

GUIDE TIL EN STUDIESTARTS- OG SAMKØRSELS-INDSATS PÅ UNGDOMSUDDANNELSER

Sådan skaber du motivation blandt unge for at køre grønt og fylde bilerne op på vej til skole

KORT OM KONCEPTET

I overgangen fra folkeskole til ungdomsuddannelser skifter mange unge fra at cykle eller gå i skole til at tage bilen. Kommunen kan igangsætte en indsats, der gennem kampagneaktiviteter skal øge kendskabet til mulighederne for at cykle og køre sammen til ungdomsuddannelserne og hjælpe til at etablere nye mobilitetsvaner blandt en målgruppe, der i forvejen skal ændre deres hverdagstransport i forbindelse med skoleskift. Samtidig skal den styrke motivationen for, at de unge kører sammen i bil frem for, at de kører alene, ved at lancere apps til at koordinere samkørslen og etablere reserverede p-pladser til de elever, der kører sammen.

MÅLGRUPPE

Unge på cirka 16-20 år, der er elever på kommunens ungdomsuddannelser. Særligt er nystartede elever oplagte at henvende sig til, da de ofte har cyklet og gået til skole i folkeskolen og endnu ikke har etableret vanen med at køre selv i bil til ungdomsuddannelserne, der typisk ligger længere fra deres bopæl.

Den unge målgruppe har vist sig mere villige til samkørsel end ældre målgrupper, da de i højere grad responderer på økonomiske, sociale og klimamæssige incitamenters samt på, at det giver øget mobilitet, når man ellers ikke selv kan køre. Skal der udvælges færre uddannelsessteder, vil samkørselsindsatsen sandsynligvis have størst succes på skoler, der ikke er godt forbundet til det offentlige transportnet.

KONCEPTET ER UDVIKLET I



PROJEKTET ER STØTTET AF



SÅDAN GJORDE VI

På baggrund af en transportvaneundersøgelse på kommunens ungdomsuddannelser, identificerede de i Roskilde Kommune overgangen til ungdomsuddannelse som et særligt oplagt tidspunkt at sætte ind for at fastholde de unges vaner fra grundskolen om at cykle og gå til skole.

Alle uddannelser i kommunen blev i løbet af projektet tilbudt information om grønne transport-muligheder til skolen – dels som plakater med vejvisning, dels i de velkomsthæfter, der udsendes til nye elever. Yderligere lavede kommunen på tre skoler en mindre studiestarts-indsats med fokus på et positivt budskab om at cykle til skole, og ad to omgange tilbød de gratis abonnementer til bycykler til elever på kommunens ungdomsuddannelser.

Kommunen har i samarbejde med nabogo lanceret samkørsel på størstedelen af uddannelses-institutionerne, da de unge i Roskilde allerede kører (uorganiseret) sammen og nyder det. Samkørsel indeholder for dem en positiv fortælling om bilen som et eksklusivt socialt rum, hvor de kan vende private sager, høre høj musik og så videre. Derfor gav det god mening at styrke netop den mobilitetsform. Kommunen og nabogo lavede en kampagne for samkørsel, og på en uddannelses-institution lavede kommunen test med særlige samkørselspladser på de mest attraktive parkeringspladser.

POTENTIALET VED AT UDRULLE KONCEPTET I KOMMUNEN

FLYTTE ALENEKØRSEL I BIL TIL MERE BÆREDYGTIGE ALTERNATIVER

Tidlig introduktion af bæredygtige transportformer kan forhindre, at de unge etablerer vaner med at køre i egen bil til skole. Med udrulning af samkørsel er det dog vigtigt at være opmærksom på risikoen for, at passagerer fra den kollektive transport – frem for solobilister – overflyttes til bil. Gode erfaringer med samkørsel i ungdommen kan dog også have positiv indvirken på den senere villighed til at køre sammen, hvor mange ellers vælger at tage bilen alene til arbejde.



NUDGING AF BORGERNES TRANSPORTVANER I MERE BÆREDYGTIG RETNING

Info om mulighederne for grøn transport til uddannelserne er med til at øge sandsynligheden for, at disse muligheder også benyttes. På de tre skoler, hvor Roskilde Kommune har udrullet samkørsel, har der på ét år været næsten 400 brugere af nabogos app, og de har registreret over 1.400 samkørsler – på trods af flere perioder med udbredt coronasmitte og forsamlingsbegrænsninger.



ØGET TILGÆNGELIGHED TIL UDDANNELSESINSTITUTIONERNE

Særligt for elever uden egen bil kan synliggørelsen af muligheder for at cykle, tage offentlig transport eller køre med andre styrke tilgængeligheden til uddannelsessteder, der ligger langt fra deres bopæl.



FÆRRE UDGIFTER TIL P-PLADSER

Ved at promovere grøn transport på en underholdende og konkurrence-baseret måde kan man få de unge engageret i deres egne transportvaner og deres bidrag til den grønne omstilling i hverdagen. Strukturen, hvor klasserne konkurrerer mod hinanden, gav en følelse af fællesskab om sagen blandt de klasser, der var meget engagerede.



UDRUL KONCEPTET

1 KONTAKT TIL UNGDOMSUDDANNELSER

Få ledelsen og eventuelt elevråd på uddannelserne med i indsatsen.

I Roskilde er det primært lykkedes at skabe et stærkt engagement på de skoler, hvor skolen har tilknyttet én fast kontaktperson. Bed derfor ungdomsuddannelserne om at få en engageret ansat eller leder med til at promovere kampagnen.



2 AFTALE MED OPERATØR OM LANCERING AF SAMKØRSEL

Der er flere udbydere af samkørselsløsninger. Det er en god idé at vælge én løsning og promovere den, da det vil give større sandsynlighed for, at eleverne kan finde matches. Det er også en god idé at lægge kampagnerne samtidigt på ungdomsuddannelserne. Det muliggør et større udbud og efterspørgsmål på ture, og unge på tværs af skoler kan booke ture hos hinanden.

Afhængigt af aftalen med operatør kan kommunen selv stå for kampagneaktiviteter om samkørsel – for eksempel plakater, markedsføring, vouchers til køreture, præmier for at køre sammen eller lignende – eller lade operatøren stå for den samlede kampagne.

Nabogo været ude på næsten alle uddannelsesinstitutioner i Roskilde for at rulle samkørselsindsatsen i gang, hvor de har deltaget på morgensamlinger og stået til rådighed for spørgsmål resten af dagen. Samtidig har de tilbudt alle elever en rabatkode på 250 kroner til brug i appen, og de har muliggjort betaling via Ungdomskort i kampagneperioden.



3 INFOMATERIALER OM BÆREDYGTIGE TRANSPORTMULIGHEDER

Udnyt, at alle skoler udsender velkomsthæfter til nye elever ved hvert år at tilbyde skolerne tilpasset information om lokale bæredygtige transportmuligheder. Materialet kan være kort over ruter og beskrivelser, som kan indgå i velkomsthæftet. Involver skolerne i forhold til, hvad de har brug for, men vis dem også mulighederne.

Reklamér eventuelt også for transportmulighederne i de lokale busruter, der benyttes til transport til/fra uddannelse for eksempel på bussernes infotainmentskærme.

4 ETABLÉR SAMKØRSELSPLADSER PÅ SKOLERNE

Skiltning og eventuelt folie på asfalten på udvalgte P-pladser. Følges op af information på skolens kanaler som intranet, Lectio, Facebook, nyhedsbrev og så videre.

Det vil ofte være skolerne selv, der ejer parkeringsarealerne, og tilladelserne skal indhentes her.

I Roskilde fik kommunen i samarbejde med en uddannelsesinstitution etableret syv samkørselspladser tættest på hovedindgangene. Skolen var positiv over for projektet, og det var nemt at få en aftale.

Pladserne blev markeret med asfaltfolie og skiltning (udført af kommunens egne driftsfolk). Initiativet blev fulgt op af information på skolens kanaler inklusiv en voucher til samkørsel via Nabogo. Skolen valgte at lade skiltene blive efter den 3-måneders forsøgsperiode, og efter et år er pladserne fortsat reserveret til samkørsel.



5 UDRUL STUDIESTARTSKAMPAGNEN

Kampagnen kan være blot at distribuere merchandise eller kan inkludere andre elementer, som for eksempel events eller afprøvning af forskellige transportformer. Det er en god idé at være fysisk til stede på skolerne for at rulle kampagnen i gang.

Erfaringerne viser, at de unge helst ikke vil have at kommunen 'blander sig'. Det er derfor nødvendigt at finde en afbalanceret rolle, hvor man fokuserer på at tilbyde muligheder frem for at piske de unge til at ændre vaner, ligesom det også kan være en god idé at nedtone, at indsatserne er iværksat af kommunen.

