

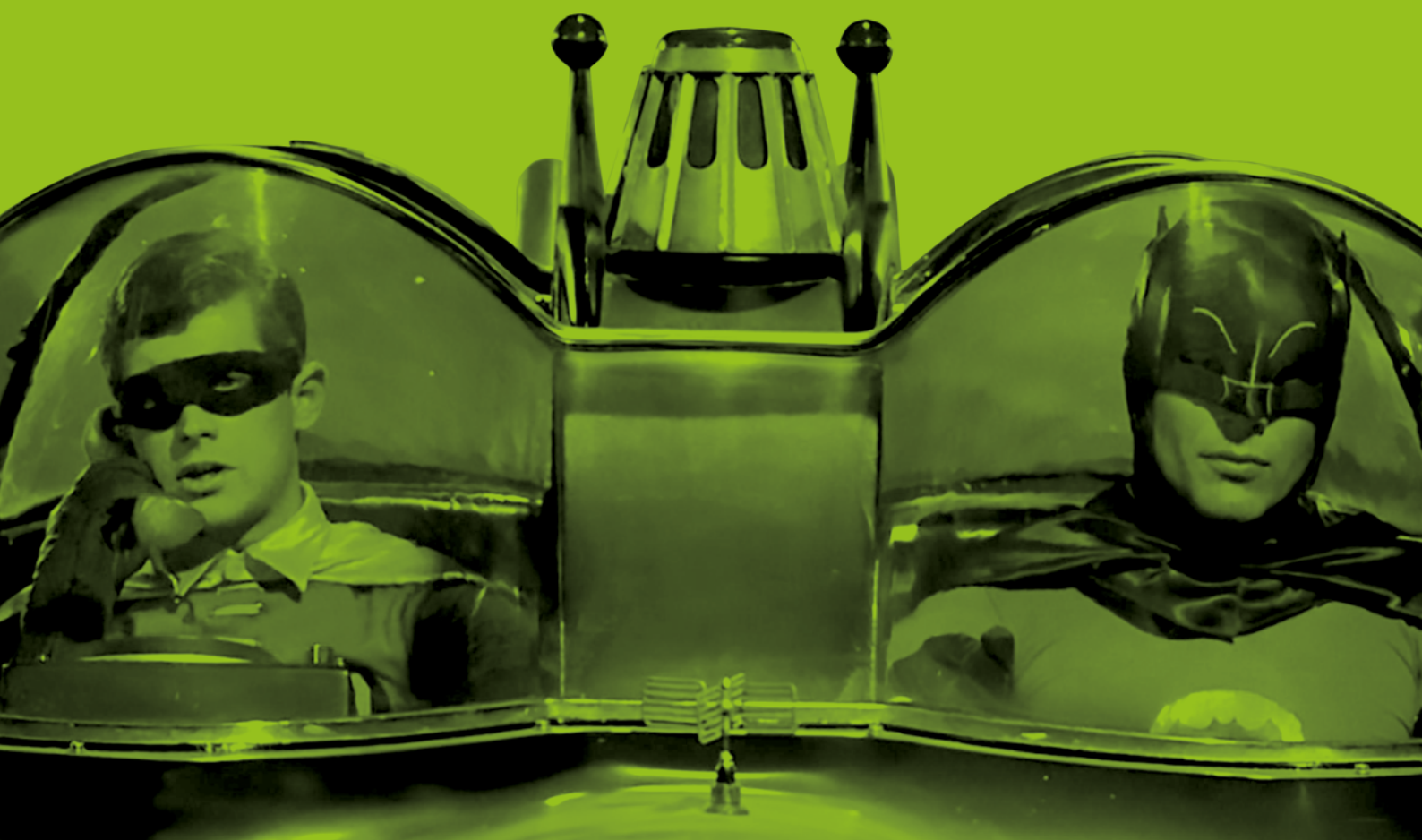
LÆRINGER FRA SAMKØRSELSKAMPAGNE

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?**

Samkørselskampagnen blev gennemført på arbejdspladser og i kommuner særligt i hovedstadsregionen, men også i resten af landet.

Her har vi samlet nogle af læringerne fra kampagnen.



Kampagnen er udviklet i

m **oving**
p **eople**



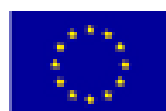
Kampagnen er støttet af



Region
Hovedstaden

Interreg

Øresund-København-Skagerrak
European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

INTERESSE FOR SAMKØRSEL BLEV VAKT

Samkørsel har været på vej med en række forskellige udbydere på markedet siden starten af 2020. På grund af corona har det ikke været særligt nemt at udrulle og promovere. Men i efteråret 2021 var samfundet og arbejdspladserne åbnet op igen i nogle måneder.

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.

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 pendlere 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 match-værktøj – 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.

50 PROCENT MINDRE CO2

Så let er regnestykket, hvis én bilist lader bilen stå og kører med en kollega. Det er grønt, socialt og billigere. Det til trods sidder der kun 1,05 person i gennemsnit i bilerne.

Derfor satte Gate 21, Moving People og Region Hovedstaden 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.

- 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 udbyderne 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.

DE VIGTIGSTE LÆRINGER

Samkørsel i hverdagen er stadigvæk "kun på vej"

- Vi skal have øget kendskabet 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 incitament, der gør, at man vil lade bilen stå.

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](#) 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.

KAMPAGNEN SKULLE GIVE EN ANLEDNING

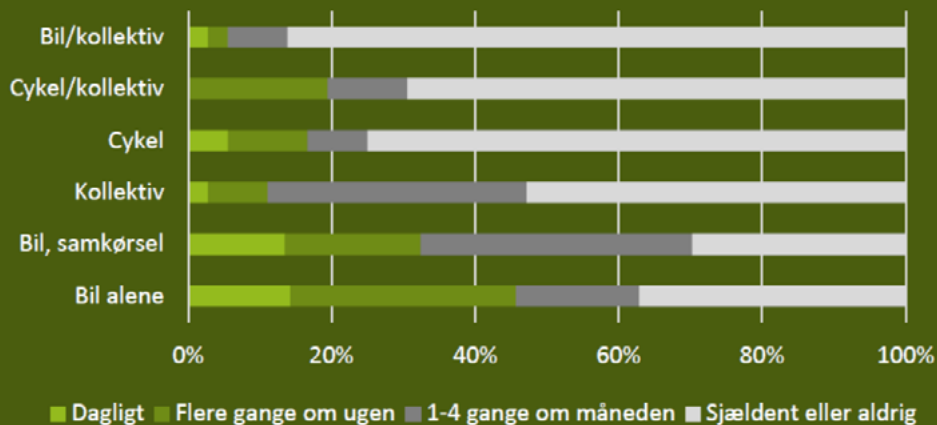
Formålet med kampagnen var at skabe en anledning for virksomheder og kommuner til at promovere samkørsel til deres medarbejdere og pendlere. Samkørsel skal nemlig gøres mere almindelig kendt som en mulighed i transporten.

Kampagnens grundidé var, at arbejdspladsen med en lokal ambassadør selv skulle lancere ideen om samkørsel og følge op med små konkurrencer for at få medarbejderne til at prøve at køre sammen. Det er vores erfaring, at samkørsel opfattes som en god ide i teorien, men ny adfærd kommer kun ved at prøve det af. Derfor skulle kampagnen give en anledning til at prøve det af.

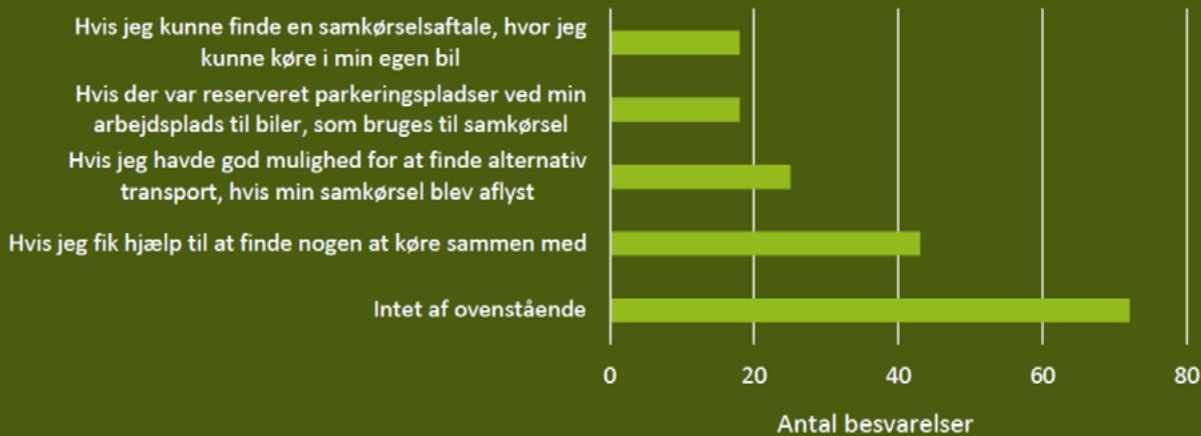
Moving People leverede rammen for kampagnen, som var målrettet arbejdspladser. Kampagnen blev skudt i gang den 1. november 2021 med et indslag i TV 2 Lorry. Den enkelte arbejdsplads kunne selv skræddersy forløbet i forhold til, hvor mange uger de ville deltage, og hvilke konkurrencer de ville køre.

UDVALGTE RESULTATER FRA EVALUERINGEN AF SAMKØRSELSKAMPAGNEN

Mest benyttede transportform - Samkørende i november



Hvilke af følgende forhold kunne få dig til at køre sammen med andre til arbejde?



Vigtigste årsager til, at du valgte at samkøre til arbejde

