet och informationen väl förankrad och relevant för målen och projektets syfte. Därför har en mängd aktörer också stött och även använt sig av budskapet och råden.

4.4 Kunskapsspridning

För att uppnå god kunskapsspridning behövs bra verktyg och kanaler liksom anpassade och vid behov samverkande budskap och kanaler. Ett nätverk av samarbetspartners är ett måste liksom en legitim avsändare.

En kortfattad enkel och billig broschyr med historik, fakta och råd har producerats i samråd med Huddinge kommun. Även Miljöförvaltningen och Stockholm Vatten har fått tycka till under framtagandet. Broschyren finns spridd digitalt på ett antal hemsidor såsom Farstas, Magelelungens vänner, Länsstyrelsen i Stockholm etc. Broschyren har också kopierats för andra sjöprojekt inom Stockholms stad och i Södertälje. Länsstyrelsen i Stockholms län och Naturskyddsföreningen i Stockholm har kopierat råden från broschyren - Du kan påverka - Visst vill du bada i Magelungen och Drevviken även nästa och nästa år. Broschyr se bilaga.

En ny förening har bildats inom scouterna i Drevviken, med budskapet att rädda Sköndalsbros våtmarker. Våtmarker är naturliga "reningsanläggningar" för sjöar. De liksom Magelungen vänner, Tyresåsamarbetet, Länsstyrelsen, Naturskyddsföreningen etc har anammat projektets budskap på sina hemsidor. Broschyren - "Du kan påverka - Visst vill du bada även nästa och nästa år i Magelungen och Drevviken" finns spridd digitalt på deras hemsidor.

Budskapet har resulterat i ett antal större artiklar och smånotiser i lokala tidningar såsom i Fagersjönbladet, Hembygdsnytt i Farsta, Tidningen Söderled, Tidningen från Södertörns Högskola etc även Radio Stockholm har kommenterat och berättat om projektet.

Följande kanaler och informationsinsatser har spritt budskapet:

- öppna eller inbjudna informationsmöten/samrådsmöten
- annonseringar, informationstavlor av olika slag
- mediakontakter har resulterat i redaktionella artiklar i lokala tidningar
- webbplatsinformation internt och externt
- dialogmöten, styrelsemöten etc
- utskick brev, mail, broschyr och utlägg av broschyr på ett antal strategiska platser
- föreläsningar/seminarier, lektioner etc
- utställningar, tipspromenader, naturstigar etc

Grundförutsättningen och metod för att lyckas var att:

* Informationen skulle vara lokal, konkret och allmänbildande.

* För att intressenterna ska kunna ta till sig budskapet måste de förstå vad vatten är. Alltså fick vi börja med att lära ut de mest elementära kunskaperna. Det stämde verkligen att allmänbildningen vad det gäller vattenkunskap var relativt låg. Ännu svagare var kunskapen om de ekologiska systemen och hur de samverkar eller hänger ihop. Ren kunskap är att vatten är ett livsmedel, ett lösningsmedel, ett transportmedel, bara 3 % av allt vatten är sött, resten är salt, bara 1 % går att dricka/använda, att vi människor, djur och växter består till största del av vatten. Kort sagt berätta varför vi inte kan leva utan "rent" vatten.

* Budskapet personifierades och jag pratade om våra/ditt vatten och våra/dina sjöar, det vill säga Magelungen och Drevviken. Alltså var det inte vilka sjöar eller vilket vatten som helst. När jag berättade om tillståndet för våra sjöar, blev speciellt badande föräldrar ganska

förskräckta/oroade. För de som jag vill ju att våra barn och barnbarn ska få bada i friska och rena badsjöar i framtiden. Vi kom då att diskutera övergödningens problem och vilka åtgärder som behövs. Vi pratade också om utsläpp av t ex tungmetaller och medicinrester som hamnar i våra sjöar och hav och hur det påverkar natur- och djurliv. Då kom vi naturligt in på klimatförändringar och andra ekologiska samband.

För övrigt anser Länsstyrelsen i Stockholms att övergödning av sjöar i länet är det största enskilda problemet. Om det blir en förhöjd medeltemperatur kommer det att öka algblomningen och igenväxningen. Samma påverkan har ökade regnmängder eftersom regnet genom urlakning kommer att tillföra mera gödning/näringen till våra sjöar och hav.

