



PLAN	
Tilsynskampagne 2/2015: Oplag af mineralske olieprodukter - tanke, rørføringer, tankgårde mv.	
Dato for revision	Vers. 6.0 – 06.07.2015 /CLBEN
Baggrund	<p>Reguleringen af tankanlæg til mineralolieprodukter på listevirksomheder, særligt de overjordiske tankanlæg har, i perioden 2005 - 2011 ikke været omfattet af olietankbekendtgørelsen, men været reguleret af vilkår i miljøgodkendelser. Den 1. januar 2012 trådte den nugældende olietankbekendtgørelse i kraft. I denne er alle tankanlæg som udgangspunkt direkte omfattet af reglerne i bekendtgørelsen med undtagelse af anlæg, der er omfattet af miljøgodkendelser fra før 1. januar 2012. På de få virksomheder med godkendelser fra før 1. september 2005, hvori der ikke er opstillet vilkår for overjordiske olietankanlæg, er den nugældende bekendtgørelse også gældende.</p> <p>Lækager fra tankanlæg (tank + rørføringer) har i flere tilfælde medført spild til jord, kloaksystem og recipienter. For at forebygge disse lækager er det vigtigt at sikre, at tankeanlæggene er etableret og drives i overensstemmelse med olietankbekendtgørelsen.</p> <p>For at sikre, at tankanlæg på de listevirksomheder, som Miljøstyrelsen er myndighed for, overholder olietankbekendtgørelsen, igangsættes en flerårig tilsynskampagne, hvor alle tankanlæg på relevante virksomheder kortlægges samt vurderes og eventuelt reguleres i forhold til olietankbekendtgørelsen.</p>
Afgrænsning	<p>Kampagnen har fokus på de olietankanlæg, der er direkte omfattet af olietankbekendtgørelsen, og hvor der således ikke er stillet særskilte krav til tankanlæggene i virksomhedens miljøgodkendelse. Det er derfor lidt mindre gennemskueligt – både for virksomhed og sagsbehandler - hvad der er gældende for det konkrete anlæg.</p> <p>Tilsynskampagnen omfatter således nedgravede og overjordiske tankanlæg til mineralolieprodukter med <u>undtagelse</u> af følgende:</p> <ul style="list-style-type: none">• Tankanlæg på virksomheder, der er blevet miljøgodkendt eller har fået en revurderet miljøgodkendelse før 1. januar 2012, og derfor må antages at have vilkår for tankanlæg til mineralolieprodukter.• Tankanlæg, der i sig selv er en godkendelsespligtig hovedaktivitet (C 201 - 5 stk. jf. GeoEnviron), men altså ikke, hvis det er en biaktivitet (2. stk. jf. GeoEnviron).• Tankanlæg, der indeholder andet end mineralolieprodukter (fx vegetabilsk olie).• Tankanlæg, der indeholder affald hidrørende fra mineralolieprodukter (fx spildolie).
Kampagnemål	<p>Det overordnede miljømæssige mål er at sikre, at tankanlæg til mineralolieprodukter er etableret og drives i overensstemmelse med olietankbekendtgørelsen.</p> <p>Kampagne er således en forebyggelseskampagne, hvor risikoen for spild af mineralolieprodukter til jord, grundvand, kloaksystem og recipient reduceres</p>

	<p>ved at sikre, at tankanlæggene er i miljømæssig forsvarlig stand.</p> <p>Kampagnemålene for 2015 er:</p> <ul style="list-style-type: none"> • At der er lavet en kortlægning over virksomheder med tankanlæg, som er direkte omfattet af olietankbekendtgørelsen – dvs. har en godkendelse eller revurderingsafgørelse, der er meddelt efter den 1. januar 2012. • At inaktive tankanlæg på de udvalgte virksomheder er sløjft i overensstemmelse med olietankbekendtgørelsen. • At alle aktive tankanlæg på de udvalgte virksomheder overholder olietankbekendtgørelsens krav til etablering, egenkontrol, inspektion og tæthedsprøvning. • At alle aktive tankanlæg på de udvalgte virksomheder er reguleret med tidssvarende vilkår for tankgårde mv., der sikrer mod forurening i omgivelserne i tilfælde af lækager. • At alle aktive tankanlæg på de udvalgte virksomheder er registreret i GeoEnviron 		
Timing	Kampagnen gennemføres over 2 eller 3 år, hvor der hvert år udvælges ca. 15 virksomheder. Efter hvert år evalueres og tilpasses kampagnen.		
Kampagnens væsentligste interessenter	Kampagnens væsentligste interessenter er de udvalgte virksomheder og sagsbehandlere i MST Virksomheder.		
Samarbejde	Udføres af MST Virksomheder i relevante teams.		
Kampagnens resultater og aktiviteter	Resultat og aktivitet	Ansvar	Deadline
	Materiale til tilsynsopgaven <ul style="list-style-type: none"> • Tekst/bilag til varselsbrev om kampagnen • Skema med regeloverblik til sagsbehandler • Tjekskema til brug ved tilsyn på baggrund af olietankbekendtgørelsen • Digital guide til registrering af tankanlæg i GeoEnviron 	clben	01.06.2015
	Kapacitetsopbygning <ul style="list-style-type: none"> • Afklaring af regelgrundlag med Jord & Affald • Gennemgang af olietankbekendtgørelsen 	clben	01.05.2015
	Indledende kommunikation <ul style="list-style-type: none"> • Oplæg til kampagnen drøftes og tilrettes i Tilsynsfaggruppen Oplæg godkendes af chefgruppen • Oplæg til kampagnen udsendes til alle teams 	Tilsynsfaggruppen/clben	19.05.2015
	Kortlægning og udvælgelse	Tilsynsfaggruppen og	01.06.2015

