

TILSYNSKAMPAGNER I 2018 I FREDERICIA RAPPORT 2019



Indholdsfortegnelse

1. Indledning	3
2. Kampagne ”AdBlue”	4
2.1 Baggrund for valg af kampagne	4
2.2 Kampagnens mål	4
2.3 Målgruppe.....	4
2.4 Udførelse	4
2.5 Resultat, effekt og evaluering	5
2.6 Fremadrettet arbejde	5
3. Kampagne for indsatsområder for Follerup og Kongsted	6
3.1 Baggrund for valg af kampagne	6
3.2 Kampagnens mål	6
3.3 Målgruppe.....	6
3.4 Udførelse	6
3.5 Resultat, effekt og evaluering	6
3.6 Fremadrettet arbejde	7

1. Indledning

Fredericia Kommune gennemfører hvert år to tilsynskampagner inden for miljøområdet. Kampagnerne kan være målrettet en branche eller et bestemt miljøtema. De kan udarbejdes og udføres i samarbejde med andre kommuner, brancheorganisationer eller f.eks. beredskabet.

Ifølge reglerne skal resultatet af tilsynskampagnerne offentliggøres, hvilket sker via kommunens hjemmeside. Dette sker samtidigt med offentliggørelse af kommunens miljøberetning og den årlige indberetning af tilsynsindsatsen til Miljøstyrelsen.

I 2018 har Fredericia Kommune valgt at gennemføre en tilsynskampagne om AdBlue, der er målrettet virksomheder, der opbevarer og anvender AdBlue, og en tilsynskampagne målrettet borgere og virksomheder inden for indsatsområderne for grundvandsbeskyttelse i Follerup og Kongsted. Begge kampagner videreføres i 2019.

Kampagnen om AdBlue omfatter udarbejdelsen af en speciel folder om AdBlue, som udleveres ved miljøtilsyn, og er et godt udgangspunkt for en dialog. Som arbejdsredskab til den tilsynsførende er der udarbejdet en tjekliste.

Der er desuden udsendt breve til fire leverandører (Yara, YX, Brenntag og Strongblue). I brevene kommer Fredericia Kommune med forslag til, hvordan leverandørerne kan tydeliggøre miljøaspektet i deres informationsmateriale på deres hjemmeside.

Kampagnen om grundvandsbeskyttelse omfatter miljøtilsyn på virksomheder beliggende i indsatsområderne for grundvandsbeskyttelse i Follerup og Kongsted. Ved tilsynene er der særligt fokus på brug af bekæmpelsesmidler, håndtering og opbevaring af kemikalier og affald samt udendørs oplag. I 2019 følges kampagnen op af breve til borgere og landmænd i indsatsområdet, og Pjedsted Vandværk holder åbent vandværk i forbindelse med Vandets Dag den 22. marts 2019.

I de efterfølgende afsnit præsenteres kampagnerne. Der redegøres også for effekten af kampagnerne og det fremadrettede arbejde.

Hvis du har spørgsmål eller bemærkninger til kampagnerne hører vi meget gerne fra dig. Du er velkommen til at kontakte os:

”AdBlue”:

- Dorte Lindbjerg – dorte.lindbjerg@fredericia.dk - tlf. 7210 7683

”Grundvandsbeskyttelse”:

- Christian Bækgaard Jensen – christian.jensen@fredericia.dk – tlf. 7210 7670

2. Kampagne ”AdBlue”

2.1 Baggrund for valg af kampagne

AdBlue omdanner NO_x fra dieselmotorers udstødningsgas til kvælstof og vanddamp og reducerer dermed betragteligt emissionerne af kvælstofoxider (NO_x). Siden 2005 har den europæiske lovgivning vedr. dieselmotorer krævet en drastisk reduktion af NO_x-emissionerne og anvendelse af AdBlue som tilsætningsstof til diesel er blevet mere og mere udbredt.

AdBlue indeholder ca. 32 % urea. Urea består bl.a. af kvælstof og er derfor et gødningsstof. Produktet er ikke klassificeret som farligt og fremstår derfor som et ufarligt produkt. Miljøfaren består imidlertid, at AdBlues gødningsevne.

Hvis 1 palletank med AdBlue spildes og løber i spildevandskloakken vil det medføre en betydelig belastning af renseanlægget.

AdBlue kan derudover forurene jord, grundvand, søer og vandløb, hvis der sker et stort udslip. Hvis AdBlue løber i et vandløb, vil der ikke ske en akut forurening, men kvælstof vil typisk opsamles i søer, og det kan på længere sigt medføre algeopblomstring, iltvind og i værste fald fiskedød.