* Ett annat mycket viktigt budskap var att förklara tillrinningsområde, dagvatten, badvatten och dricksvatten dvs hur dessa hänger ihop och hur de påverkar varandra. Det blev många "aha", "det visste jag inte" och "ojdå" från vuxna, ungdomar och barn. För många boende här i Farsta var det en nyhet att det faktiskt rinner ut smutsigt vatten, ett så kallat dagvatten i våra sjöar. Dagvatten bildas av t ex regn och snö på hårdgjorda ytor på t ex gator, vägar och torg. Där "tvättar" regnet och den smälta snön dessa ytor. Detta smutsiga vatten rinner sedan via dagvattenbrunnarna eller diken orenat ner till våra sjöar. I söderort runt Magelungen och Drevviken gäller det nästan allt dagvatten. Totalt inom Stockholms stad är det ca 50 %.

Kunskap om att ett avloppsstopp kan leda till att avloppsvatten hamnar i våra sjöar var också en nyhet. Förståelsen infann sig då, att man ska inte slänga i tops, trasor, plastpåsar, burkar, bindor etc i våra toaletter. En annan nyhet var att våra reningsverk inte kan ta bort tungmetaller, medicinrester, kemikalier etc från avloppsvattnet. När de hörde detta blev de mycket förvånade. "Oj, det visste jag inte!" Tyvärr finns det på något sätt en övertro till att allt kan vi fixa i efterhand. Jag vet inte hur många gånger jag hörde de boende säga: "Varför tar ni dvs kommunen inte bort alla slingerväxter och algblomning". Därför måste mer kunskap till. På så sätt får de boende och verksamma bättre verktyg och det borde göra dem mer medvetna. Förhoppningsvis väljer de bättre i framtiden - och det borde på sikt påverka utvecklingen positivt.

* Förstärkning av budskapet har skett med hjälp av bilder, broschyr, utställningar, webb, infotavlor etc. Powerpointpresentationer med bilder är rätt använda en bra förstärkning. Bilden säger ibland mer än tusen ord. Därför är det av största vikt att ha tillgång till bra teknisk utrustning, som dels underlättar framtagning av infomaterial och dels när det hela ska presenteras. Har man inte god utrustning - får man improvisera. Ibland måste man därför vara lite av en allkonstnär. Samtidigt är det t ex inte värt att göra en påkostad och dyr broschyr eller utställning - i det här fallet skulle det snarare förfelat budskapet.

* Vid kunskapsspridning ska man tänka på att utnyttja så många sinnen som möjligt. Därför var jag ute på plats och visade på vassruggar, skräp, algblomning, slingerväxter, etc. Det gav ett utmärkt resultat. Informationstavlor med sjöfakta om Magelungen och Drevviken och naturstigar har tagits fram och satts upp vid sjöarna för att locka till engagemang. Samarbeta har skett med Stadsdelsförnyelsen och Kulturavdelningen här i Farsta SDF. Det har gällt informationsmöten, Nationaldagfirandet i Farsta, framtagandet av naturstigar vid Farsta Strand och på Farstanäset, Kultur dagar i Farsta etc.

* Speciellt viktigt har det varit att berätta om bakgrund och historik. Det ökar förståelsen och kunskapen om varför det ser ut som det gör. Det är otroligt få som vet att våra sjöar sänktes

flera gånger med sammanlagt ca 2 meter under senare delen av 1800-talet och under första halvan av 1900-talet. Ännu färre visste varför - att det gjordes för att vinna åkermark.

* Till sist och det viktigaste var att informera om är vad vi kan göra för att minska övergödningen och nersmutsningen. Vi ska inte gödsla gräsmattorna, se till att avloppsanläggningen är ok, inte använda konstgödsel, om du inte är ansluten till kommunalt avloppssystem då ska du inte använda fosforbaserade disk- och tvättmedel, du ska inte köra bil i onödan, du ska köra ecodriving och miljöbil etc. Vidare är det viktigt att berätta att det faktiskt går att vända utvecklingen, men att det tar tid innan man ser några positiva effekter. Då är det bra att hänvisa till de historiska perspektiven. Då förstår de att ju tidigare en förändring sker - desto bättre går det. Vidare berättade jag att det faktiskt har betydelse - det lilla som någon gör - speciellt i en storstadsregion. Här använde jag liknelser som "Alla bäckar små ". Se broschyren och webben [dv s hemsidan](#).

Skaffa ambassadörer - för vidare spridning.

För att få budskapseffekt sökte jag efter ambassadörer och användbara platser där dialog, utlägg, uppsättning av informationstavlor etc. Redan etablerade organisationer såsom scouterna, hembygdsföreningen, Magelungens vänner, fiskeföreningar etc kontaktades. Se aktivitetsplan. Dessa redan mer eller mindre "frälsta" utsågs till att bli prioriterade intressenter, så kallade projektambassadörer. Dessa borde kunna förvalta budskapet, föra det vidare inom sina nätverk och inte allra minst fortsätta arbetet i framtiden.

Det trista eller tråkiga med det här är att engagemang - är en färskvara, därför måste kunskapen säkras för framtiden och kunna återuppväckas vid behov. Budskap måste hela tiden lyftas och debatteras, annars faller det i glömska. För att motverka glömska finns webbinformation, informationstavlor, powerpointpresentationer, broschyrer etc tillgängliga.

Intresset för sjöarna ökade här i Farsta, speciellt när de tidningarna skrev om problemen med algblommning eller när TV tog upp problemet på Gotland under politikerveckan. Denna dominoeffekt försökte jag utnyttja under mina samtal/besök på badplatserna och stigarna.

Kan du fånga människors uppmärksamhet på ett positivt sätt, är halva jobbet utfört. Därför gällde det att dels fånga deras uppmärksamhet och dels att få dem att tänka själva. Det är inte helt enkelt att förstå de ekologiska systemen och ingen kan heller säga exakt hur utveckling blir. Dock, finns det tydliga tecken och fingervisningar varåt det lutar. Dessa prognoser blir för varje dag alltmer tydliga. Dessutom bli forskarna alltmer överens om framtida effekter.

Kanaler och olika aktiviteter har samverkat för att nå bästa effekt, liksom utnyttjandet av prioriterade intressenter och nätverk. Tiden var egentligen på tok för kort om man tänker på att det bor mer än 100 000 i området runt sjöarna och jag var bara 1,1 personal inklusive handledare med begränsade resurser. Att omvända livsstilar med information som enda påtryckningsmedel är näst intill omöjligt om du inte har stora resurser och gott om tid. Men kunde jag bara få ambassadörer att arbeta för projektet borde det i förlängningen få god effekt. Jag anser att kunskap är den sanna vägen till en bättre livsstil.

Människor är som sagt inte dumma om man förklarar orsak - verkan. Det är viktigt att göra informationen relevant. Därför har jag även skrivit om specialisternas svåra texter. En del texter är numera nästan "lättlästa". Det har varit texter om till exempel eutrofi är och vad syrebrist innebär för en sjö.

Under projekttiden har information tagits fram i samråd med med det nätverk som byggts upp. Viktiga ambassadörer har utsetts efter hand och därefter har de kontaktats. Olika och ibland samverkande kanaler har fyllts med anpassad information. Budskapet har dock varit samma, men det har anpassats dels till målgruppen och dels till de valda kanalerna. För att öka genomslagskraften har även en kombination av kanaler använts. Dialogen med de boende och verksamma har till exempel flitigt använts under sommarmånaderna på Farstas badstränder, promenadstigar, kolonilotter etc. Dialogen har förstärkts med utdelning av broschyr och uppsättning av informationstavlor.

Jag har deltagit i olika organisationers möten och sammankomster. Samarbete har skett med Trekantens projekt i Liljeholmen, Huddinge kommun, Stockholms Vatten AB, lokala organisationer, andra miljöprojekt inom staden och Miljömiljarden etc. Här inom Farsta stadsdelsförvaltningen har jag haft mycket stor nytta av Stadsdelsförnyelseprojektet, kulturavdelningen och Agenda 21-nätverket.

5 Erfarenheter

5.1 Samlade erfarenheter och slutsatser

Om projektet ska upprepas eller följas upp i framtiden bör man tänka på att det ska finnas bra verktyg såsom en bra dator med applikationer, en laptop, nya och bra layoutprogram som lämpar sig för tryck eller utskrift, bra tryckmöjligheter, papper av olika slag, kamera etc - alltså goda resurser.

En annan förutsättning att lyckas med ett informationsprojekt är att projektet har tillgång till webben, helst en egen sajt. När projektet äntligen i september fick access att skriva och lägga ut information på webben, blev det betydligt bättre och enklare. www.stockholm.se/farsta under Miljö & hälsa/Sjöar vatten med mera.

Det är oerhört viktigt att få god support, stöd och hjälp av chefer, IT, informationsavdelningen, vaktmästeri etc annars blir arbetet oerhört tungrovt och resultatet blir inte vad det annars kunde ha blivit.

En annan viktig sak är att skaffa sig en bra och kunnig referensgrupp för kunskapsinhämtning, bollplank och stöd. Gärna någon eller några som ställer upp praktiskt, för det är ett hårt jobb att försöka påverka intressenter med kommunikation. Jag fick stor hjälp av handledaren som öppnade dörrar, stadsdelsförnyelsen och kulturavdelningen.

Vidare behövs det ett stort engagemang, kunskap om vatten- och naturfrågor, kunna göra egen information från ax till limpa, ha kunskap om internet, få hjälp av "dörrknackare", ha informatörskunskaper, ett brett legitimt nätverk, goda samarbetspartner, tid, lyhördhet, etc. Dessutom bör projektledaren vara allmänbildad, ha pondus och kunskap om människor och vara frisk, stark och uthållig. Ett absolut måste är att det skall vara en kommunikatör eller informatör som är projektledare, i alla fall när det gäller ett informationsprojekt. Dessutom bör det vara någon som är flexibel och villig att göra det mesta arbetet själv, smått som stort. Med flexibel menar jag att denne kan arbeta på kvällar och helger, när mottagarna har tid att ta till sig budskapet/informationen. Som jag nämnt förut bör projektledare absolut vara lite av en allkonstnär.

För att lyckas måste budskapsöverföraren vara trovärdig dvs legitim liksom avsändaren, ett annat måste är denne åtminstone till en del måste "brinna för uppgiften att övertyga". Det ska dock ske på ett avvägt sätt - det får inte bli ett rabiat kunskapöverförande. Låt människorna själva bestämma vad de kan göra - men inse att de behöver kunskap och hjälp att tolka informationen. Det är mycket psykologi bakom lärande och att lära ut. Att Stockholms stad och Farsta stadsdelsförvaltning stod som avsändare för informationen var en stor fördel. Det gjorde informationen legitim.

Annars är ju propaganda, morötter och böter/avgifter ett annat och mycket beprövat sätt, att få människor dit man vill. De morötter som jag har använt mig av är att dela ut en påfyllningsbar vattenflaska som Stockholm Vatten AB sponsrade projektet med under Välj själv-mässan. Vad det gäller böter och avgifter hade vi inga sådana att ta till.

5.2 Framgångsfaktorer

Den bästa framgångsfaktorn var att möta de boende, när de har tid till exempel på badstranden intill deras sjö, på promenaden, på torget i Farsta under kulturdagarna, "Välj sjäv"- mässan eller t ex i väntrummet på vårdcentralen. På vårdcentralen blev det mest bara utlägg av broschyrer och några kortare kommentarer. Strategin att vara flexibel och arbeta ngr lördag-söndagar, några kvällar, byta ngr semesterveckor till arbetsveckor under sommaren var ett utmärkt arbetssätt.

En annan framgångsfaktor var att hitta ambassadörer som kunde föra budskapet vidare inom Farsta och att ta fram budskap och fakta i samråd med legitima organisationer och ambassadörer. På så sätt blev det förankrat. Gräv där du står gällde verkligen här dvs att samarbeta med så många som möjligt i omgivningen såsom Stadsdelsförnyelsen, Agenda 21, Magelungens vänner, Liljeholmen SDF, Huddinge kommun, Länsstyrelsen, Tyresåsamarbetet, Miljöförvaltningen etc. Det här gjorde arbetet roligare och intressantare, vilket också märktes utåt, enligt de kommentarer som jag fick. Är något roligt och man "brinner för något" är det lättare att påverka. Det här gjorde projektet mera legitimitet.

Som jag nämt tidigare flera gånger har jag haft mycket stor nytta av personalen på Stadsdelsförnyelseprojektet, Kulturavdelningen och Agenda 21-nätverket. De har öppnat många dörrar och hjälp mig att nå de boende och verksamma i Farstaområdet.

En annan framgångsfaktor var att jag talade om när jag inte visste, kunde eller förstod. Samtidigt lovade jag återkomma med svar, vilket jag också gjorde. Ärlighet, ödmjukhet, envishet, social kompetens och en vilja att lära ut, förändra och påverka är de personliga egenskaperna, som jag har haft stor nytta av. Jag talade även om att kunskap ger makt. Makt ger möjlighet att påverka. Därför var rubriken på broschyren: "Du kan påverka - Visst vill du bada även nästa och nästa år i Magelungen och Drevviken."

Annat som ökade min pondus var att jag gick eller cyklade - jag levde som jag lärde. Projektet hade naturligtvis ingen bil, men jag hade tillgång till en tjänstecykel. Det ingav trovärdighet åt mina ord. Dock, fick jag hjälp av vaktmästeriet eller någon kollega när jag behövde hjälp med tyngre transporter t ex vid utställningar eller andra evenemang.

Infomaterial med nytagna och aktuella bilder användes för broschyr, utställningar, webben, infotavlor, powerpointpresentationer etc. Det hjälpte till att förstärka budskapet. Bilden säger ibland mer än tusen ord. Därför var det klokt att ta bilder själv för att illustrera budskapet. De finns kvar och är tillgängliga under G.