	<p>af virksomheder</p> <p>Alle teams skal på teammøde i maj kortlægge alle relevante virksomheder ud fra kriterierne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Har miljøgodkendelse eller revurdering fra 1. januar 2012 eller herefter. • Og har minimum ét tankanlæg til mineralolieprodukter (dog ikke er anlæg, som er omfattet af hovedlistepunkt C201). <p>Virksomheder der skal have kampagnetilsyn i 2015 udvælges herefter af tilsynsfaggruppen i samarbejde med teamene og oprettes efterfølgende i GeoEnviron af sagsbehandlere</p>	teams	
	<p>Tilsyn med tankanlæg</p> <p>Kampagnetilsyn på de udvalgte virksomheder gennemføres om muligt i forbindelse med allerede planlagte fysisk tilsyn i 2015.</p> <p>Materiale til tilsyn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Varselsbrev • Tjekskemaer • Guide til indtastning af data i GE • Evalueringsskema 	Sagsbehandlere for de udvalgte virksomheder	Juni-dec. 2015
	<p>Evaluering</p> <p>Kampagnen er evalueret og resultaterne er vurderet, ligesom der er foretaget en vurdering af effekterne af kampagnen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluering • Plan for opfølgning • Oplisting af god praksis og erfaringer til intern læring • Input til 2. år af kampagnen 	Tilsynsfaggruppen	Marts 2016
	<p>Kommunikation</p> <p>Kampagnens resultater er kommunikeret til alle relevante</p>		Teams: April 2016

	aktører <ul style="list-style-type: none"> • Alle teams • Involverede virksomheder • MST Erhverv (lovgiver) • Relevante øvrige virksomheder 	Virksomheder: April 2016/17 MST Erhverv: April 2017
Tidsforbrug	Udover tidsforbrug til planlægning af og udførelse af tilsynsarbejdet i de enkelte teams, skal der afsættes et tidsforbrug i Tilsynsfaggruppen, som står for planlægning og evaluering af kampagnen.	
Økonomi	Udgiften til kampagnen vil i en vis udstrækning dækkes af den udgift, der alligevel skulle have været afholdt til udførelse af tilsyn.	
Risici og forudsætninger	Det forudsættes, at de nødvendige ressourcer og viden er til rådighed.	
Kommunikation og afrapportering	Tilsynsfaggruppe orienterer om projektet, og tilsynsfaggruppen orienterer enhedsledelsen. De involverede virksomheder informeres i form af tilsynsrapporter og evt. efterfølgende sagsbehandling. Kampagnens resultater offentliggøres digitalt, jf. tilsynsbekendtgørelsens § 6.	
Journalisering og tidsregistrering	Kampagnemateriale findes på m-drevet: M:\Virksomheder\Faggrupper og tværfaglige emner\Tilsyn\Tilsynskampagne 2015\Tanke Tilsyn registreres i GeoEnviron. Tankanlæg skal registreres i GeoEnviron. Journalisering sker i GeoEnviron/Captia på de relevante virksomheder/tilsynssager. Tidsforbrug på den enkelte virksomhed registres i M-tid på konti for henholdsvis tilsyn på virksomheden og tilsyn uden for virksomheden. Planlægning og evaluering af kampagnen registreres på konto ”8891 Faggruppearbejde”. Planlægning, gennemførelse og efterbehandling af fysisk tilsyn, hvor kampagnen er blevet gennemført registreres på den pågældende virksomheds tilsynskonto.	

EVALUERING

Tilsynskampagne 1/2015: Oplag af mineralske olieprodukter - tanke, rørføringer, tankgårde mv.

Dato	XX
Blev resultaterne nået?	<p>Resultaterne af aktiviteterne vurderes (fx med pointscore fra 1-5).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiale til tilsynsopgaven: • Kapacitetsopbygning: • Kortlægning af virksomheder: • Kommunikation med virksomhederne: • Tilsyn på virksomhederne: • Kommunikation efter kampagnen:
Blev kampagnemålet nået?	<p>Kampagnemålene var... at</p> <p>Vurdering af målopfyldelse:</p>
Blev tidsplanen overholdt?	Tidsplanen blev overholdt/ikke overholdt, hvilket skyldes:
Blev timebudgettet overholdt?	<p>Timebudgettet for kampagnen var og der blev anvendt på hele opgaven.</p> <p>Eventuelle forskelle på timebudget og timeforbrug skyldes:</p>
Kompetencer	Kampagnen har ført til følgende kompetenceudvikling i enheden/teamet:
Kommunikation	<p>Kommunikationen blev/blev ikke gennemført som planlagt:</p> <p>Kommunikationen vurderes som vellykket/mindre vellykket idet:</p>
Organisation	Kampagnen har haft følgende effekter på enhedens/teamets organisation og virke:
Den gode historie om kampagnen	Følgende gode historier fra kampagnen kan formidles til aktørerne:
Læringspunkter fra kampagnen	Følgende læringspunkter kan udtrages af kampagnen med sigte på styrelsen af enheden/teamet:
Tilpasninger i D4	Der er fundet følgende behov for rettelser eller tilføjelser i D4:
Input til næste kampagne	Ved planlægning og udførelse af fremtidige kampagner skal vi: