

# FÆLLES SAMKØRSELSKAMPAGNE

## OM CASEN

I november 2021 gik 45 organisationer sammen om at sætte fokus på samkørsel i pendlingen under sloganet:

**ALLE HAR BRUG FOR EN SIDEMAKKER**  
Hvem skal du køre sammen med?

Bag kampagnen stod Gate 21, Moving People og Region Hovedstaden, som gik sammen med regioner, kommuner, virksomheder og transportudbydere gang i en fælles kampagne, der skal skabe kendskab til samkørsel og få flere til at køre sammen blandt pendlere i hovedstadsregionen – og gerne i resten af Danmark.

I hovedstadsregionen tilmeldte 13 kommuner, 17 store virksomheder, samt 11 andre organisationer og Region Hovedstaden sig til den fælles kampagneindsats i november. Til sammen repræsenterede de knap 20.000 medarbejdere og pendlere.



Alle har  
brug for en  
sidemakker.  
Hvem skal du  
køre sammen  
med?



## KAMPAGNENS INDHOLD

Kampagnen blev lavet som en Plug-and-Play-løsning, så det var nemt for organisationerne at implementere den. Kampagnen indeholdt blandt andet:

- Film, plakater, bannere og floor stickers.
- Ideer til konkurrencer lokalt i organisationen med køreplan og mailtekster.
- Oversigt over udbydere af samkørsel

Materialerne er udviklet sammen med Bro Kommunikation. Se Moving Peoples hjemmeside [movingpeople-greatercph.dk](https://movingpeople-greatercph.dk) for materialer og guides til at gennemføre kampagnen.

På Moving Peoples hjemmeside kan kommuner også læse mere om, hvilke muligheder kommuner har for at indgå aftaler med udbydere, og hvad kommuner må i forhold til GDPR-regler.

## ERFARINGER MED KAMPAGNEN

Kampagnen vakte stor interesse fra virksomheder, kommuner og regioner. For flere aktører var det dog ikke muligt at gå aktivt med i kampagnen, fordi samkørsel først skulle modnes. Det kan derfor være relevant at fortsætte med at gennemføre en fælles kampagne over en årrække, således at flere og flere kan tilslutte sig.

Der blev sendt en evaluering ud til pendlerne via de deltagende organisationer, men desværre med en meget lav besvarelsesprocent.

Evalueringen kan derfor bedst bruges som en indikativ feedback:

- Kampagnen var medvirkende til, at nogen prøvede at køre sammen, men der var også nogen, der kørte sammen i forvejen.
- Dem, der kørte sammen, havde oftest aftalt det mundtligt.
- Samtidig var der efterspørgsel efter et matchværktøj – hvilket kan være i form af en app, men også i form af anden synliggørelse af, hvem eller hvor mange på arbejdspladsen du kan køre sammen med fra det område, hvor du bor.
- Både fysiske materialer og digitale materialer blev brugt og set.
- Virksomhederne supplerede selv med udbydernes materialer.
- Halvdelen af virksomhederne havde gennemført små konkurrencer, enkelte havde lavet Kick-off events eller haft besøg af udbydernes af en samkørselsapp.
- Den lokale ambassadør blev overrasket over, hvad det kræver at få samkørsel ud på arbejdspladsen og vil næste gang afsætte mere tid.

### HVEM HAR VÆRET MED?

- Region Hovedstaden
- Gate 21
- Bro Kommunikation
- 13 kommuner
- 17 virksomheder
- 11 andre organisationer

## DE VIGTIGSTE LÆRINGER

### Samkørsel i hverdagen er stadigvæk "kun på vej"

- Vi skal have øget kendskabet til samkørsel i pendlingen.
- Samkørsel er ikke et quick-fix og en hyldevare – der skal fortsat understøttes, eksperimenteres og videndeles.
- Det kræver en langsigtet indsats, fordi vi skal have folk til at ændre adfærd.

### Det kræver en forankret indsats

- Det kræver en lokal ambassadør, som kan bruge tid på det.
- Et godt samspil med en udbyder er en hjælp – men kan (nok) ikke stå alene.
- Der skal hjælp til match og hjælp til at 'bryde isen'.

### Fælles nationale tiltag

- En fælles samkørselsmåned kan give bredere opmærksomhed og være en anledning til, at ambassadører, kommuner, regioner og andre organisationer gør en indsats.
- Skal samkørsel bruges af bilister, er der brug for incitamenter, der gør, at man vil lade bilen stå.

## BAG CASEN STÅR



Region  
Hovedstaden

GATE  
21

## PROJEKTET ER STØTTET AF

Interreg  
Öresund-Kattegat-Skagerrak  
European Regional Development Fund