Återigen vill jag poängtera att information och texter, som är krångliga måste förenklas och skrivas om. Vissa texter kan nästan betecknas som "lättlästa". Jag har försökt att komma ihåg, alltså ha i minnet, att 25 % av en normalbefolkning inte förstår en "normal" tidningsartikel.

När man ska producera eget material är det mycket viktigt att ha god teknisk utrustning som fungerar. Har man inte det får man kompromissa och använda de resurser som finns. Därför måste man vara lite av en allkonstnär. Det är heller t ex inte värt att göra en påkostad och dyr broschyr, snarare skulle budskapet ha förfelats. Däremot skulle bättre teknik hjälpt mig att få fram informationsmaterial snabbare och effektivare.

5.3 Förvaltning av det genomförda projektet

Dokumentation finns inom Farsta stadsdelsförvaltning under G-mappen under Teknik och Miljö, Här finns nytagna bilder, skyltar, Powerpointpresentationer, broschyrer etc digitalt. Utställningarna finns på kontoret för eventuell återanvändning. Jag har lagt in alla viktiga dokument på Miljömiljardens webb.

Budskapet och broschyren som mall används redan för Trekantsprojektet och informationsspridning runt sjön Långsjön i Älvsjö.

5.4 Projektdokumentation och styrning

All dokumentation av vikt finns inlagda på Miljömiljardens hemsida samt digitalt på gemensamma G-mappen/Kansli/Teknik och Milj/Birgith i Farsta SDF.

Annan information finns som PDF-filer, broshyr, www.stockholm.se/farsta under Miljö och hälsa/Sjöar, vatten med mera. Budskapen etc finns även på intranätet eller med länkar.

5.5 Följdåtgärder

Troligen kommer det att behövas en hel del informationsinsatser även nästa år när investeringarna i form av muddringar och byggande av olika reningsanläggningar kommer igång eller anläggs. Inför dessa planerade investeringprojekt finns det sparade broschyrer på Farsta SDF. Utställningarna om sjöar och vatten finns på kontoret. Vidare finns informationen givetvis kvar på www.stockholm.se/farsta.

5.6 Projektets replikerbarhet

Kopiering av upplägget lämpar sig alldeles utmärkt för t ex andra sjöprojekt som har problem med övergödning och igenväxning. Något som de flesta sjöar i Stockholm och i södra Sverige lider av. Denna metod borde passa även andra problemområden speciellt när det gäller sjöfrågor.

Även andra kunskapsprojekt kan använda sig av denna metod även om råden och budskapet då måste förändras och anpassas till syftet och målen.

6 Kontaktuppgifter

Farsta stadsdelsförvaltning

Namn: Projektledare Birgith Grunditz,
Handledare/miljösamordnare Mats Lindqvist,
And chef Jan Ekman

Avdelning: Teknik & Miljö

Boxadress: 6027

Postnummer: 122 06

Ort: Enskede

Telefonnummer: Birgith Grunditz 508 18 051, Mats Lindqvist 508 18 064

Mobilnummer: Birgith Grunditz 076 12 18 051, Mats Lindqvist 076 12 18 064

E-postadress: birgith.grunditz@farsta.stockholm.se, mats.lindqvist@farsta.stockholm.se

www.stockholm.se/farsta information finns under Miljö och hälsa/ Sjöar, vatten med mera

7 Bilagor

Bilaga 1: Sammanfattat omdöme

Bilaga 2: Aktivitetsplan

Bilaga 3: Broschyr

Bilaga 4: Bilder, exempel på pressmeddelande, inbjudan etc

Bilaga 5: Informationstavlor

Bilaga 6: Powerpointpresentation

Bilaga 7: Artiklar från Media, 3 exempel

Bilaga 8: Fakturor

Bilaga 1 – Sammanfattat omdöme

Nr	Påstående	Instämmer				
		Inte alls	I viss mån	Ganska mycket	Helt	Vet ej
1	De uppnådda resultaten överensstämmer med de tidigare angivna målen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Det genomförda projektet medför en positiv påverkan på miljön.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Projektet bidrar till utvecklingen av ny teknik (t ex genom användningen av sådan teknik).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Projektet har lett till attityd- och/eller beteendeförändringar.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Projektet medför minskade kostnader (för drift och underhåll, t. ex. i form av energikostnader).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6	Samarbetet med andra aktörer inom och utom staden har fungerat väl.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Projektresultaten kommer till användning inom förvaltningen/bolaget, eller inom andra förvaltningar/bolag.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8	Projektet är så bra att det bör upprepas (inte nödvändigtvis i samma förvaltning/bolag).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>