Det er derfor vigtigt at forbygge udslip af AdBlue til både rensningsanlæg og miljøet.

Erfaringen har vist at virksomheder har meget lidt eller ingen viden om at AdBlues miljømæssige egenskaber. Der er derfor behov for informationsmateriale om AdBlue samt en særlig indsats i forbindelse med miljøtilsyn, der fokuserer på korrekt håndtering og opbevaring af AdBlue, samt oplysning om stoffets egenskaber i forhold til miljøet.

2.2 Kampagnens mål

Kampagnens fokus var:

- at øge virksomhedernes viden/bevidsthed om AdBlues virkning på miljøet, samt hvordan udslip til miljøet forbygges både i forhold til adfærd og indretning af anlæg.
- at påvirke leverandører af AdBlue til at tydeliggøre AdBlues miljøeffekter i deres informationsmateriale, så deres kunder har mulighed for at være på forkant i forhold til nødvendige foranstaltninger for at beskytte miljøet.

2.3 Målgruppe

Målgruppen er de virksomheder, som Natur & Miljø fører regelmæssigt miljøtilsyn med i 2018 som anvender og opbevarer AdBlue. Det er typisk vognmænd, landmænd og tankstationer. Desuden henvendte Fredericia Kommune sig til 4 udvalgte leverandører af AdBlue (Yara, Strongblue, YX og Brenntag), som vi vidste var leverandører i området.

2.4 Udførelse

Tilsyn på virksomheder

Tilsynskampagnen blev udført i forbindelse med planlagte basis, og prioriterede tilsyn i 2018.

Der blev udarbejdet en speciel folder om AdBlue, som blev udleveret ved tilsynet. Der blev desuden udarbejdet en tjekliste til indretning af tankningspladser for AdBlue, som kunne anvendes til at vurdere om tankningspladsen var indrettet miljømæssigt korrekt. Informationsmaterialet var et godt udgangspunkt for en dialog med virksomheden.

Ved tilsynene gennemgik Fredericia Kommune, virksomhedernes opbevaring og håndtering af AdBlue og var i dialog med virksomheden om AdBlues miljømæssige egenskaber og evt. mulige forbedrende tiltag til forebyggelse af uheld og udslip.

Leverandører

Fredericia Kommune gennemgik hjemmesiderne hos de 4 udvalgte AdBlue leverandører og udarbejdede individuelle breve til hver virksomhed, med forslag til hvordan miljøaspektet kunne tydeliggøres og derved give kunderne en endnu bedre service. Brevene blev sendt til virksomhederne via mail. Fredericia Kommune besvarede tilbagemeldinger.

2.5 Resultat, effekt og evaluering

Tilsyn på virksomheder

Der blev udført 4 AdBlue kampagnetilsyn i løbet af 2018.

De fleste virksomheder var ikke bevidste om AdBlues miljømæssige aspekter inden tilsynet. En virksomhed var bekendt med de miljømæssige aspekter, men gav udtryk for frustration over at konkurrenter ikke udførte samme miljømæssige foranstaltninger, hvilket var konkurrenceforvridende. Virksomheden var derfor positiv over for tilsynskampagnen.

Tilsynene gav ikke anledning til håndhævelse.

Det er Fredericia Kommunes vurdering, at tilsynene og dialogen med virksomhederne har medvirket til at højne bevidstheden og kendskabet til AdBlues miljømæssige aspekter og i forlængelse heraf, også virksomhedernes opmærksomhed på opbevaringen og håndteringen af produktet.

Det vurderes, at det på tilfredsstillende vis lykkedes at øge virksomhedernes kendskab til AdBlue. Samtidig kan kampagnen øge virksomhedernes viden om, at Fredericia Kommune har fokus på alle virksomheder i kommunen, der anvender AdBlue.

Leverandører

To ud af fire leverandører gav positive tilbagemeldinger på vores input. Vi er vidende om at 1 af leverandørerne (Yara) faktisk har ændret teksten i deres informationsmateriale om AdBlue på deres hjemmeside. To leverandører har ikke reageret på henvendelsen.

De positive tilbagemeldinger var langt over vores forventninger, idet en øget omtale af de miljømæssige effekter salgsmæssigt kan opfattes negativ. Det er vores vurdering, at leverandørens holdning og oplysninger har stor troværdighed hos kunden. Leverandøren er derfor en vigtig medspiller.

2.6 Fremadrettet arbejde

Kampagnen vil blive videreført på de virksomheder, der får miljøtilsyn de kommende år. Med tilsynsmålne kan der gå op til 6 år, før alle virksomheder, der er omfattet af regelmæssige miljøtilsyn, er besøgt. Folder om korrekt opbevaring og håndtering af AdBlue udleveres også ved tilsyn på landbrug, hvis disse opbevarer og anvender AdBlue.

3. Kampagne for indsatsområder for Follerup og Kongsted

3.1 Baggrund for valg af kampagne

Indsatsplanerne for Kongsted-området og Follerup-området har til formål at sikre en varig vandforsyning med rent drikkevand til forbrugerne.

Indsatsplanerne indeholder også indsatser, der skal gennemføres for at opnå formålet med planerne.

Disse indsatser omfatter blandt andet gennemførelse af grundvandsrelaterede miljøtilsyn.

Grundvandsbeskyttelse indgår altid som et parameter ved miljøtilsyn, men denne kampagne fokuserer i højere grad på at videregive målrettet og relevant information til modtageren om det vand, de bor på.

Det er ikke alle virksomheder og landbrug, der er omfattet af reglerne for regelmæssige miljøtilsyn, og borgere er slet ikke omfattet. Kampagnen har derfor også til formål at formidle viden om grundvandet til alle virksomheder, landbrug og borgere i indsatsområderne.

Kampagnen er udarbejdet i samarbejde med TRE-FOR og Pjedsted Vandværk.

3.2 Kampagnens mål

Formålet er at give modtageren en viden, der kan indgå i overvejelserne om, hvordan f.eks. ukrudt bekæmpes eller kemikalier opbevares og håndteres.

Derudover gennemgås virksomhedernes opbevaring og håndtering af affald og kemikalier, og der er særligt fokus på en gennemgang af udendørs oplag.

Kampagnen er forebyggende. Der kommer ikke en miljømæssig målbar effekt. Nedsivningen til grundvandet tager op til 50 år, så der vil gå lang tid, før en effekt kan måles i grundvandet.

Den forebyggende effekt måles ved at den tilsynsførende spørger ind til virksomhedens kendskab til grundvandsforholdene i området. Kampagnen vurderes at have en effekt hvis den bibringer ny viden til modtageren.

3.3 Målgruppe

Kampagnen er målrettet de virksomheder, der er beliggende i indsatsområdet og som er omfattet af regelmæssige miljøtilsyn.

I 2019 følges kampagnen op med tilsyn på husdyrbrug i indsatsområdet, der er omfattet af regelmæssige miljøtilsyn, samt breve til borgere og landmænd i indsatsområdet.

3.4 Udførelse

Der blev udført 6 miljøtilsyn på virksomheder inden for indsatsområdet.

3.5 Resultat, effekt og evaluering

Erfaringerne fra kampagnen er, at omkring halvdelen af virksomhederne vidste, at de var beliggende i et indsatsområde for grundvandsbeskyttelse. Denne viden havde de primært fået i forbindelse med tidligere kontakt med Fredericia Kommune. De resterende virksomheder fik ny viden, hvilket var en af effektmålingerne ved kampagnen.

Alle virksomhederne var beviste om, at det er vigtigt med rent drikkevand og dermed at beskytte grundvandet mod forurening med miljøfarlige stoffer. Det vurderes dog, at der er en tendens til, at de

virksomheder, der er placeret tæt på et vandværk eller en indvindingsboring, har en øget opmærksom på at beskytte grundvandet.

En virksomhed tog efterfølgende kontakt til det gartnerfirma, der foretager vedligeholdelse af udearealer og fandt ud af at der blev brugt bekæmpelsesmidler. Virksomheden har efterfølgende ændret deres aftale med gartneren, således at der fremadrettet ikke anvendes bekæmpelsesmidler på virksomhedens arealer. En anden virksomhed var opmærksom på, at der kun blev anvendt bekæmpelsesmidler ved hegn, hvor det var vanskeligt at renholde på anden vis. De ville undersøge, om det anvendte bekæmpelsesmiddel var godkendt til formålet, og om det var muligt at anvende et mere miljøvenligt produkt.

De ansatte i kommunen, som medvirkede ved udarbejdelse af kampagnemateriale og udførelse af tilsyn, har fået styrket og skærpet deres viden om grundvandsbeskyttelse, og er bedre rustet til at vejlede virksomheder om emnet.

3.6 Fremadrettet arbejde

Kampagnen videreføres i 2019, hvor der sendes breve ud til borgere og landmænd i indsatsområderne, og Pjedsted Vandværk holder åbent hus i forbindelse med Vandets Dag den 22. marts 2019.

I 2019 gennemføres en tilsvarende kampagne for indsatsområdet for Skærbæk og Taulov i samarbejde med Skærbæk Vandværk, Taulov Vandværk og Børup Vandværk.