6 EVALUERING AF INDSATSEN

Husk at evaluere den samlede indsats eller de enkelte kampagneelementer og inddrag eleverne og skolerne i denne evaluering for at høste de gode erfaringer til fremtidig kampagner.

Samkørselsindsatsen kan evalueres ved udtræk af data om samkørsler fra de(n) anvendte samkørselsapp(s), ligesom der kan benyttes både spørgeskemaundersøgelser og kvalitative interviews med elever og repræsentanter fra skolerne for at følge op på:

- om eleverne kender til mulighederne for bæredygtig transport,
- har lyst til at bruge dem, og
- om de er begyndt at bruge andre transportmidler end bil i løbet af kampagneperioden.

VIGTIGSTE SAMARBEJDSPARTNERE

Relevante samarbejdspartnere i indsatsen kan være:

- Ungdomsuddannelser, ledelse og elevrepræsentanter (for eksempel elevråd)
- Mobilitetsudbydere
- Lokale trafikselskaber
- Samkørselsudbydere/-apps

I Roskilde var kommunens rolle udelukkende at rekruttere skoler til at deltage samt at bestille og distribuere merchandise.



Tre skoler i kommunen arrangerede et morgenevent, hvor cyklende elever blev taget imod med high fives og sadelovertræk til cyklerne. Derudover har kommunen haft et forsøg med gratis abonnement til bycykler gennem Donkey Republic, blandt andet i forbindelse med studiestart. Cyklerne blev udbudt til 15 elever på hver skole for ikke at udvande bycykelsystemet.

DEM INDDROG VI I PROJEKTET I ROSKILDE

- Alle ungdomsuddannelser i kommunen (både gymnasier og andre)
- Nabogo
- Donkey Republic

RESSOURCER TIL UDRULNING

Udrulning af studiestartsindsatsen kræver dels projektledelseskompetencer for at skabe engagement lokalt hos ungdomsuddannelsernes ledelse og blandt elever og dels kommunikationskompetencer til at udvikle kampagnemateriale. I organiseringen af indsatsen vil det være en fordel at inddrage forvaltningen for Skole og Børn for at trække på eventuelt eksisterende netværk.

Mange af indsatserne kræver et relativt lille budget til eksempelvis kampagnematerialer, skiltning af samkørselspladser og merchandise. Generelt er omkostningerne til medarbejderressourcer højere end til de konkrete indsatser, selvfølgelig afhængigt af hvor stort indsatsen slås op. Ved udrulning af egentlige mobilitetsstilbud som eksempelvis gratis adgang til bycykler eller indgåelse af samarbejde med samkørselsplatform kræves et lidt større budget.

EKSEMPEL PÅ ÅRLIGT BUDGET FRA ROSKILDE KOMMUNE	DKK ekskl. moms
Samarbejdsaftale med samkørselsapp - etablering og drift	200.000
Merchandise til studiestartsindsats - 45 t-shirts og 1.000 sadelovertræk	21.500
Gratis bycykler i 2 x 1 måned til i alt 200 elever	30.000
Samkørselspladser - 7 x asfaltfolie og skiltning inklusiv montering	10.000
Projektledelse i kommunen - cirka 100 timer	35.000
I alt	296.500

STRATEGISK OPHÆNG I KOMMUNEN

Indsatsen kan kobles til strategier til fremme af bæredygtig mobilitet for eksempel mobilitetsplaner, DK2020-klimaplaner og tilsvarende.

HVORDAN KAN INDSATSEN VIDEREFØRES?

Da indsatserne kræver et relativt lille budget, og størstedelen af ressourcerne ligger i selve etableringen af samarbejdet med uddannelsesinstitutioner, kan det let videreføres og gentages på eksempelvis årlig basis – især blandt de uddannelsesinstitutioner, der udviser særligt engagement, og som er villige til at lægge egne ressourcer i kampagner med videre.

Indsatsen på ungdomsuddannelserne kan derudover bidrage til at etablere et godt samarbejde med flere af skolerne, som der kan bygges videre på fremover, når enten kommune eller uddannelser igangsætter nye tiltag på transport- og mobilitetsområdet.

KONTAKT

Ønsker du at vide mere om konceptet? Kontakt:

Roskilde Kommune

Marie Vang Nielsen
marievang@roskilde.dk
+45 2940 4834

Gate 21

Signe Frøkiær Schou
signe.froekiaer.schou@gate21.dk
+45 2384 9046