



Klimakampen

- Guide til tovholder



1. Sammensæt egen kampagne

1. Hvornår skal kampagnen afholdes?

I vælger startdato

Vi anbefaler start en mandag, så runderne følger ugerne.

Læg evt. kampagnen op til Klimahandledagen el. lign.

2. Hvor længe skal den vare?

1-2 uger

Mere fart, spænding og variation

- Daglige nye aktiviteter og kampe

3-4 uger

Flere aktiviteter og større klimaeffekt

- Ugentlige nye aktiviteter og kampe

3. Hvilke aktiviteter vil I dyste i?

I sammensætter pointsystemet

I får vores udkast til pointgivende aktiviteter. I kan vælge til, fra og tilpasse dem.

Har I specifikke tiltag i allerede arbejder på, kan de med fordel tilføjes i appen.


4. Hvad skal præmierne være?

Præmier motiverer deltagerne

I skal selv at stå for at købe og uddele præmier.

Vi anbefaler én præmie til vinderholdet og én individuel til en tilfældigt udtrukket deltager fra top 20 % på highscoren.

Eksempler holdpræmie (m. links)

 [Restaurantbesøg \(🌿\) 500kr./person](#)

 [Vandrepokal i genbrugstræ: 2-550 kr.](#)

Eksempler Individuel præmie (m. links)

 [Vegetarisk madkursus: 550-2000 kr.](#)

 [2x biografbilletter: 350 kr.](#)

2. Tidslinje – Facilitering af kampagne

Tidslinje over tovholders opgaver og forslag til frivillige, ekstra tiltag.



3. Uddybet beskrivelser af opgaverne

Før kampagnen

Inkludér ledere

Ansatte reagerer bedre på mails og nye initiativer fra personer de kender.

Jo mere I kan aktivere afdelingsledere/teamledere/grønne ambassadører mm. jo flere kan I få med.

Lederne kan:

- Sende invitationsmails i stedet for dig, eller sættes på som CC.
- Opfordre deres ansatte til at deltage på møder og lignende.

Du kan sætte en flaske vin på højkant til lederen, der får flest med.

Print og ophæng plakater

I opstartsmailen fra os er vedhæftet **1x plakat-fil**.

Print og hæng disse op på opslagstavler, kantinen, toiletter osv. for at skabe synlighed omkring kampagnen.

Den har en QR-kode til appen, så medarbejderne kan oprette sig.

Videresend mail-invitationer

Vi har udover opstartsmailen sendt 3 mails-kabeloner til dig, som du kan videresende til dine kollegaer for at invitere dem til kampagnen. Det er en fordel, hvis du kan få fx diverse afdelingsledere til at sende disse mails.

Du er velkommen til at redigere og tilpasse mails til jeres behov, eller lave egne.

- 3 uger før: Send "Mail-Invitation #1"
- 2 uger før: Send "Mail-Invitation #2"
- 1 uge før: Send "Mail-Invitation #3"

Ekstra tiltag før kampagnen:

Synliggør kampagnen på andre måder

- Fortæl om kampagnen på møder.
- Skriv et opslag på jeres intranet eller lignende.

Sæt præmier på højkant:

Præmier er en god motivation, og det viser at I som arbejdsplads står bag deltagerne. I kan:

- Uddele en præmie til holdet, der klarer sig bedst.
- Uddele en ugentlig præmie til holdet med højest score.
- Trække lod om en præmie blandt hold, der har vundet deres ugentlige kamp.

Præmierne skal være i klimaets ånd, for ikke at sende modsatrettede signaler.

Lav intern besked-tråd

En besked-tråd om kampagnen for alle deltagerne fra arbejdspladsen giver ekstra motivation. Brug med fordel de kommunikationsplatforme i normalt bruger: e-mail, Slack, Teams osv. Her kan deltagerne skrive sammen om kampagnen. Invitér deltagerne til at joine tråden i en af mail-invitationerne. I kan alternativt opfordre til at lave en tråd per hold.

Deltagerne kan:

- Dele tips og tricks til klimahandlinger
- Stille spørgsmål til hinanden
- Sende opmuntringer til holdet
- Sende billeder og Inspirere hinanden

Ekstra tiltag under kampagnen:

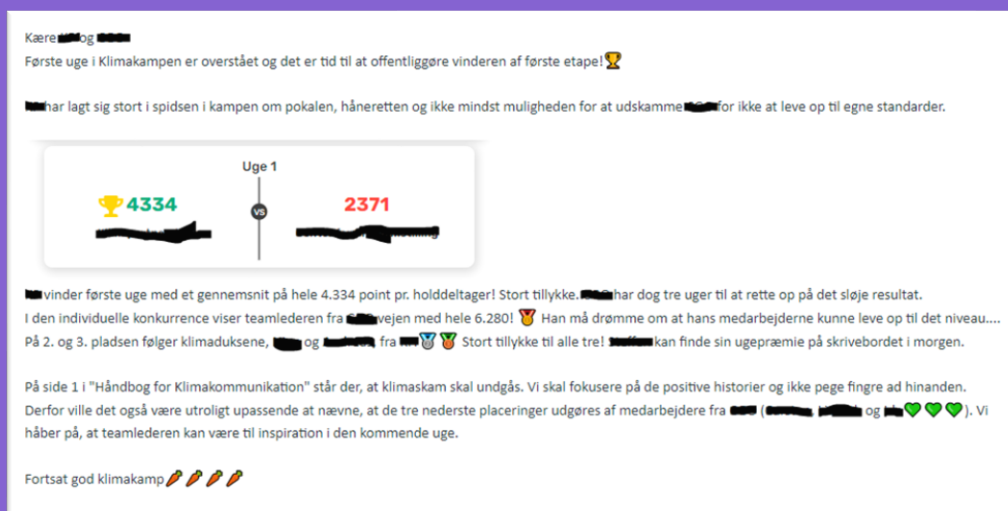
Facilitér besked-tråd

Du kan være med til at facilitere en god samtale i besked-tråden og skabe engagement blandt deltagerne i løbet af kampagnen.

Send statusrapporter

I løbet af kampagnen kan du hjælpe med at holde deltagerne til ilden ved at skrive en ugentlig status på hvordan det går. Det kan fx være hver mandag med status på den foregående uge - Enten i besked-tråden eller over mail. Dette kan med fordel også uddelegeres til afdelingsledere.

Se inspiration til dette her:




Kære [redacted] og [redacted]

Første uge i Klimakampen er overstået og det er tid til at offentliggøre vinderen af første etape! 🏆

[redacted] har lagt sig stort i spidsen i kampen om pokalen, håneretten og ikke mindst muligheden for at udskamme [redacted] for ikke at leve op til egne standarder.

Uge 1

 4334	vs	2371
-------------------------------------------------------------------------------------------------	----	-------------

[redacted] vinder første uge med et gennemsnit på hele 4.334 point pr. holddeltager! Stort tillykke. [redacted] har dog tre uger til at rette op på det sløje resultat. I den individuelle konkurrence viser teamlederen fra [redacted] vejen med hele 6.280! 🏆 Han må drømme om at hans medarbejderne kunne leve op til det niveau... På 2. og 3. pladsen følger klimaduksene, [redacted] og [redacted] fra [redacted] 🏆 Stort tillykke til alle tre! [redacted] kan finde sin ugepræmie på skrivebordet i morgen.

På side 1 i "Håndbog for Klimakommunikation" står der, at klimaskam skal undgås. Vi skal fokusere på de positive historier og ikke pege fingre ad hinanden. Derfor ville det også være utroligt upassende at nævne, at de tre nederste placeringer udgøres af medarbejdere fra [redacted] ([redacted] og [redacted] og [redacted]). Vi håber på, at teamlederen kan være til inspiration i den kommende uge.

Fortsat god klimakamp 🍌🍌🍌

Lav fællesevents

For at bakke op om medarbejdernes indsats i kampagnen, kan I aftale at klare nogle pointgivende klimahandlinger sammen.

I kan fx aftale at I alle: Afleverer tøj til genbrug i en frokostpause, Spiser plantebaseret en dag i kantinen, Laver en tøjbyttedag, Inviterer en oplægsholder til snak om klima, grøn bolig, bæredygtig mad.

Efter kampagnen:

Modtag kampagnedata

Et par dage efter kampagnen er slut modtager I en afslutningsmail. Her er vedhæftet en datarapport over hvor meget CO2 I har sparet og hvordan I klarede jer ift. andre arbejdspladser mm.

Ekstra tiltag efter kampagnen:

Modtag, print og uddel diplom til vinderholdet

I afslutningsmailen er også vedhæftet et **1x Diplom-fil**. Print, underskriv og uddel dette til vinderholdet, eller hæng det op på kontoret.

Køb og fordel interne præmier

Har I annonceret interne præmier kan I fordele dem ved en lille ceremoni eller med et opslag på jeres intranet for at runde kampagnen godt af.

Send afslutningsrapport

Du kan ligesom med de ugentlige statusrapporter sende en afsluttende rapport til deltagerne. Enten på mail eller i jeres fælles besked-tråd. Du kan med fordel bruge tal fra den data vi har sendt, samt kombinere det med at annoncere vinderholdet. Det er også en god mulighed for at takke deltagerne for deres indsats.

Del jeres indsats eksternt

I er velkomne til at dele jeres indsats udadtil. Vi har vedhæftet **1x Logo** og **1x billede**, som I er velkomne til at benytte.

Det er vigtigt hvordan I fremstiller tallene. Vi anbefaler at fokusere mere på det engagement de ansatte har udvist, end mængden af CO2 sparet (som jo indebærer store usikkerheder: bl.a. pga. ukendt baseline og lav detaljegrad i indtastning).