

Mobility Management i Skåne

Förslag till handlingsplan

Dokumentinformation

Titel	Mobility Management i Skåne. Förslag till handlingsplan
Serie nr	Trivector Rapport 2002:20
Datum	2002-05-30
Författare	Christer Ljungberg, Jessica Lyborg, Christian Rydén, Karin Neergaard, Pernilla Hyllenius, Björn Wendle, Pär Envall, samtliga Trivector Traffic AB
Beställare	Länsstyrelsen i Skåne län. Kontaktperson: Högni Hansson och Christer Jarnlo

Dokumenthistorik

Version	Datum	Förändring	Distribution
0.1	2002-04-12	Första utkast	Referensgruppen
0.2	2002-04-22	Preliminärversion	Högni Hansson, Christer Jarnlo
0.3	2002-05-13	Komplettering avsnitt 5.18 samt diverse mindre justeringar och rättelser	Högni Hansson, Christer Jarnlo
1.0	2002-05-30	Mindre justeringar	

Förord

Länsstyrelsen i Skåne län har tagit initiativ till detta förslag till handlingsplan för Mobility Management i Skåne. Syftet är att ta fram ett brett underlag med förslag på projekt och åtgärder som olika aktörer i Skåne skulle kunna genomföra. I denna rapport beskrivs bl a möjligheterna med Mobility Management generellt, vilka särskilda utgångspunkter som är viktiga i Skåne samt 18 olika konkreta projektförslag.

Handlingsplanen för Mobility Management är en del i Länsstyrelsens arbete med ett miljöhandlingsprogram inom ramen för det regionala miljömålsarbetet. Det finns också en nära koppling till Region Skånes arbete med Skåne-MaTs. Länsstyrelsen avser inte att själva genomföra den föreslagna handlingsplanen men vill gärna stödja andra aktörer i regionen som har större möjligheter att verka operativt.

Handlingsplanen har tagits fram av Trivector Traffic AB under januari-april 2002 i samråd med en särskild referensgrupp. Från Trivectors sida har civilingenjör Björn Wendle (projektledare) och tekniker Christer Ljungberg varit ansvariga. Pernilla Hyllenius, Jessica Lyborg, Karin Neergaard, Christian Rydén och Pär Envall har medverkat vid val och utformning av projektförslag. Samtliga är även författare till denna rapport.

Högni Hansson, ordförande i Länsstyrelsens särskilda "Luftgrupp", har varit beställarens kontaktperson. I referensgruppen har följande representanter deltagit:

Högni Hansson	Luftgruppen/Landskrona kommun
Eskil Mårtensson	Region Skåne, Skåne-MaTs
Stig Gustavsson	Lunds kommun
Christer Jarnlo	Länsstyrelsen i Skåne län
Tomas Theander	Kristianstads kommun
Kerstin Åklundh	Vägverket Region Skåne
Agneta Staaf	Banverket, södra Banregionen

Lund maj 2002

Trivector Traffic AB

Innehållsförteckning

Förord

Sammanfattning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Syfte	1
1.3 Rapportens upplägg.....	1
2. Mobility Management – en del av lösningen	3
2.1 Verkningsfulla åtgärder – finns de?	3
2.2 Vad är mobility management?	4
2.3 Mobility Management i Sverige.....	7
2.4 Mobility Management utomlands	8
2.5 Implementering av MM	9
2.6 Mobility Management och fyrstegsprincipen	10
3. Möjligheter med MM i Skåne	13
3.1 Skånska utgångspunkter.....	13
3.2 Det här görs idag	18
4. Vision, mål och uppföljning	21
4.1 Mål för handlingsplanen.....	21
4.2 Uppföljning av åtgärder	22
4.3 Använd indikatorer.....	22
4.4 Varför använda indikatorer?.....	23
5. Förslag till handlingsplan	25
5.1 Regionalt MM-kontor	25
5.2 MM i den fysiska planeringen.....	30
5.3 Demonstrationsprojekt för miljöanpassad arbetspendling	33
5.4 Virtual Mobility Center.....	38
5.5 SMART-trafikant i regionala stråk	41
5.6 Samordning av resor på landsbygd	45
5.7 MM-service på skånska Turistbyråer.....	50
5.8 MM för evenemangstrafik.....	54
5.9 Tjänstebilpooler för organisationer och företag	57
5.10 Smart fritidsåkare	61
5.11 Information om kollektivtrafiken i besöksnäringen	65
5.12 Mobility Office.....	68
5.13 Barns resor till skolan.....	72
5.14 Mobilitetssamordnare för beslutsfattare.....	77
5.15 Marknadsföring av kollektivtrafik till barn.....	80
5.16 Bättre hälsa genom att gå och cykla.....	83
5.17 Startpaket för nyinflyttade.....	87
5.18 Job Ticket.....	90
6. Förslag till genomförandestrategi.....	93

Sammanfattning

Länsstyrelsen i Skåne län har tagit initiativ till detta förslag till handlingsplan för Mobility Management i Skåne. Syftet är att ta fram ett brett underlag med förslag på projekt och åtgärder som olika aktörer i Skåne skulle kunna genomföra. I rapporten beskrivs bl a möjligheterna med Mobility Management generellt, vilka särskilda utgångspunkter som är viktiga i Skåne samt 18 olika konkreta projektförslag. Förhoppningsvis kan handlingsplanen genom att överföra kunskap, underlätta ett delvis nytt tänkande hos olika aktörer där möjligheterna med Mobility Management uppmärksammas mera än idag.

Vision för handlingsplanen

Ett förslag till vision för handlingsplanen och dess åtgärder har formulerats och den anger att *”alla människor i Skåne vid valet av sina resor tar sådana miljöhänsyn att miljöpåverkan från transporter successivt minskar. Samhället och transportsystemen i hela Skåne ska också utvecklas så att sådana val stimuleras och understöds så långt som möjligt.”*

Mobility Management – en del av lösningen

Skillnaden mellan traditionell trafikplanering och Mobility Management kan enklast sägas vara att den förra främst fokuserar på olika sätt att tillgoda efterfrågan på rörlighet utan att ifrågasätta den, medan Mobility Management försöker hantera efterfrågan. Det innebär att påverka resan eller transporten innan den har börjat.

Begreppet Mobility Management används såväl inom EU som av de flesta länder på kontinenten för att beskriva mjuka åtgärder som syftar till att på olika sätt påverka trafiken och dess tillväxt. Åtgärderna handlar främst om information, kommunikation, organisation och koordination. En enkel svensk vardagsdefinition skulle kunna lyda: *”Mobility Management är mjuka åtgärder för att påverka resan innan den börjat”*.

Möjligheter i Skåne

Utifrån tidigare studier samt via samtal med ett 20-tal nyckelpersoner i Skåne diskuteras i rapporten viktiga regionala utgångspunkter för Mobility Management. Till utgångspunkterna hör bl a trafik- och miljötillståndet i Skåne (korta avstånd, omfattande pendling, relativt stor befolknings- och trafiktillväxt, trängsel etc), miljömålsarbetet ”Nya miljömål för Skåne”, ökad integration i Öresundsregionen och det skånska utvecklingsprogrammet ”skånsk livskraft”. Sammantaget finns det många positiva förutsättningar och drivkrafter i Skåne vad gäller möjligheterna att bedriva ett framgångsrikt arbete med Mobility Management.

Handlingsplanens 18 olika projektförslag

I handlingsplanen presenteras 18 olika projektförslag. Projektförslagen varierar i storlek, både finansiellt och geografiskt, och är av olika karaktär för att kunna engagera många olika aktörer. För samtliga åtgärder

redovisas bl a föreslaget genomförande, målgrupper, svårigheter, möjligheter samt kostnader och effekter. Följande projekt finns beskrivna:

Regionalt MM-kontor – mobilitetskontor med regional prägel.

MM i den fysiska planeringen - ökad kunskap om möjligheterna med MM.

Demonstrationsprojekt för miljöanpassad arbetspendling – visa på bra alternativ till egen bil i särskilt utvalda stråk.

Virtual Mobility Center - en avancerad och intermodal reseplanerartjänst på internet.

SMART-trafikant i regionala stråk – individ- och behovsanpassad information om alternativ till bil samt effekter på ekonomi, hälsa och miljö.

Samordning av resor på landsbygd – samordning av kollektivtrafik i kombination med samåkning.

MM-service på skånska turistbyråer – hjälp till besökare och turister att resa miljöanpassat i regionen.

MM för evenemangstrafik – satsning på kollektivtrafiken för ökat kollektivtrafikresande till olika större evenemang.

Tjänstebilpooler för organisationer och företag – samutnyttjande av fordon i organisationer för bättre ekonomi och minskad miljöpåverkan.

Smart fritidsåkare – tävling för ökad samåkning i idrottsföreningar.

Information om kollektivtrafiken i besöksnäringen – sprid information om kollektivtrafiken på olika besöksmål.

Mobility Office – starta ett mobilitetskontor för företag/organisationer i ett nytt arbetsplatsintensivt område.

Barns resor till skolan – miljöanpassa barnens ”arbetsresor”.

Mobilitetssamordnare för beslutsfattare – miljöanpassa resorna och öka kunskapen om MM hos regionens högsta beslutsfattare enligt förebild från EU-parlamentet.

Marknadsföring av kollektivtrafik till barn – påverka framtidens resenärer.

Bättre hälsa genom att gå och cykla – påverka arbetsgivare och anställda på olika arbetsplatser att satsa på åtgärder som ger både bättre hälsa och bättre miljö.

Startpaket för nyinflyttade – info/marknadsföring av cykel, kollektivtrafik etc.

Job Ticket – smidigare hantering av kollektivtrafikbiljetter för arbets- och tjänsteresor.

Genomförandestrategi

Eftersom Länsstyrelsen inte avser att själva genomföra den föreslagna handlingsplanen är det särskilt viktigt att få andra aktörer involverade och engagerade. För att säkerställa att förslagen kommer till konkret handling föreslås följande åtgärder:

Anordna ett startseminarium för att sprida information om handlingsplanen och de olika projektförslagen.

Låt Skåne-MaTs föra handlingsplanen vidare – ett av syftena med Skåne-MaTs är att initiera och stödja projekt och därför passar handlingsplanens innehåll väl in här.

Starta det regionala MM-kontoret - flera av de övriga projektförslagen är starkt beroende av att denna åtgärd först blir en verklighet. I uppstarten bör man därför prioritera att så snabbt som möjligt finansiera och starta upp denna verksamhet.

Engagera regionala nätverk - förutom att knyta de större aktörerna på området till handlingsplanen bör även olika regionala nätverk engageras.

Glöm inte uppföljning och erfarenhetsspridning – ett viktigt syfte är att överföra kunskap. Därför är det viktigt att säkerställa att projekten följs upp och att erfarenheter sprids till andra.

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Mobility Management är mjukvaran som gör att vi får ett bättre utnyttjande av hårdvaran. Det handlar om att på olika sätt effektivisera användandet av infrastrukturen. Att öka tillgängligheten samtidigt som man minskar trafikens externa effekter.

Skillnaden mellan traditionell trafikplanering och Mobility Management kan enklast sägas vara att den förra främst fokuserar på olika sätt att tillgoda efterfrågan på rörlighet utan att ifrågasätta den, medan Mobility Management försöker hantera efterfrågan. Det innebär att påverka resan eller transporten innan den har börjat.

1.2 Syfte

Länsstyrelsen i Skåne län har tagit initiativ till detta förslag till handlingsplan för Mobility Management i Skåne. Syftet är att ta fram ett brett underlag med förslag på konkreta projekt och åtgärder som olika aktörer i Skåne skulle kunna genomföra inom en 5-årsperiod. Projektförslagen ska omfatta projekt såväl på en regional nivå som projekt som kan genomföras lokalt i en kommun eller organisation.

Förhoppningsvis kan projektet, genom att överföra kunskap, underlätta ett delvis nytt tänkande hos olika aktörer där möjligheterna med Mobility Management uppmärksammas mera än idag. Det bör också vara möjligt att genomföra flera av projektförslagen inom ramen för Skåne-MaTs, som är ett större och bredare regionalt initiativ för ett miljöanpassat transportsystem i Skåne.

1.3 Rapportens upplägg

Rapporten är indelad i fem avsnitt. Först beskriver vi vad Mobility Management är och hur man arbetar med MM i andra delar av Sverige och utomlands. Här ger vi också en kort historik och bakgrund liksom redovisar vinsterna med MM och sådant som är viktigt vid implementeringen. Du som sedan tidigare är väl insatt i området kan hoppa över detta avsnitt.

I kapitel tre går vi igenom viktiga utgångspunkter för att starta och utveckla arbetet med MM. Vad är möjligheter och svårigheter i Skåne? Vilka viktiga aktörer bör vara med? Vilka generella målgrupper och kanaler är lämpliga att rikta in sig på? Finns det genvägar? I avsnittet finns också en kort introduktion till några projekt inom Mobility Management som pågår idag.

Vi föreslår därefter, i kapitel 4, vision och mål för arbetet samt beskriver vikten av uppföljning och utvärdering av vidtagna åtgärder. I kapitel 5 redovisar vi handlingsplanen med 18 konkreta projektförslag. Allra sist, i kapitel 6, finns ett förslag till genomförandestrategi för hur projektförslagen ska kunna föras ut och startas upp av lämpliga aktörer.

2. Mobility Management – en del av lösningen

2.1 Verkningsfulla åtgärder – finns de?

För att komma tillrätta med trafikens miljöproblem finns inga Columbi ägg. Det kommer att behövas ett stort antal olika åtgärder. Inte heller är det enkelt att förbättra tillgängligheten för alla grupper i samhället eller att nå målen för trafiksäkerheten.

Tidigare har vi oftast försökt lösa trafikproblemen genom ny eller förändrad infrastruktur. Under senare år har forskning visat att det ofta inte är möjligt att bygga bort problemen. Nya vägar ökar resandet och efter ett tag behövs ytterligare nya vägar osv. De så kallade SACTRA-rapporterna¹ från Storbritannien beskriver detta fenomen, och flera andra forskare² har visat på liknade resultat:

“Every 1% increase in new lane-miles generated a 0.9% increase in traffic in less than five years. With so much induced demand, adding road capacity does little to reduce congestion.”

De flesta forskare och experter är ense om att på kort sikt är miljöavgifter av något slag det enda sättet att lösa problemet. I alla de stora utredningar om miljöanpassade transportsystem på lokal, regional och nationell nivå som vi på Trivector arbetat med, visar det sig att trots mycket omfattande åtgärder inom de olika trafikslagen (med fysiska åtgärder, satsningar på kollektivtrafik och cykel, alternativa bränslen etc.) så nås inte de uppsatta miljömålen. Enda sättet att på kort sikt nå dem är genom ökade avgifter, genom att internalisera en större del av trafikens externa effekter i transportpriset. Enligt EU:s miljöbyrå internaliserade vi 1991 i Sverige endast 47,9 % av vägtrafikens externa kostnader och infrastrukturkostnader, vilket dock var högre än alla andra länder i Europa utom Danmark³.

Idag tycks denna typ av åtgärd mycket avlägsen. Det finns en begränsad folklig förståelse för ökade transportkostnader. Det kommer att krävas en stor informations- och folkbildningsinsats för att ”marknaden” för miljöanpassade transporter skall kunna fungera. En marknad fungerar som bekant inte om aktörerna saknar full information, och det är det som saknas i form av kunskap om miljöeffekter av resandet.

På längre sikt behöver också våra värderingar och beteenden på transportområdet förändras. Mobility Management är ett bra verktyg som både

¹ SACTRA - Transport Investment, Transport and Economy, 1999, Department of the Environment, Transport and the Regions

² Mark Hansen and Yuanlin Huang, 1997, "Road Supply and Traffic in California Urban Areas," Transportation Research A, Vol. 31, No. 3, 1997, pp. 205-218.

³ TERM, 2000, Are we moving in the right direction?, Indicators on transport and environment integration in the EU.

bidrar till ökad acceptans för ekonomiska styrmedel och påverkar värderingar och beteenden i en mera långsiktigt hållbar riktning.

2.2 Vad är mobility management?

Trots att det idag inte är möjligt att införa alla de åtgärder som behövs för att åstadkomma ett miljöanpassat transportsystem finns mycket att göra.

Mobility Management innebär ett nytt sätt att tänka och är ett alternativ till ny infrastruktur eller nya restriktioner. Syftet är att påverka resan eller transporten innan den börjar. Begreppet används såväl inom EU som av de flesta länder på kontinenten för att beskriva mjuka åtgärder som syftar till att på olika sätt påverka trafiken och dess tillväxt. Åtgärderna handlar främst om:

- Information
- Kommunikation
- Organisation
- Koordination

Mobility Management kan ses som mjukvaran (attityd och beteendepåverkan) som gör att vi får ett bättre utnyttjande av hårdvaran (fysiska åtgärder). Det handlar alltså om att på olika sätt effektivisera användandet av infrastrukturen.

Definition

Mobility Management är enligt definitionerna i de europeiska forskningsprojekten MOMENTUM och MOSAIC:

”Ett efterfrågeorienterat angreppssätt för att påverka person- och gods-transporter genom att:

- *Uppmuntra användandet av miljöanpassade färdssätt*
- *Förbättra hållbar tillgänglighet för alla människor och organisationer*
- *Öka effektiviteten i transporter och markanvändning*
- *Minska trafiken genom att begränsa antal, längd och behov av motoriserat resande”*

En enkel svensk vardagsdefinition skulle kunna lyda:

”Mobility Management är mjuka åtgärder för att påverka resan innan den börjar”

Skillnaden mellan traditionell trafikplanering och Mobility Management kan främst sägas vara att den förra främst sysslat med att på olika sätt tillgodose efterfrågan på rörlighet utan att ifrågasätta den, medan Mobility Management försöker påverka efterfrågan. I tabell 2.1 visas skillnaderna mellan de två angreppssätten.

Tabell 2.1 Skillnader i angreppssätt mellan traditionell trafikplanering och Mobility Management.

Traditionell Trafikplanering	Mobility Management
Ge tillgång till infrastruktur	Påverka efterfrågan
Hårdvara	Mjukvara
End of the pipe	Vid källan
Optimera kapacitet	Påverka före resan

Nyttan med Mobility Management

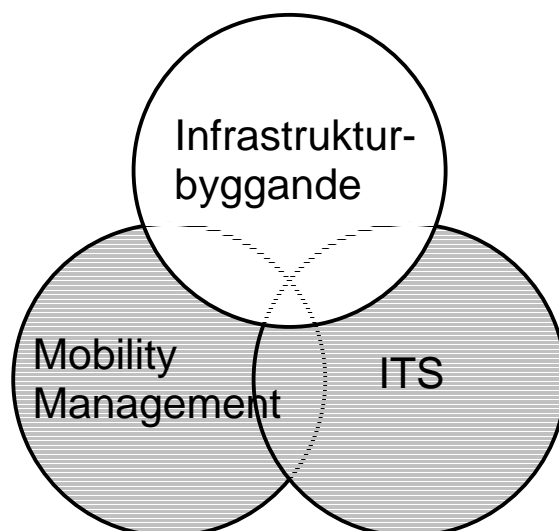
Mobility Management har i Sverige kommit att ses framförallt som miljöåtgärder. Det är i detta sammanhang viktigt att komma ihåg att nyttan med MM-åtgärder ligger på betydligt fler plan än miljö. Det kan handla om:

- Minskad trängsel
- Hälsa
- Trafiksäkerhet
- Effektivisering
- Ekonomi
- Resurshushållning
- Miljö

De första Mobility Management-projekten i USA och Holland kom till för att försöka minska trängseln på motorvägarna. Fortfarande är detta syfte ett av de viktigaste i många länder.

Mobility Management och ITS

Mobility Management och ITS (väginformatik, intelligenta transportsystem) är två sätt att lösa problem inom trafikområdet utan att behöva bygga ny infrastruktur. De båda arbetssätten överlappar varandra till en del, men all ITS är inte Mobility Management. De båda arbetssätten kompletterar däremot varandra. Detta förhållande beskrivs i figur 2.1.



Figur 2.1 *Infrastrukturbyggande, Mobility Management och ITS – olika sätt att lösa trafikproblem.*

Ett paraplybegrepp med många åtgärder

Mobility Management kan tillämpas på olika nivåer: i ett bostadsområde, i ett företag, i en kommun, en region eller för ett evenemang. I samtliga fall handlar det om att försöka påverka efterfrågan på resor, och därmed göra vinster inom miljö, kapacitet, säkerhet och ekonomi.

Paraplybegreppet Mobility Management täcker både gamla och nya åtgärder. Samåkning, distansarbete, videokonferenser, nya servicekoncept, bilpooler mm fogas samman i ett system, där nya metoder för attityd- och beteendepåverkan ingår. Mycket sker i samarbete med näringsliv och olika organisationer.

Rent praktiskt kan det handla om många olika saker som:

- samåkningsprojekt
- initiera bilpooler
- driva cykla-till-jobbet-kampanjer
- stötta projekt för lokal handel
- informera företag om cykel och kollektivtrafik
- att stötta företagens arbete med miljöanpassning av transporter etc.
- ge råd om hur enskilda, företag och organisationer kan miljöanpassa sina transporter

Ibland blir reaktionen att ”detta är väl inget nytt”. Till en viss del stämmer det. Många av de åtgärder som ingår i begreppet Mobility Management är kända och använda sedan tidigare. Det nya är att sätta användandet av dessa i system, och se dem som ett helhetskoncept av åtgärder. Nytt är också att använda dem som ett likvärdigt alternativ och komplement till traditionella trafikplaneringsåtgärder och ITS.

En av de bärande tankarna i Mobility Management är också samarbetet mellan olika aktörer. Tanken är att om man skall kunna nå varaktiga beteendeförändringar så måste man involvera olika aktörer. Det handlar här om att samverka med olika organisationer som kollektivtrafikföretag, vägverk, företag etc.

När man arbetar med Mobility Management är själva processen en viktig del av arbetet. Genom arbetssättet - samarbete med många olika aktörer - startar ofta själva arbetet nya processer som ger ytterligare effekter osv.

2.3 Mobility Management i Sverige

I Sverige har Mobility Management ofta startats som åtgärder för att åstadkomma ett miljöanpassat transportsystem. Först i Sverige med att starta ett Mobilitetskontor för att arbeta med dessa frågor var Lund som i sin LundaMaTs-utredning 1997 pekade på vikten av att även arbeta med denna typ av mjuka åtgärder. Liknande arbete hade då funnits en kort period i Karlstad. Sedan 1998 arbetar man i Lund målmedvetet med Mobility Management som en del av arbetet med införandet av ett miljöanpassat transportsystem.

Trots att vi fortfarande sitter fast i gamla föreställningar om att rörligheten är viktigare än tillgängligheten, så börjar Mobility Management, med sin betoning av just tillgängligheten, att röna ett allt större intresse. Idag finns sex aktiva kommunala mobilitetskontor i Sverige (Lund, Varberg, Kalmar, Malmö, Karlstad, Växjö), två startas inom kort (Göteborg, Borlänge) och ytterligare en handfull inom det närmaste året. Ser man det hela ur ett bredare perspektiv, så pågår MM-åtgärder i ett stort antal kommuner, inom landsting, länsstyrelser etc. Flera företag har också börjat intressera sig för Mobility Management som ett sätt att komma vidare i miljöledningsarbetet.

Officiella dokument har under det senaste året lyft fram Mobility Management som en viktig komponent i trafikpolitiken. Mobility Management finns med i propositionerna för nya miljömål, för ny klimatpolitik och senast i infrastrukturpropositionen. I infrastrukturpropositionen pekas arbetssättet ut, och för första gången i ett dokument av denna typ sägs det också att det är viktigt att påverka efterfrågan på resor. Vidare ges Vägverket i uppdrag att arbeta med åtgärder som påverkar efterfrågan på transporter:

”Regeringens bedömning: Vägverket bör arbeta med åtgärder som påverkar efterfrågan på transporter i riktning mot ett hållbart resande, dvs ett resande som är effektivare, mer miljöanpassat och säkrare än det individuella resandet med personbil. Vägverket bör i samarbete med andra aktörer utforma ett förslag till nationellt program eller en strategi för hur arbetet bör bedrivas.” Infrastruktur för ett långsiktigt hållbart transportsystem. Regeringens proposition 2001/02:20

Det är intressant att konstatera att man i Sverige nu kommit så långt att det börjar komma resultat från utvärderingar av Mobility Management-projekt.

Ska MM fortsätta att vara ett alternativ och ett komplement till att bygga nytt, så måste vi få fram ännu bättre fakta om effekterna. Utvärderingen i Lund inom MOST-projektet är ett viktigt steg i denna process.

Den första svenska webbplatsen för mobility management finns sedan början på 2001. På www.mobilitymanagement.nu hittar man både fakta och aktuell information.

2.4 Mobility Management utomlands

Mobility Management har funnits sedan början på 90-talet både i Europa och i USA. I USA kallas motsvarande åtgärder för Transport Demand Management, medan man i Europa valt Mobility Management. Det är dock först under de senaste 4-5 åren som begreppet fått en vidare spridning.

Såväl i USA som i Europa har Mobility Management tillkommit som ett försök att hitta lösningar på trängselproblematiken. I början av 1990-talet såg motorväg A4 mellan Haag-Amsterdam, och highway 15 mellan Los Angeles-San Diego periodvis mest ut som en parkeringsplats, trots försök att öka kapaciteten med nya körfält. Man började då fundera över alternativa sätt att lösa detta problem. De första TDM-projekten kom att handla om olika sätt att försöka få företagen att få sina medarbetare att samåka till jobbet. I Kalifornien är detta fortfarande en av de viktigaste åtgärderna. Här är det också lagkrav på att företag över en viss storlek skall ha en TDM-plan. Motsvarande lagstiftning finns idag också i Italien.

I Europa har arbetet med Mobility Management tagit olika riktning i olika länder. I Schweiz är bilpooler vanliga, i Österrike och Tyskland finns många städer med så kallade Mobility Centres. Dessa mobilitetscentraler har oftast sin utgångspunkt i en informationscentral för kollektivtrafiken, något som varit mycket underutvecklat i dessa länder. Även i Italien och Holland finns många mobilitetscentraler, kopplade till kollektivtrafikinformation.

Ett antal europeiska forskningsprojekt har bedrivits inom Mobility Management. Två projekt, MOMENTUM och MOSAIC lade grunden för definitioner och struktur inom MM-arbetet. För närvarande pågår uppföljaren till dessa projekt, MOST (Mobility Strategies for the next decade) som handlar om att följa upp och utvärdera olika MM-projekt.

Ett europeiskt samarbete kallat EPOMM (European Platform on Mobility Management) med 8 aktiva europeiska länder, däribland Sverige, har skapats. Svensk "focal point" är Vägverket. Länkar till de europeiska projekten, och mycket mer om MM, hittar man på www.epomm.org.

2.5 Implementering av MM

En framgångsrik implementering av Mobility Management-åtgärder bygger på en rad faktorer. Bland viktiga framgångsfaktorer kan nämnas:⁴

- Kompetens - kunskap och legal/politisk makt (eller stöd från dessa)
- Stöd i andra planer och åtgärder (transportplaner, MaTs-arbete, parkeringsstrategier etc)
- Partnerskap - samarbete med flera partners och med "rätt" partners med samma grundsyn
- Rätt marknadsföring – målgruppsanpassad information och motivation
- Exempel med hög publicitetsfaktor
- Processtänkande - MM är en långsiktig process

Kompetensen hos nyckelpersonerna är avgörande för framgången. Med kompetens avses såväl den formella kunskapen om MM som den legala/politiska makten. Det som krävs av dem som arbetar med MM är kunskap inom flera områden: trafik, teknik, beteendepåverkan, information och marknadsföring. Att skapa en grupp där dessa kunskaper kan samlas är därför viktigt. De måste också ha makt och stöd i organisationen för att genomföra förslagen. Ett bra sätt att förvissa sig om att beslutsfattarna har kunskap om vad man åtagit sig är att skriva avtal mellan olika samarbetspartners som måste skrivas under av ledningen.

Det råder konsensus om att en kombination av flera typer av åtgärder behövs, såväl fysiska åtgärder som informations- och motivationsåtgärder (incitament/regler). Det är därför viktigt att de åtgärder man föreslår inom ramen för MM stöds av andra planer och åtgärder, att åtgärderna integreras i lokala transportplaner och översiktsplaner. I Lund har t ex LundaMats varit en viktig ram för MM-arbetet. Det kan också handla om att en kommuns parkeringsstrategi ger motivation för företagen att arbeta med MM-planer för arbets- och tjänsteresor.

MM bygger på idén om integrerade koncept med flera aktörer. En viktig förutsättning är därför att hitta "rätt" samarbetspartners som har samma grundsyn, visioner och mål så att ett bra samarbete kan erhållas. Här kan man ta hjälp av redan existerande nätverk och initiativ. Ett bra sätt är att tillsätta en styrgrupp. Ett sätt att förvissa sig om att man strävar efter samma mål är att, som tidigare beskrivits, låta ledningen hos varje part skriva under ett avtal som anger vad man vill uppnå i projektet så att man inte motverkar detta syfte i något annat projekt.

Bra marknadsföring är en viktig del av MM eftersom det handlar om att påverka beteendet. Det är viktigt att ha en bra strategi för marknadsföringen och kunskap om hur denna görs på bästa sätt; t ex att använda positivt värdeladdade ord, målgrupps- och individanpassa marknads-

⁴ Resonemanget bygger bl a på erfarenheter som sammanställts inom EU-projektet MOST.

föringen och fokusera på vad individen tjänar på att använda miljöanpassade transportsystem i form av rena pengar, hälsa och liknande.

Att lyfta fram konkreta exempel med ett högt publicitetsvärde är ett bra sätt att föra ut budskapet och även få media intresserade av att delta. Att ta hjälp av goda exempel, kända personer som agerar som förebilder och är trovärdiga är viktigt för att nå ut med budskapet och skapa acceptans för MM.

Sist men inte minst: MM är en process som måste få ta tid. Det tar tid att etablera nya nätverk, partnerskap och marknadsföra nya servicekoncept. En viktig förutsättning är därför att det finns en långsiktig ambition att satsa på MM när det gäller såväl finansiering som organisation. Extern finansiering har ofta visat sig vara avgörande för att komma igång, d v s starta processen. När man kommer till implementering av åtgärderna är det viktigt att man klargjort ansvaret och att MM har stöd inom flera sektorer där den kan implementeras i den ordinarie verksamheten.

2.6 Mobility Management och fyrstegsprincipen

Vägverkets s k fyrstegsprincip är ”ett allmänt förhållningssätt i åtgärdsanalyser för vägtransportsystemet”⁵. Principen är en planeringsprincip för ”hushållning av resurser och minskning av vägtransport-systemets negativa effekter”. Den innebär att åtgärder ska prövas i fyra steg:

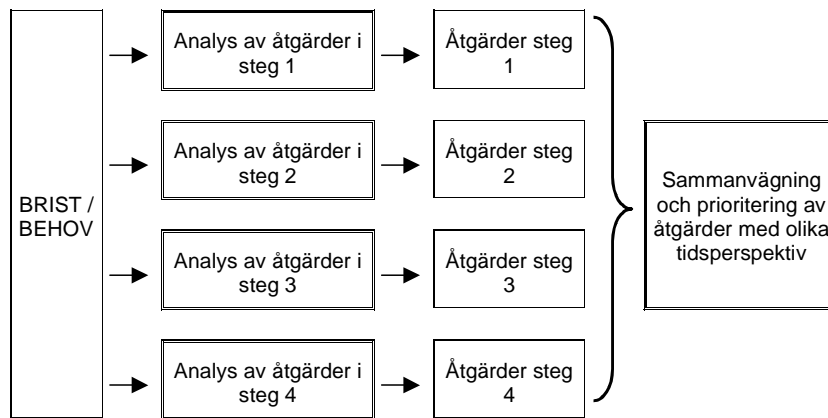
1. Åtgärder som kan påverka transportbehovet och val av transportsätt
2. Åtgärder som ger effektivare utnyttjande av befintligt vägnät och fordon
3. Begränsade ombyggnadsåtgärder
4. Nyinvesteringar och större ombyggnadsåtgärder

Syftet med detta förhållningssätt är bl a att få ett mera effektivt utnyttjande av befintliga vägar och att öka möjligheten att vidta andra åtgärder istället för infrastrukturåtgärder.⁶ Det betyder att man i steg 1 ska pröva åtgärder också *utanför* vägtransportsystemet, dvs sådant som påverkar behovet av att resa.⁷ En schematisk skiss av prövningsprincipen visas i figur 2.2.

⁵ Regeringens prop 2001/02:20 Infrastruktur för ett långsiktigt hållbart transportsystem

⁶ Detta är ett krav från samhällets sida och finns bl a uttalat i den transportpolitiska propositionen 1997/98:56 ”Transportpolitik för en hållbar utveckling”.

⁷ Vägverket, 2002, Åtgärdsanalys enligt fyrstegsprincipen, 2002-03-13



Figur 2.2 Stegvis prövning av åtgärder enligt fyrstegsprincipen. (Källa: Vägverket, Åtgärdsanalys enligt fyrstegsprincipen, 2002-03-13).

Att pröva även Mobility Management vid olika brister/behov i trafiksystemet blir naturligt om man använder sig av denna princip. I första steget: ”Åtgärder som kan påverka transportbehovet och val av transportsätt”, kan de flesta åtgärderna betecknas som Mobility Management. Även i steg två: ”Åtgärder som ger effektivare utnyttjande av befintligt vägnät och fordon”, kan Mobility Management som angreppssätt vara värdefullt.

Fyrstegsprincipen finns omnämnd i flera officiella dokument, t ex den tidigare nämnda infrastrukturpropositionen (2001/02:20). I regeringsbeslutet och direktiven till Vägverket och Banverket samt länsstyrelserna och de regionala självstyrelseorganen (bl a Region Skåne), för upprättande av nya transportinfrastrukturplaner anges också att åtgärder bör analyseras enligt fyrstegsprincipen. Av regeringsbeslutet framgår att detta även gäller för de nya regionala länsplanerna.⁸

⁸ Näringsdepartementet, Regeringsbeslut I 36, 2002-03-14, ”Uppdrag att upprätta långsiktiga planer för transportinfrastrukturen m.m.”

3. *Möjligheter med MM i Skåne*

Möjligheterna att lyckas med Mobility Management i Skåne beror på de förutsättningar som finns på olika plan, t ex geografiskt, befolkningstrukturer, miljöproblem, intresse hos viktiga aktörer, kunskapsnivå, resultat av tidigare projekt osv. I detta kapitel diskuteras ett antal sådana utgångspunkter utifrån tillgänglig litteratur samt utifrån vad som framkommit vid samtal med ett 20-tal olika nyckelpersoner i Skåne.

Fokus i beskrivningen ligger på möjligheter och eventuella hinder behandlas endast kortfattat.

3.1 *Skånska utgångspunkter*

Trafikutvecklingen i Skåne

Utifrån den tillståndsbeskrivning⁹ som nyligen genomförts inom Skåne-MaTs kan några viktiga förhållanden eller tillstånd lyftas fram:

- **Skåne har korta avstånd och stor pendling.** Jämfört med flertalet andra regioner i Sverige är avstånden korta och pendlingen mellan olika orter stor. T ex går var tredje arbetsresa över en kommungräns. Ökad pendling är också en stadigt växande trend och en viktig orsak till den pågående sk regionförstoringen.
- **Förhållandevis väl utbyggda kommunikationer.** Skåne har ett relativt sett väl utbyggt nät av vägar och järnvägar mellan orterna samt till och från angränsande regioner. Möjligheterna att kunna resa med kollektivtrafik är också goda även om det naturligtvis finns många önskvärda förbättringar.
- **Befolknings- och trafik tillväxten** är påtaglig i Skåne men fördelningen är ojämnt fördelad. Såväl befolkningen som trafiken växer mest i de områden som redan tidigare dominerade.
- **Olikheterna inom Skåne** är påtaglig på många områden, inte minst vad gäller transportutvecklingen. Olikheterna innebär bl a att en ökad miljöanpassning av transporterna i Skåne inte kan genomföras på samma sätt och med samma åtgärder överallt. Lokal anpassning är helt nödvändigt.
- **Ökat fritids- och rekreationsresande.** En generell trend är att resor på fritiden växer i omfattning och betydelse och att den tidigare situationen där arbetspendlingen var dimensionerande successivt försvagas. Många resor över Öresundsbron görs också för fritid, rekreation och inköp. T ex uppmättes mars månads (2002) toppnotering i anslutning till skärtorsdagen (drygt 11 000 fordon) då många affärer i

⁹ Skåne-MaTs - Tillståndsbeskrivning av dagens trafik och dess miljöeffekter, Trivector Rapport 2002:13

Danmark är stängda. Troligen valde många danskar att då åka till Skåne för nöje och shopping.

- **Omstrukturering av handel.** Det finns en pågående förändring i handeln med färre och större enheter vilket ger ett ökat inköpsresande. I de skånska kommunerna finns planer som omfattar mycket stora handelsytor.
- **Transittrafiken.** Skånes geografiska läge mellan norra och mellersta Europa är att transittrafiken genom regionen är omfattande.
- **Trängsel i vägnätet.** Trängsel är inte något stort problem i Skåne jämfört med t ex Stockholm eller storstadsregioner på kontinenten. Under senare år har dock köer blivit vanligare och längre till följd av trafikökningen.

Miljötilståndet i Skåne

I Skåne skapar trafiken tillsammans med lantbruket de största miljöproblemen. Av de nationella miljö kvalitetsmålen påverkar trafiken främst Begränsad klimatpåverkan, Frisk luft och God bebyggd miljö.¹⁰

Trafiken i Skåne har påverkan på miljön på såväl lokal och regional som global nivå. På den globala nivån är det framför allt utsläppen av koldioxid och andra sk växthusgaser som orsakar miljöproblem. År 2000 uppgick koldioxidutsläppen i Skåne till närmare 7 miljoner ton. Närmare hälften härrörde från transportsektorn och resten från energisektorn och industrin.

Vägtrafik och sjöfart är de också största källorna till hälsovådliga luftföroreningar som t ex kvävedioxid, svaveldioxid och partiklar. Dessa föroreningar kan ge upphov till luftvägssjukdomar men även cancer och skador på centrala nervsystemet. Hälsoriskerna är framför allt ett tätortsproblem, där den största källan generellt sett är vägtrafiken. Vidare står transportsektorn för 90% av kväveutsläppen i Skåne. Sjöfarten orsakar 50% av svavelutsläppen då den använda oljan har en relativt hög svavelhalt jämfört med exempelvis bensin och diesel. Trafiken står för en stor del av de allra minsta och farligaste partiklarna (PM₁₀), dock finns inga mätningar eller beräkningar som kan ge några precisa uppgifter.

Trafiken har också negativ miljöpåverkan på flera andra områden. Hit kan räknas problem förknippade med utsläpp av olika föroreningar: försurning, övergödning, metallföroreningar, marknära ozon samt vägsalt och vägbaneslitage. Till detta kan läggas faktorer som bullerstörningar, markanvändning och stads- och landskapsbild samt säkerhetsfrågor som farligt gods och trafikolyckor. Omkring 200 000 personer i Skåne bedöms vara utsatta för bullerstörningar från trafik. 90% av bullerstörningarna kommer från vägtrafiken.

Sedan 1994 har i snitt 70 personer varje år mist livet i den skånska vägtrafiken och nästan 500 drabbats av svåra skador. Även om antalet

¹⁰ Större delen av detta avsnitt är hämtat från rapporten Skåne-MaTs - Tillståndsbeskrivning av dagens trafik och dess miljöeffekter, Trivector Rapport 2002:13

varierar en hel del mellan åren är det svårt att skönja någon tydlig tendens till ökning eller minskning.

För att påverka de ofta komplexa miljöproblemen, och orsakssambanden bakom dem, är förebyggande åtgärder och åtgärder som minskar beroendet av transporter värdefulla. Allt detta talar för att åtgärder som Mobility Management kan vara viktiga som en del i de övergripande åtgärdsstrategierna för att minska trafikens negativa konsekvenser.

Del i Öresundsregionen

Skåne som en del i Öresundsregionen är en viktig utgångspunkt för regionala MM-projekt. Hade inte den administrativa och språkliga barriären funnits hade resandet över Öresund varit långt större än idag. En ökad integrering med Själland kommer därför att ge ett ökat resande, vilket också visar på behovet av att ha en helhetssyn på transporterna och inte begränsa sig till vissa geografiska områden eller vissa samhällssektorer.

Nya miljömål för Skåne

Det regionala miljömålsarbetet, ”*Nya miljömål för Skåne*”, drivs av Länsstyrelsen i Skåne län i samarbete med många andra aktörer i Skåne (bl a kommuner, näringslivet och ideella organisationer). Förutom att utifrån de 15 nationella miljömålen, ta fram skånska miljömål, ingår också att ge förslag på åtgärder för att nå målen och att ta fram ett system för att kunna följa upp om målen uppnås.

Till arbetet har knutits olika aktörer, bl a genom s k sektorsråd. Det finns ett särskilt sektorsråd för kommunikationer där representanter för olika företag med anknytning till transportsektorn. Sektorsrådet ska som underlag till miljömålsarbetet ta fram förslag på åtgärder för att minska transporternas miljöpåverkan utifrån vad transportbranschen själva kan bidra med.

Länsstyrelsen driver idag ett flertal projekt med syfte att miljöanpassa trafiken i Skåne. Denna handlingsplan för Mobility Management i Skåne är ett sådant initiativ. Andra projekt berör eller har berört bl a transittrafiken i Skåne, markanvändning i tätort och ekonomiska styrmedel. Mera information finns på webbplatsen www.skanesmiljomal.info.

Det uppdrag som länsstyrelserna har från regeringen innebär ett fortlöpande ansvar för utveckling och uppföljning av miljömålen samt att verka stödjande för att olika åtgärder vidtas. Det innebär att Länsstyrelsen även i genomförandet av handlingsplanens projektförslag kan spela en aktiv roll, särskilt vad gäller samordning och stöd till andra aktörer.

Skånsk livskraft – Skånes utvecklingsprogram

Regionfullmäktige i Skåne har antagit ett utvecklingsprogram för Skåne kallat ”Skånsk Livskraft”. Programmet bygger på fyra mål som gemensamt ska utgöra en plattform ”på vilken Skånes utveckling ska ta avstamp och

från vilken insatser och åtgärder ska utgå”.¹¹ Miljöaspekter tas på olika sätt upp inom alla de fyra målen:

- **Tillväxt** - långsiktigt hållbar tillväxt av såväl ekonomi, näringsliv och sysselsättning som kunskap, kompetens, miljövärden, kultur, livskvalitet etc.
- **Attraktionskraft** - det ska vara attraktivt att leva och verka i Skåne för människor, företag och organisationer. Livskvaliteten ska upplevas som hög, inte minst vad gäller upplevelsen av skånska miljövärden.
- **Bärkraft** - betyder långsiktighet och ekonomisk, ekologisk och social uthållighet. Gemensamma skånska tillgångar ska brukas men inte förbrukas utan vårdas, bevaras och utvecklas.
- **Balans** – Skåne är en helhet men varje del ska utvecklas på sina egna villkor. Mångfald och likheter ska främjas och tillvaratas eftersom det är berikande underlättar den regionala utvecklingen. I begreppet balans inryms också ett jämställt samhälle och ett samhälle med mindre klyftor mellan generationer och olika sociala och etniska grupper.

Viktiga målgrupper

Att hitta ”rätt” målgrupp är avgörande för möjligheten att lyckas med MM-projekt. Några grupper som vi tror är särskilt lämpliga att påverka via MM är:

- **Arbetspendlare** – både pendlaren och miljön har mycket att vinna på ett mera miljöanpassat resande.
- **Nyinflyttade** – när man flyttar bryts många gamla vanor och då kan det vara lättare att påverka människor att pröva nya alternativ.
- **Personalintensiva företag/arbetsplatser** – många företag arbetar seriöst med transport- och miljöfrågor vilket gör att även personalens resor blir intressanta. Det kan också många gånger vara lättare att nå pendlare via arbetsplatsen än via andra kanaler. En särskilt intressant grupp är kunskapsintensiva arbetsplatser där möjligheterna till påverkan kanske är särskilt gynnsamma.
- **Barnfamiljer** – barnfamiljer har ofta ett starkt bilberoende på grund av många och komplicerade reskedjor men också till följd av bristande kunskap om alternativen. Förändrade beteenden i denna grupp har stor miljöpotential samtidigt som föräldrarnas resmönster utgör förebild för barnen.
- **Skolor, förskolor** – omvänt gäller också att barnens vilja och beteende påverkar föräldrarnas resmönster. Att påverka barn och ungdomar kan därför sägas vara en annan väg att nå både barn och föräldrar. Barn och ungdomar är också mera mottagliga för denna typ av information och kunskap.
- **Studenter** – finns inte längre bara i Lund utan på olika platser i hela Skåne. Målgruppen är inte bara stor utan även i en situation där man i sitt lärande ofta tvingas tänka ”i nya banor” ifrågasätta hur samhället fungerar.

¹¹ Region Skåne, 1999, Skånsk Livskraft – Utvecklingsprogram för Skåne

Viktiga aktörer

Med viktiga aktörer menas i detta fall sådana som skulle vara lämpliga för att driva eller aktivt stödja något eller några MM-projekt i Skåne. Inte minst viktigt är att hitta lämpliga aktörer för att nå de viktiga målgrupper som anges ovan.

- **Trafikverken**, främst Vägverket och i viss mån Banverket. De har erfarenhet av att driva denna typ av projekt och har också många kontakter med olika andra aktörer. Är också viktiga potentiella finansiärer av MM-projekt.
- **Skånetrafiken** – har på många sätt en nyckelroll för att framgångsrikt kunna driva MM-projekt i Skåne. Många åtgärder syftar till att överföra fler resor från bil till kollektivtrafiken, dvs till Skånetrafiken. Skånetrafiken är en ”operativ” enhet inom Region Skåne, se nedan.
- **Länsstyrelsen** – viktig aktör på regional nivå när det gäller att stödja och påverka andra, t ex genom nätverk och gemensamma regionala projekt. Det regionala miljömålsarbetet samt studier av markanvändning i tätorter och transittrafiken i Skåne är sådana exempel.
- **Region Skåne** – liksom Länsstyrelsen en betydelsefull regional aktör. I detta sammanhang är Skåne-MaTs ett viktigt exempel på hur regionen kan ta initiativ och driva på viktiga frågor. Region Skåne har också många andra viktiga roller, t ex som arbetsgivare och huvudman för många offentliga verksamheter (bl a Skånetrafiken).
- **Kommunerna** – Projekt som LundaMaTs visar att kommunerna kan spela en stor roll för denna typ av projekt. Deras roller och insatser måste dock differentieras utifrån deras storlek, intresse och befintliga resurser. I Skåne finns 33 kommuner varav 4 över 70 000 inv, 9 st 20-50 000 inv, 20 st 6-20 000 inv – det säger sig själv att de har mycket olika förutsättningar. Samarbete mellan kommuner, som t ex MöTs-kommunerna¹² kan vara viktiga nätverk.
- **Näringslivsanknutna nätverk** – I Skåne finns många miljonätverk knutna till företag, både branschspecifika och tvärsektoriella. Vissa har också medlemmar från universitet, forskningsinstitut och olika offentliga organ. Några exempel på sådana nätverk som skulle kunna vara pådrivande för MM-projekt är Miløre Centre, GEEP (Global Environmental & Etichal Partnership), IIIIEE (International Institute for Industrial Environmental Economics, Lunds Universitet), Öresund Environment, Sustainable Business Hub, Näringslivets Miljöchefer, Transportindustriförbundet, Åkeriförbundet, Sektorsrådet för kommunikationer, Nätverk för Transporter och Miljön (NTM), SBTA Syd (Swedish Business Travel Association) och Agenda 21-forum Skåne.
- **Universiteten och högskolorna** – har liksom Region Skåne många viktiga uppgifter av betydelse i detta sammanhang, t ex som förmedlare av utbildning/kunskap, miljöforskning, arbetsgivare och i kontakter med studenterna (direkt och via studentföreningar, nationer etc).

¹² MöTs – Ett initiativ från Vägverket där man försöker påverka både Miljö och Trafiksäkerhet i en positiv riktning, i nära dialog med olika slags trafikanter.

Många drivkrafter och några fallgropar

Det finns många positiva drivkrafter i det skånska samhället som kan underlätta olika MM-projekt. Nedan listas kortfattat ett antal sådana:

- Skåne är en kunskapsintensiv region med en hög kompetensnivå på många områden, inte minst inom miljöområdet.
- Bättre hälsa är för vissa målgrupper ett bättre argument till förändrat resbeteende än bättre miljö. Dessutom är detta ett stort problem, inte minst vad gäller sjukfrånvaro, vilket talar för att bättre hälsa också bör vara en drivkraft för arbetsgivarna.
- Åtgärder som är ”kommunalekonomiskt lönsamma” kan få stort gehör eftersom det visar på en direkt nytta för kommunerna.
- Miljöledningssystem är en viktig drivkraft i många företag och organisationer.
- Extern finansiering via KLIMP (tidigare LIP) eller liknande är många gånger en förutsättning för att MM-projekt ska bli av.
- Vägverket har offentliggjort ett nytt bidrag för att få ideella organisationer att driva projekt för ökad trafiksäkerhet och bättre miljö.
- Win-win-åtgärder/lösningar, t ex åtgärder som både ger bättre miljö för samhället i stort och bättre ekonomi för en kommun, företag eller organisation bör eftersträvas eftersom sådana projekt har större möjligheter att bli lyckosamma.
- Projektet Skåne-MaTs kan ge en allmänt accepterad grund/ram för genomföra breda regionala MM-projekt
- För Öresundsregionen finns en uttalad målsättning att den ska uppfattas som en av Europas renaste regioner (finns bl a i överenskommelsen mellan Sverige och Danmark angående Öresundsbron).

Ett par hinder eller fallgropar som identifierats är:

- Brist på tydliga direktiv och åtaganden från aktörerna/politikerna kan riskera att även goda projektidéer inte kan genomföras.
- Mycket begränsade resurser, särskilt i de mindre kommunerna, försvårar genomförandet.

3.2 Det här görs idag

Det finns många pågående projekt inom området ”hållbara transporter” i Skåne och en del av dessa omfattar även åtgärder inom Mobility Management. Olika sådana projekt och projektidéer i Skåne och på Själland har nyligen kartlagts i ett gemensamt fou-projekt mellan Miløre Centre och Region Skåne. Alla projekt har sammanställts i en databas som kommer att kunna beställas till självkostnadspris från Miløre.

Någon särskild kartläggning av projekt har inte genomförts inom ramen för det aktuella projektet utan läsaren hänvisas till den ovan refererade kartläggningen. Vi har kunnat ta del av vissa resultat från kartläggningen

och tagit hänsyn till dessa vid val och utformning av projektförslagen (se kapitel 5).

Några stora projekt av bred, regional karaktär förtjänar dock en beskrivning även här – det regionala miljömålsarbetet, Skåne-MaTs och den långsiktiga strategiska infrastrukturplaneringen. Det regionala miljömålsarbetet, ”*Nya miljömål för Skåne*”, drivs som tidigare nämnts av Länsstyrelsen i samarbete med många andra aktörer i Skåne. De många olika initiativ (strategier, planer, åtgärder etc) som pågår inom ramen för de nya regionala miljömålen bereder på många sätt väg för att åtgärder vidtas även hos andra aktörer. Se www.skansmiljomal.info för mera information.

Skåne-MaTs är ett brett samarbete kring miljöanpassade transporter i Skåne. Projektet startade med ett inledande seminarium den 25 oktober 2001 och beräknas pågå i ungefär två år. Kommuner, länsstyrelse, näringsliv och universitet/högskolor finns bland deltagarna. Skåne-MaTs ska fungera som ram för konkreta delprojekt som på olika vis handlar om miljöanpassade transporter. Projektet drivs av Region Skåne. För mera information, välj www.pm.skane.se och klicka på Skåne-MaTs.

Utifrån den transportpolitiska propositionen som kom i höstas och beslutades i december 2002 pågår nu ett intensivt arbete hos trafikverken och Region Skåne på länsnivå för att ta fram *infrastrukturplaner för perioden 2004-2015*. Banverket och Vägverket tar på regeringens direktiv fram nationella planer för järnväg och väg medan Region Skåne har huvudansvaret för utformningen av Skånes framtida regionala transportinfrastrukturplan (den s k RTI-planen). I det fortsatta arbetet lägger Region Skåne ”stor vikt vid att vidareutveckla samarbetet med de skånska kommunerna, de statliga trafikverken och andra aktörer. Näringslivsfrågor kommer liksom strategisk miljöbedömning att spela en framträdande roll”.¹³ Förslagen till planer ska lämnas in till regeringen senast 4 augusti 2003.¹⁴

¹³ Nyhetsbrev 1/2002, Region Skåne, avdelningen Planering och miljö.

¹⁴ Näringsdepartementet 2002-03-14, Regeringsbeslut I 36, ”Uppdrag att upprätta långsiktiga planer för transportinfrastrukturen m. m.”

4. Vision, mål och uppföljning

4.1 Mål för handlingsplanen

Mål för arbetet med Mobility Management i Skåne kan delas upp i vision (det vi vill uppnå långsiktigt), effektmål och projektmål. Projektmålen handlar om de mål som skall uppnås i projektet, och dessa mål är i sin tur ett medel för att nå effektmålen.

Vision

Visionen för åtgärderna i handlingsplanen bör vara:

Att alla människor i Skåne vid valet av sina resor tar sådana miljöhänsyn att miljöpåverkan från transporter successivt minskar. Samhället och transportsystemen i hela Skåne ska också utvecklas så att sådana val stimuleras och understöds så långt som möjligt.

Effektmål

Det långsiktiga effektmålet för Mobility Management i Skåne föreslås vara:

Att påverka efterfrågan på resor i hela Skåne i riktning mot effektivare resor, ökad tillgänglighet och ett minskat behov av motoriserat resande. Särskilt viktigt är att minska behovet av resor i regionala resrelationer. Detta kan göras bl a genom prissättning, utbildning, information, samråd och kommunikation som långsiktigt påverkar attityder och beteende.

Projektmål

Eftersom det vid utformningen av handlingsplanen inte finns någon aktör som tagit på sig ett huvudansvar för genomförandet av handlingsplanen och dess åtgärder är det inte relevant att ställa upp konkreta projektmål. För att visa vad som avses ges några exempel på hur projektmålen skulle kunna formuleras:

- *Inom 1 år skall minst 5 olika MM-åtgärder ha kommit igång.*
- *Inom 2 år skall minst 7 olika regionala aktörer medverka som ansvariga eller delansvariga i något av MM-projekten.*
- *Inom 3 år skall samtliga kommuner i Skåne genom utbildning fått kunskap om Vägverkets fyrstegsprincip och hur Mobility Management bör ingå som ett verktyg i den kommunala planeringen.*

4.2 Uppföljning av åtgärder

Syftet med uppföljning av åtgärder är flera. Det handlar om att kunna motivera nya miljöinvesteringar eller nedläggning av projekt, men också om att skapa bättre kunskap om effektiva åtgärder och metoder för att nå de transportpolitiska målen.

Uppföljning och utvärdering är också ett effektivt sätt att kunna sprida erfarenheter från projektet till andra organisationer och professionella (media, deltagare, opinion) liksom en förutsättning för att beskriva målluppfyllelsen gentemot verksamhetens och olika politiska och nationella mål.

Behov av uppföljning finns i alla delar av ett projekt, dvs både före, under och efter projektet, se figur 4.1.

<p>När projektet <u>startar</u> Definiera projektets syfte, målgrupp och önskade resultat Beskriv utgångsläget och nollalternativet Välj uppföljningsmått och definiera projektets operativa mål Gör en plan för uppföljning och utvärdering</p> <p><u>Under projektet</u> Beskriv löpande förändringar i projektet</p> <p><u>Efter projektet</u> Redovisa effekter i form av indikatorer Långsiktiga effekter Strategiska effekter Beskriv framgångsfaktorer och fallgropar</p>

Figur 4.1 Förslag till översiktlig arbetsgång för uppföljning och utvärdering av olika åtgärder inom handlingsplanen för Mobility Management.¹⁵

I handlingsplanen beskrivs förslag till uppföljning för respektive projektförslag, se vidare i kapitel 5.

4.3 Använd indikatorer

Uppföljning och utvärdering av handlingsprogrammet föreslås ske med hjälp av indikatorer på flera olika nivåer enligt MOST. MOST är ett EU-finansierat projekt (DG Transport and Energy, 5th Framework Programme) vars mål är att utveckla och utvärdera åtgärder inom Mobility Management. MOST innehåller både forskning och demonstrationsprojekt.

¹⁵ Källa: Förslag till system för utvärdering av åtgärder inom miljöområdet. Uppdragsgivare: Vägverket HK, Trivector Rapport 2001:50

Ett av fyra arbetsområden har som syfte att ta fram verktyg för uppföljning och utvärdering. För att kunna göra detta har man tagit fram en lista över indikatorer som ger möjlighet till inblick i resultaten av ett projekt. Indikatorerna ger möjlighet till mätning av effekten/miljönyttan på olika nivåer i projekten:

- **Nyttiga prestationer** (den enklaste nivån, som handlar om att mäta de nyttiga prestationer man utför, t ex antal möten, antal utdelade broschyrer, antal genomförda utbildningar etc)
- **Kännedom** (hur många känner till en viss service eller aktivitet)
- **Deltagande/användning** (hur många har tagit del av olika informationsaktiviteter, t ex hur många kom till bilpoolsmötet)
- **Acceptans** (hur många accepterar, har t ex gått med i bilpool)
- **Individuellt beteende** (hur många har bytt från bil till cykel, har börjat åka buss etc)
- **Systemeffekt** (hur mycket minskar CO₂-utsläppen etc)

Målet är att mäta om åtgärden leder till positiva förändringar eller inte. Modellen kan därför sägas bygga på ”riktningsanalys”, dvs pekar åtgärden i rätt riktning eller inte. Detta är ett rimligt och förhållandevis enkelt angreppssätt då det man egentligen skulle vilja mäta inte går att mäta, i vart fall inte på kort sikt. Helst bör man, förutom riktningen, också på något sätt/på någon nivå även kunna mäta hur stor förändring som åtgärden har inneburit, dvs hur stor är effekten/miljönyttan.

De olika nivåerna i modellen är mätbara på olika tidshorisonter. De första nivåerna som ”Nyttiga prestationer”, ”Kännedom” och ”Deltagande” kan förmodligen mätas inom eller i direkt anslutning till ett projekt medan de övriga blir mätbara efter hand som åtgärden börjar få genomslag. Det är också oftast först efter en tid som det blir möjligt att mäta hur stor miljönyttan är av ett enskilt projekt.

Att kunna mäta förändringar på kort sikt är ofta ett stort önskemål från projektfinansiärer, politiker och andra aktörer. Dessvärre är det ofta svårt att visa på effekter på kort sikt eftersom mycket av arbetet med MM handlar om att ändra attityder och beteende, vilket är en process som tar tid. Beroende på det enskilda projektets innehåll kan måtten för att mäta förändringen vara olika, se ingående punkter i modellen.

4.4 Varför använda indikatorer?

Tänk dig ett projekt som syftar till att minska utsläppen av hälsovådliga avgaser. Det kan vara svårt att redovisa projektets resultat genom mätningar vid en enskild gata. Avgashalterna går ej att statistiskt säkerställa på grund av skillnader i väder och vind vid olika mättillfällen. Det gör att trots att utsläppen minskat kan halterna vid projektets slut vara högre än vid föregående års mätning. Det är då lämpligare att använda en

indikator. En sådan kan till exempel vara hur många bensinbilar man har ersatt med gasbilar i projektet.

Det är ofta mycket svårt att mäta ett projekts effekt direkt mot de transportpolitiska målen eller mot de 15 nationella miljömålen. Genom att komplettera den direkta måluppfyllelsen med ett antal indikatorer är det möjligt att mäta utvecklingen utan långa tidsserier. Det går ändå att avgöra om utvecklingen går åt rätt håll, och om projektet har haft avsedd effekt.

I tabell 4.1 ges ett exempel för projektet Testresenärer i Södra Sandby, en av åtgärderna som ingår i Lunds Mobilitetskontors arbete. Projektet genomfördes under två månader (jan-febr) 2001, och en uppföljning av långtidseffekterna gjordes i december 2001.

Tabell 4.1 Utvärderingsnivåerna i MOST-modellen, tillämpade på ett exempel med Testresenärer (TR) i Södra Sandby, Lunds kommun.

Nyttiga prestationer	Kännedom	Användning	Acceptans	Individuellt beteende	Systemeffekter
Före: 3 annonser 600 broschyrer 136 brev 10 affischer	68 % i S Sandby	45 ansökte 25 valdes ut	25 påbörjade 25 slutförde	Andel koll till/från arbetet: Före: 7 % Under: 83 % 1 år efter: 30 %	2 månaders projekttid: -2600 mil med personbil -4 ton CO ₂
Under/Efter: 10 tidn.artikl. 1 TV-reportage 1 TR-möte					Uppräknat till ett år m h t uppföljning: -7000 mil med personbil -11 ton CO ₂

5. Förslag till handlingsplan

I denna handlingsplan har vi samlat 18 projektförslag med olika åtgärder. Varje projekt beskrivs med samma upplägg:

- Mål och syfte
- Målgrupp och kanaler
- Vilka som föreslås vara ansvariga
- Hur åtgärden ska genomföras
- Resursbehov
- Svårigheter och möjligheter
- Effekter
- Samverkan och samordning
- Uppföljning och utvärdering

Projektförslagen varierar i storlek, både finansiellt och geografiskt, och är av olika karaktär för att kunna engagera många olika aktörer. Valet av projekt har gjorts i samråd med referensgruppen och Skånetrafiken.

5.1 Regionalt MM-kontor

Mobility Management är ett förhållandevis nytt angreppssätt för att lösa trafikproblem. Den finns inte beskriven i organisationsscheman och befattningsbeskrivningar. För att skapa en plattform för det regionala MM-arbetet föreslår vi att ett regionalt MM-kontor startas. Detta skulle kunna drivas av flera aktörer tillsammans, och ta fasta på det arbete som redan görs inom olika organisationer.

Denna åtgärd handlar alltså om att skapa en tydlig organisation för arbetet med MM-frågorna inom regionen. Även kunskapsuppbyggnad inom offentlig förvaltning och media ingår.

Målgrupp och kanaler

Målgruppen för åtgärden är kommuner, Länsstyrelsen, Region Skåne (inkl Skånetrafiken), Vägverket, Banverket etc. De kanaler man kan använda är:

- Spridning av kunskap om MM
- Integrera MM i interna policydokument
- Genomföra intern utbildning och kompetensutveckling i MM
- Göra MM till en naturlig del i verksamhetsplanering och budgetprocessen

Vem ansvarar?

De tre huvudaktörer Region Skåne (inkl Skånetrafiken), Vägverket samt de skånska kommunerna föreslås dela på ansvaret.

Hur ska åtgärden genomföras?

Ett mobilitetskontor som plattform för det regionala MM-arbetet får tre huvuduppgifter:

1. Driva regionala MM-projekt, t ex kring pendling
2. Initiera och vara katalysator för kommunala MM-projekt
3. Stödja MM-projekt i olika organisationer

Mobility Management bygger på samverkan mellan olika aktörer. Vi föreslår därför att tre aktörer på sikt delar på huvudansvaret för mobilitetskontoret:

- Region Skåne (genom Skånetrafiken och Planering och miljö)
- Vägverket
- Skånes kommuner

Dessa tre aktörer är naturliga som huvudaktörer i flera avseenden:

- **Region Skåne** svarar genom **Planering och Miljö** för kompetens när det gäller regionala frågor, och genom **Skånetrafiken** för den kollektivtrafik som är mottagare av en del överförda bilresor.
- **Vägverket** har sektorsansvar för vägtransportsystemets tillgänglighet, trafiksäkerhetsstandard och miljöeffekter. Därför är det naturligt att Vägverket är en av aktörerna i ett regionalt mobilitetskontor.
- **Skånes kommuner** är naturliga aktörer eftersom den största delen av Mobilitetskontorets projekt kommer att förutsätta deltagande av en eller flera kommuner.

På sikt tror vi att även andra aktörer kan komma till, som till exempel Banverket.

Vi tror att Skånetrafiken och Vägverket är de två organisationer som först kan komma igång i det gemensamma Mobilitetskontoret. Båda dessa organisationer har redan idag verksamhet som är att betrakta som Mobility Management.

Extern experthjälp anlitas för hjälp med utbildning, kompetensutveckling och uppbyggnad av mobilitetskontor. Extern hjälp är viktig inte minst för att dra fördelar av erfarenheter från mobilitetskontor i Sverige och runt om i Europa.

Startskedet är ofta projektbaserat. På så sätt har de kontor som finns idag i Sverige byggts upp. Efterhand kan man bygga upp en mer permanent struktur. Vi föreslår att Mobilitetskontoret i ett första skede bemannas med 3 personer varav en vardera med trafikkompetens, en med miljöinriktning och en med kommunikationskompetens.

Huvuduppgiften är att starta och driva projekt

Mobilitetskontoret arbetar i första hand med att starta, stötta och driva projekt inom Mobility Management. Erfarenheten från Lund och andra Mobilitetskontor visar att detta sätt ger ett effektivare resursutnyttjande än en allmän informationssatsning.

Genomför utbildning i MM

För att effektivt kunna vidta åtgärder inom MM inom regionen föreslår vi att Mobilitetskontoret som en av de första uppgifterna tar fram ett utbildningspaket som riktar sig till de målgrupper som bör ha kunskaper kring Mobility Management (inom deltagande organisationer och andra viktiga organisationer).

Koppla organisationernas MM-arbetet till Mobilitetskontoret

Vi föreslår att det inom stiftarorganisationerna Vägverket, Region Skåne (Skånetrafiken och Planering & miljö) och Skånes kommuner utses en ansvarig person för Mobility Management: enligt europeisk nomenklatur en *Mobility Manager*. Personen har som uppgift att:

- Öka kunskapen om MM i organisationen
- Vara kopplingen till Mobilitetskontoret
- Ingå i Mobilitetskontorets styrgrupp
- Arbeta med utbildning och kompetensutveckling inom MM
- Vara organisationens specialist kring MM-frågor
- Bevaka MM:s roll i fyrstegsprincipen

Resursbehov

Kostnaderna består av projektledning, utbildning samt kostnader för del i Mobilitetskontoret. Kostnaderna består i huvudsak av personella resurser – här har vi räknat med ca 3 heltidstjänster. Alla kostnader delas på tre mellan Vägverket, Region Skåne (Planering och miljö) och Skånetrafiken.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Startkostnader, experthjälp	200.000	50.000	50.000	300.000
Studiebesök på MM-kontor	50.000	-	-	50.000
Intern utbildning och kompetensutveckling	100.000	300.000	400.000	800.000
Finansiering av MM-kontor	2.000.000	2.000.000	2.000.000	6.000.000
Uppföljning och utvärdering	50.000	50.000	100.000	200.000
Totalt:	2.400.000	2.400.000	2.550.000	7.350.000

Vi förutsätter en process för uppbyggnadsskedet på cirka 3 år för att införa MM-tänkandet och skapa ett mobilitetskontor. Eventuellt kan mobilitetskontorets organisation samordnas med Skånetrafikens befintliga organisation för informationspridning, marknadsföring och trafikantinformation.

Svårigheter och möjligheter

Svårigheterna med projektet ligger förmodligen i att övertyga ledare inom olika organisationer om hur kostnadseffektiva åtgärder inom Mobility

Management är. Det kommer sannolikt också finnas personer inom organisationen som uppfattar Mobility Management som ett hot. Det är därför viktigt att påtala att Mobility Management kan vara såväl ett komplement som ett alternativ till andra åtgärder.

Projektet bör ha goda möjligheter att uppmärksammas av media.

Effekter

Uppbyggnaden av ett Mobilitetskontor är en förutsättning för att nå många av de effekter som redovisas i övriga projektförslag. Här ges därför endast en generell beskrivning av vilka effekter som åtgärder inom området ger.

Tillgänglighet

Många av åtgärderna inom Mobility Management fokuserar på förbättringar av kollektivtrafiken och möjligheten att gå och cykla på korta resor. Det innebär förbättrad tillgänglighet för till exempel funktionshindrade, ekonomiskt svaga grupper samt barn och ungdomar. Ett exempel är bilpooler som kan öka tillgängligheten på ett kostnadseffektivt sätt för den nära tredjedel av hushållen i regionen som ej äger en egen bil. Även för företag i regionen kan åtgärderna vara betydelsefulla för att skapa bättre tillgänglighet och lägre transportkostnader. En viktig del är också att Mobility Management fokuserar på tillgänglighet istället för rörlighet.

Miljö

Mobility Management är ett erkänt och effektivt medel att nå miljömålen och minska transportsystemets miljöbelastning. Miljöeffekten av åtgärden består av minskade utsläpp till luft, minskad energiåtgång och bättre användning av befintlig infrastruktur. På så sätt kan behovet av smärtsamma intrång i naturområden och stadsmiljön minska.

Trafiksäkerhet

Beroende på vilka åtgärder som prioriteras kan även trafiksäkerheten förbättras. Det kan till exempel ske genom att erbjuda gratis säkerhetskontroller av cyklar vid något eller några tillfällen per år. Även bilpooler har en positiv säkerhetseffekt om nya säkrare fordon används. Ett ökat kollektivt resande ökar även det trafiksäkerheten¹⁶. En viss konflikt kan finnas om väghållaren inte vidtar och skapar tillräckliga resurser för trafiksäkerhetsåtgärder för cykeltrafiken i samma utsträckning som denna ökar i omfattning.

Samverkan och samordning

Åtgärden kräver samverkan med flera olika aktörer, främst mellan de som har det direkta ansvaret men också med kommuner, Banverket och i förlängningen med företag, föreningar och andra organisationer. Ofta får man störst effekt genom att samtidigt satsa på såväl fysiska förbättringar och Mobility Management. Mobility Management bör därför samordnas

¹⁶ UITP, International Association of Public Transport, Press release January 2002, www.uitp.com

med lämpliga fysiska åtgärder. Åtgärden med MM-kontor är en viktig förutsättning för de andra åtgärderna som beskrivs.

Uppföljning och utvärdering

Åtgärden att skapa en organisation för MM är ganska enkel att följa upp och utvärdera. Det handlar här alltså inte om att utvärdera Mobilitetskontorets arbete, utan detta kommer i ett senare skede. Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Räkning av möten som syftar till att åstadkomma ett Mobilitetskontor. Antal kontaktade anställda och antal artiklar i personaltidningar. Bokförs löpande.
2 Kännedom/kunskap	Intervjuer med anställda i Region Skåne (inkl Skånetrafiken) och Vägverket. Görs enstaka gång efter införande.
3 Användning	Antal personer som vänder sig till Mobilitetskontoret med frågor.
4 Acceptans	Mätning av hur många av de anställda på Region Skåne (inkl Skånetrafiken) och Vägverket som accepterar och tycker att den nya inriktningen med Mobility Management är bra.
5 Individuellt beteende	Antalet planer och utredningar som även innefattar MM-åtgärder.
6 Systemeffekt	Systemeffekten är den sammanlagda effekten av användarnas ändrade beteende. En indikator är hur mycket pengar som lagts på MM-åtgärder jämfört med andra åtgärder.

5.2 MM i den fysiska planeringen

Projektet MM i den fysiska planeringen syftar till att öka kompetensen om hur Mobility Management-principerna kan integreras i samhällsplaneringen på lokal och regional nivå. Detta föreslås ske genom utbildningsinsatser som seminarier och framtagande av idékatalog. Projektet förväntas underlätta för att MM tas med som en åtgärd bland alla andra enligt Vägverkets fyrstegsprincip.

En särskild del är att sprida kunskap om olika styrmedel såsom parkering och inverkan av kollektivtrafik. Målet är att skapa större förståelse för sambandet transport och bebyggelse; En ökad kunskap förväntas överbrygga de klyftor som kan finnas mellan planerare med olika kompetensinriktning och stimulera till bättre samarbete.

Målgrupp och kanaler

Målgrupper är politiker och tjänstemän som verkar inom samhällsplaneringsområdet på lokal och regional nivå: kommuner respektive regionala myndigheter såsom Vägverket, Banverket, Länsstyrelsen och Region Skåne. Budskapet ska föras ut till målgrupperna genom seminarier och utskick av material till berörda.

Vem ansvarar?

Länsstyrelsen och/eller Region Skåne (Planering och miljö), i samarbete med de skånska kommunerna, föreslås driva projektet.

Hur ska åtgärden genomföras?

Åtgärden kan ses som ett komplement och stöd till den dialog och de samråd enligt PBL som redan förs kring de regionala frågorna i översiktsplanen med kommunerna. Extern expert hjälp kan anlitas för att ta fram informationsmaterial, idékataloger eller liknande samt för att genomföra seminarier.

Projektet består av följande delar: framtagande av planeringsinstrument/-idékatalog samt spridning av informationen genom utskick och seminarier.

Idékatalog

En idékatalog som visar hur man kan arbeta med MM i den fysiska planeringen på lokal och regional nivå är ett viktigt instrument för att öka kunskapen och vässa argumentationen hos politiker och tjänstemän. Idékatalogen kan t ex bestå av att ta fram:

- Regionala och lokala strategier för transporteffektiv bebyggelselokalisering - t ex förtätning, utbyggnad i kollektivtrafikstråk, utbyggnad med hänsyn till cykelavstånd.
- Hur olika styrmedel såsom tillgång och pris på parkering respektive kollektivtrafik kan påverka planeringen.

- Hur Vägverkets fyrstegsprincip kan appliceras på planeringen i ett tidigt skede.
- Hur företagen kan påverka genom sitt val av lokalisering och vilken information kommunen bör ge för att stödja MM-principerna.

Seminarier

Dialogen är viktig för att skapa samarbete mellan kommuner inom regionen och för att uppnå bättre förståelse. Förslagsvis hålls därför ett antal seminarier på temat.

Resursbehov

Kostnaderna består till stor del av personella resurser i form av projektledning, framtagande av idékatalog samt kunskapsspridning via seminarier. En grov specifiering av kostnader anges nedan. Speciellt framtagna broschyrer, marknadsföringsmaterial, tryckkostnader för idékatalog etc har ej medtagits.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Projektledning (25%-tjänst)	125.000	125.000	125.000	375.000
Framtagande av idékatalog	400.000	-	-	400.000
Seminarier	50.000	100.000	100.000	250.000
Uppföljning och utvärdering	50.000	50.000	100.000	200.000
Totalt:	625.000	275.000	325.000	1225.000

Svårigheter och möjligheter

Det finns en mängd forskningsrapporter som berör sambandet transporter och bebyggelse. Det verkar råda konsensus om att samhällsplaneringen har stor betydelse för energikonsumtionen. Då samhällsplanering innebär en avvägning mellan många olika intressen är kunskap och enkla exempel på metoder inom MM en viktig förutsättning för att argumentera för och skapa förståelse för MM i den fysiska planeringen.

Svårigheten, men också möjligheten, ligger alltså i att skapa ett bra samarbete mellan olika planerare. I Nederländerna har man arbetat framgångsrikt med något som kallas **LTP** (Local Traffic Performance Design strategy and instrument) som är en standard för beräkning av energianvändning per hushåll med olika utbyggnadsalternativ. Denna standard har medfört att MM-tänkandet har kommit in i ett tidigt planeringsskede och genom sin tydlighet skapat större förståelse för MM. För närvarande pågår även ett EU-projekt som man kan hämta erfarenheter från: **OPTIMUM- Integrating Mobility Management in spatial planning**. Även projektet **”Markanvändning i tätort”**¹⁷ vars syfte är att utveckla en metod för analys av miljökonsekvenser vid olika lokaliseringssval av ny bostadsbebyggelse, är av intresse.

Det finns också en del goda exempel från olika städer vad gäller t ex parkeringsprinciper som förtjänar att spridas; som exempel kan nämnas

¹⁷ Länsstyrelsen i Skåne län, 2002, Markanvändning i tätort

Lunds kommun och Oslo som har policier som medger minskade parkeringsnormer om kollektivtrafikstandarden är hög.

Finansiering utifrån för kunskapsspridningen är förmodligen en viktig förutsättning; Många mindre kommuner har inte själva resurser för att arbeta med dessa frågor. Större kommuner kan säkert bidra med kunskap.

Effekter

Tillgänglighet

Åtgärden har en positiv effekt på tillgängligheten. Hur vi planerar bebyggelse och trafik har stor betydelse för våra resmönster. Med en ökad kunskap och med bättre metoder som uppmärksammar transporter i ett tidigt skede i planeringen ökar förutsättningarna för att skapa en god tillgänglighet med samtliga transportslag.

Miljö

Åtgärden har en positiv effekt på miljön. Hur vi samplanerar bebyggelse och trafik har stor betydelse för energikonsumtionen även om effekterna är svåra att kvantifiera. Erfarenheter från de holländska LTP-pilotprojekten för utvecklande av nyutbyggnad och rekonstruktion av olika stadsdelar visar på en besparing på mellan 2 och 40 % i energikonsumtion vid användande av LTP-indikatorer jämfört med hur man planerat utan att ta hänsyn till dessa. Även länsstyrelsens metod i projektet ”Markanvändning i tätort” visar på stora skillnader vid olika alternativa lokaliseringsval av ny bebyggelse.

Trafiksäkerhet

Åtgärden bedöms ha positiv effekt på trafiksäkerheten genom att transportbehovet och reslängden minskar samt genom att man får ett ökat kollektivresande.

Samverkan och samordning

Kunskap kan bl a hämtas genom EU-projektet OPTIMUM och de holländska erfarenheterna av LTP. Erfarenheterna från projektet ”Markanvändning i tätort” bör man också ta fasta på.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1	Nyttiga prestationer
2	Kännedom/kunskap
3	Användning
4	Acceptans
5	Individuellt beteende
6	Systemeffekt

5.3 Demonstrationsprojekt för miljöanpassad arbetspendling

Många av de skånska kommunerna arbetar idag för att skapa nya pågatågsstopp och nya, förbättrade kollektivtrafikstråk. Dessutom byggs bostadsområden i lägen där det finns goda förflyttningmöjligheter utan att invånarna ska behöva använda bilen. Det kan emellertid vara svårt att nå ut med information om utbudet till invånarna, speciellt om de redan har bil och är vana vid att bilpendla. Därför kan det behövas ett heltäckande demonstrationsprojekt för att göra invånarna uppmärksamma på alternativen till pendling utan bil.

Målgrupp och kanaler

Målgruppen för detta åtgärdsförslag är arbetspendlare mellan två orter där det finns möjlighet att åka kollektivt och/eller cykla men där bilpendlandet trots det är högt. Pendlarna nås på sin bostadsort via information direkt till hushållen och via möten. Orterna bör inte ligga för långt ifrån varandra, för att det ska finnas potential för projekt av typen *Hälsotrampare*. Det bör även finnas bra vägar och underlag för kollektivtrafik. I och med att det är ett demonstrationsprojekt är den massmediala kontakten av stor betydelse. De resultat som framkommer bör presenteras både för de berörda invånarna men även regionalt.

Vem ansvarar?

Skånetrafiken tillsammans med berörda kommuner.

Hur ska åtgärden genomföras?

Demonstrationsprojektet genomförs i ett stråk där arbetspendlingen är omfattande och där det är möjligt att utveckla kollektivtrafiken eller andra alternativ såsom cykling och samåkning. Det är viktigt att demonstrationsprojektet är heltäckande med lösningar inom flera delar av transportsystemet för att täcka olika behov. Tänkbara stråk är sträckorna Bjarred-Lund eller Lomma-Lund, där idag en stor del av pendlingen sker med bil, trots att avståndet inte är stort och kollektivtrafikförbindelserna är relativt gena. Andra lämpliga stråk är Åhus-Kristianstad, Helsingborg-Höganäs och Malmö-Höllviken.

Ett liknande demonstrationsprojekt som genomförts i LundaMaTs har haft fokus på Hälsotrampare och Testresenärer i S Sandby. Erfarenheterna från detta projekt kan vara värdefullt att ta hänsyn till i nya projekt.

Förstudie

I ett första skede är det lämpligt att välja ut ett stråk där potentialen till ett mer miljöanpassat resande är stor. Urvalet kan lämpligen göras utifrån tillgänglig statistik om befolkning, arbetsplatser etc hos Region Skåne. Valet bör också ske i samråd mellan berörda kommuner, Skånetrafiken och eventuellt även andra delar inom Region Skåne. Om det finns utrymme och intresse kan flera demonstrationsprojekt startas upp i olika delar av Skåne.

Huvudstudie: kartläggning, analys och åtgärder

Stråket kartläggs noggrannare och en analys görs av vilka åtgärder som ska prövas. Invånarna kontaktas via en enkät med information om projektet och de olika åtgärderna som kan komma att realiseras. I enkäten kan man även ta tillfället i akt att fråga om resvanor och vilka av åtgärderna invånarna föredrar och skulle använda. Ett inledande informationsmöte på orten kan vara lämpligt. Invånarna känner sig då mer involverade och blir förhoppningsvis intresserade av att delta.

Exempel på åtgärder kan vara samåkning, cykelmotivation, testresenärer i kollektivtrafiken, förbättrad kollektivtrafik samt "Guaranteed Ride Home". Uppföljning av alla projekten är av stor vikt. T ex kan det vara lämpligt att för alla deltagande undersöka hur mycket pengar de har sparat. Nedan beskrivs de olika åtgärderna kortfattat, men med förutsättning att de har blivit valda av invånarna som intressanta:

- **Samåkning:** Istället för att de som pendlar med bil ska resa ensamma till arbetsplatsen skapar kommunen en träffpunkt (på Internet eller vid en central plats i orten) där pendlarna kan finna respartners. Om så behövs kan kommunen bistå med information om hur samåkning oftast sker (betalning etc.). Om det finns en lämplig existerande plats för pendelparkering är det en fördel, annars måste en sådan anläggas. En FoU-rapport¹⁸ om samåkning visar att 80 % av de som samåker är arbetskamrater. Därför är det lika viktigt att samåkningen sker mellan personer som har ungefär samma slutdestination, och inte bara att de bor nära varandra.
- **Cykelmotivation:** Om avståndet mellan de två orterna är mellan 5 och 10 km kan det finnas underlag för ett s k Hälsotrampar-projekt där deltagarna får cykelpendla till jobbet. Detta projekt har redan genomförts för pendlare mellan S Sandby och Lund i LundaMaTs. Genom informationsmöte, dagstidningsannons eller enkäten som går ut kan invånarna erbjudas att gå med i projektet. I anmälan får invånarna ange uppgifter om sig själva och hur de brukar ta sig till arbetet, avstånd till arbetet med mera. Lämpligen bör också personernas fysiska tillstånd variera för att förtydliga den goda effekt cykling har på kondition och prestationsförmåga. Genom att låta media följa hälsotramparna under projektets gång (t ex ett år) kan man förmedla de positiva effekter som en ökad vardagscykling har på miljön, för den egna hälsan och för privatekonomin.
- **Testresenärer:** Projektet är inriktat på att få en utvald grupp boende på orten att åka kollektivt istället för bil mellan hem och arbete. De intresserade kan troligen nås via enkäten som skickas ut. För att locka personer att vara med kan kommunen, eller ett eventuellt mobilitetskontor, stå för månadskortskostnader. En lämplig provlängd är mellan ett par månader och ett helt år. Det är viktigt att projektet följs upp

¹⁸ Spontan samåkning – framgångsfaktorer och effekter. Rapport 2002:7. Trivector Traffic AB.

kontinuerligt och att det får massmedial uppmärksamhet. I LundaMaTs har ett drygt 40-tal personer varit testresenärer och kännedomen är stor. I Södra Sandby, där satsningen varit som störst, känner drygt 65 % till projektet. I övriga kommuner känner mellan 25 %-40 % till det.

- **Förbättrad kollektivtrafik:** En anledning till att så många bilpendlar är att kollektivtrafikutbudet inte är tillräckligt, vilket i sin tur beror på att så många bilpendlar. För att komma till rätta med denna onda cirkel är det av stor vikt att utbudet förbättras och att invånarna får information om förändringarna. Turerna måste vara gena, snabbgående samt gå ofta för att pendlarna inte ska förlora för mycket tid jämfört med om de kör bil. Hög turtäthet är också viktigt för att pendlarna ska ha en tillräcklig flexibilitet. En hög standard på fordonen är viktigt för att få pendlarna att känna sig mer motiverade till att åka med. Då kan de dessutom utnyttja tiden bättre genom att t ex läsa eller vila. Det är betydelsefullt att även anslutande förbindelser fungerar och att de passar tidsmässigt.
- **”Guaranteed Ride Home”:** Fördelen med att pendla med bil till jobbet är att personen har stor frihet att själv bestämma när han/hon vill åka hem, och om något oförutsett händer finns bilen där. I Nordamerika har olika företag och kommuner i flera år provat på att ha en policy som kallas ”Guaranteed Ride Home”¹⁹, en s k ”garanterad hemresa”. Denna tjänst går ut på att förse t ex buss- och samåkningspendlare med en möjlighet att åka taxi, hyrbil eller tjänstebil hem om en olycka sker eller om pendlaren är tvungen att arbeta kvar längre än beräknat. På så vis behöver inte pendlaren ta bilen till jobbet ifall något oförutsett skulle hända. Den berörda kommunen skulle i detta fall kunna göra en provomgång med ett antal pendlare för att undersöka hur stora kostnaderna skulle bli under ett år. På refererad webbplats finns exempel på kostnader.

Resursbehov

Det är svårt att ge en uppskattning av budgeten: det beror på hur många fysiska åtgärder som vidtas etc. Nedan har en uppskattning gjorts som specificerat de personella resurserna för projektledning, enkätstudien som här beräknats omfatta drygt 1000 invånare samt olika åtgärder.

Samåkningsåtgärden innebär information via Internet och broschyrer. Kostnadsuppskattningen för Cykelmotivation och Testresenärer utgår från erfarenheter från Hälsotrampar- respektive Testresenärsprojekt i Lund m fl orter. I det ingår rekrytering, information, utrustning, motivationsåtgärder, uppföljning mm. ”Guaranteed Ride Home”-projektet är också svårt att uppskatta, bl a beroende på antalet deltagande, vilken typ av ersättningsfordon som ska användas och om deltagarna själva kan bidra med en del av utgifterna.

¹⁹ Guaranteed Ride Home – A backup for commuters who use alternative modes. TDM Encyclopedia, Victoria Transport Policy Institute. <http://www.vtpi.org/tm/tm18.htm>

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Projektledning (25%-tjänst)	125.000	125.000	125.000	375.000
Enkätstudie, analys (1000 pers)	300.000	-	-	300.000
Samåkning- information	150.000	50.000	50.000	250.000
Cykelmotivation (10-15 pers/år)	500.000	500.000	500.000	1.500.000
Testresenärer (10-15 pers/år)	400.000	400.000	400.000	1.200.000
Förbättrad kollektivtrafik*	400.000	400.000	400.000	1.200.000
Guaranteed Ride Home	150.000	150.000	150.000	450.000
Uppföljning och utvärdering	50.000	50.000	100.000	200.000
Totalt:	2.075.000	1.675.000	1.725.000	5.475.000

*) summan avser per år, räknat på 6 nya dubbelturer per vardag med en körsträcka på ca 10 km enkel väg. Ökade biljettintäkter ingår ej.

Svårigheter och möjligheter

Svårigheterna med åtgärdsförslaget ligger förmodligen i att finna en kommun som har möjlighet till finansiering av de olika delprojekten. Förslaget bör emellertid ha goda möjligheter att uppmärksammas av media, vilket kan underlätta marknadsföringen och öka efterfrågan.

Effekter

Genom att fler cyklar, samåker och åker buss till arbetet kan flera positiva, men svårkvantifierade, nyttor erhållas. Exempel på nyttor är minskade transportkostnader, minskat behov av parkeringsplatser och förbättrad hälsa.

Tillgänglighet

Projektet har flera positiva tillgänglighetsaspekter. Personer i bilfria hushåll får lättare att ta sig till sin arbetsplats. Vidare minskar behovet av parkeringsplatser. Vissa företag skulle då istället för att betala för parkeringsplatser bidra till sponsring av dem som inte använder bilen till jobbet. Dessutom bidrar projekt som "Guaranteed Ride Home" till att tillgängligheten ökar för de som pendlar med alternativa transportmedel.

Miljö

Varje deltagare i denna åtgärd bedöms kunna motivera åtminstone ett antal andra personer att prova eller på mer regelbunden basis använda andra transportmedel än bil till arbetet. På så sätt har åtgärden relativt stor möjlighet att bidra till minskad miljöpåverkan från transporter. Den direkta miljöeffekten av åtgärden består av minskade utsläpp. Med t ex tio Hälso-trampare som har ett medelavstånd till arbetsplatsen på ca 7,5 km, och som låter cykeln ersätta bilen 95 % av alla dagar av årets ca 225 arbetsdagar, blir den totala effekten ca 3200 mil/år och ca 7 ton koldioxid per år.

Trafiksäkerhet

Åtgärden bedöms ha liten påverkan på trafiksäkerheten.

Samverkan och samordning

Åtgärden kräver samverkan med flera olika aktörer, främst kommunerna och Skånetrafiken. Troligen får man störst effekt genom att samtidigt satsa

på flera åtgärder, t ex fysiska förbättringar, ITS-åtgärder, ökad kollektivtrafik och Mobility Management. Åtgärden kan samordnas med andra här föreslagna åtgärder, såsom t ex *SMART-trafikant i regionala stråk*.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1	Nyttiga prestationer
2	Kännedom/kunskap
3	Användning
4	Acceptans
5	Individuellt beteende
6	Systemeffekt

Antal möten, antal artiklar/tillfällen i massmedia.
Antal invånare som känner till projektet.
Antal invånare som anmäler intresse för samordning.
Antal/andel invånare som börjar respektive slutför trafik-översyn. Invånarnas åsikt om demonstrationsprojektet.
Antal invånare som uppger att de åker mindre bil idag tack vare förändringen.
Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel före respektive efter åtgärd.
Beräkning av antalet inbesparade km, utsläpp, antal färre parkeringsplatser, ökat resande med kollektivtrafiken.

5.4 Virtual Mobility Center

Mobility Management handlar ofta om påverkan på beteenden och attityder. Detta kräver oftast kommunikation öga mot öga för att ge bästa effekt. Masskommunikation fungerar sämre och kräver massiva insatser.

För att bredda basen för de som kan påverkas kan man tänka sig att på olika sätt försöka produktifiera den tjänst som Mobility Management oftast innebär. Den åtgärd som vi föreslår här är att ta fram en intelligent reseplanerare på Internet som även innehåller idéer från Smart trafikantkonceptet (som beskrivs i avsnitt 5.5).

Målgrupp och kanaler

Målgruppen för åtgärden är alla resenärer i Skåne. Den kanal som används är Internet.

Vem ansvarar?

Skånetrafiken samt det regionala MM-kontoret som föreslås i avsnitt 5.1.

Hur ska åtgärden genomföras?

Skånetrafiken har redan idag en av landets bästa reseplanerare på internet, se www.skanetrafiken.com. Denna bör kunna utgöra bas för den nya utvecklade reseplaneraren.

Vårt förslag innebär att reseplaneraren skall kunna ge information om resuppostring med bil, kollektivtrafik och cykel, enligt konceptet i Smart Trafikant. Detta koncept, som det använts i Lund, innebär att man för olika kombinationer av bostadsområden och större arbetsplatser, tagit fram resuppostringen för bil, buss och cykel. Denna har man beskrivit, inte bara i tid, utan också i pengar, hälsa och miljö. På detta sätt får man många fler argument för att ändra sin resa. Olika människor tar till sig olika argument. Även kombinationsresor mellan olika trafikslag, t ex kollektivtrafik-cykel, är intressanta att kunna jämföra med motsvarande bilresa. Konkurrenskraften kan förmodligen stärkas i många resrelationer om kollektivtrafiken kombineras med cykel.

Det pågår för närvarande ett stort antal projekt och initiativ med liknande syfte som det vi här föreslår. Projektet bör därför samordnas med dessa i så stor utsträckning som möjligt. Nedan presenteras projekten:

STINS – Strategi för trafikantinformationsservice. Banverkets projekt, där Trivector som konsult skall ta fram en strategi för Banverkets framtida trafikantinformation. Här kommer vi bl a att göra en studieresa i april för att besöka DETR i England för att diskutera deras ”Transport Direct”, som är departementets initiativ till en landsomfattande färdmedelsövergripande reseplaneringstjänst.

Nordisk multimodal reseplanläggare: Nordiska Ministerrådets projekt med målsättningen att utveckla en ”demonstrator” som kan användas för att bedöma nyttan och behovet för en nordisk miljöriktig och multimodal reseplanläggningssystem.

Rikstrafiken har i sitt regleringsbrev givits ett övergripande ansvar för denna typ av verksamhet på nationell nivå. Man har nyligen startat ett projekt kring detta.

Demonstration av en reseplaneringstjänst för Borlänge: Vägverket har nyligen gått ut med en förfrågan om en förstudie till en reseplaneringstjänst med Mobility Management-förtecken.

Trafiken.nu: Vägverkets webbaserade tjänst som visar vissa ambitioner att ta med alla färdmedel. Mest pågår arbetet i Stockholm och Göteborg, men Trivector har lämnat anbud på en studie även för Skåne.

Länstrafikbolagens reseplaneringstjänster: Förutom Skånetrafiken är flera andra länstrafikbolag långt framme vad gäller olika tjänster för reseplanering.

Utländska projekt: Det pågår ett stort antal projekt av liknande karaktär ute i Europa. Det engelska **Transport Direct** är kanske ett av de mera ambitiösa, men det finns flera, som t ex tyska **DB:s reseplanerartjänst** som oftast har bättre information om svensk järnvägstrafik än SJ (se webbplatsen <http://reiseauskunft.bahn.de/bin/query.exe/en>). Tjänsten innehåller dessutom redan en jämförelse med andra färdmedel och innehåller all järnvägstrafik i hela Europa.

Andra europeiska projekt/tjänster är t ex **OVR** i Nederländerna och **Trafikanten** i Oslo-området. Det finns också flera ambitiösa fousatsningar, t ex **TAKE ÖV** i Österrike som bl a omfattar programmen ASSIST (Austrian Information Services for Travellers) och ÖVAS (Public Transport Information System).

Resursbehov

Kostnaderna består av förstudie, genomförande samt uppföljning och utvärdering.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Projektledning	50.000	100.000	50.000	200.000
Förstudie	250.000	-	-	250.000
Uppbyggnad	100.000	4.000.000	100.000	4.200.000
Uppföljning och utvärdering	50.000	50.000	300.000	400.000
Totalt:	450.000	3.150.000	450.000	5.050.000

Svårigheter och möjligheter

Svårigheterna med projektet ligger förmodligen i att hitta finansiering. Det bör dock vara möjligt genom att samutnyttja resurser med andra projekt

som är på gång. Eventuellt kan även fou-medel sökas från t ex Vägverket för delar i projektet.

Möjligheterna ligger i den spridning som man får genom Internet. Projektet bör också ha goda möjligheter att uppmärksammas av media.

Effekter

Det är svårt att kvantifiera effekterna av denna åtgärd eftersom konceptet är nytt. Däremot blir det möjligt att utvärdera systemet efterhand.

Tillgänglighet

Genom att fler människor ges möjlighet till kunskap kring olika transportmedel ökar tillgängligheten.

Miljö

Om fler människor får upp ögonen för olika färdmedels för- och nackdelar kommer fler att göra val som är mer miljöanpassade.

Trafiksäkerhet

Om fler människor väljer kollektivtrafiken så bör trafiksäkerheten öka.

Samverkan och samordning

Åtgärden kräver samverkan med flera olika aktörer, främst mellan de som har det direkta ansvaret (Skånetrafiken) men också med kommuner, Vägverket, Banverket, trafikföretag osv.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Räkning av möten etc som syftar till att åstadkomma ett Virtual Mobility Centre. Bokförs löpande. När systemet är igång antalet annonser etc för systemet.
2 Kännedom/kunskap	Intervjuer med resenärer och icke resenärer. Görs enstaka gång efter införande.
3 Användning	Antal personer som använder systemet. Räkning görs i systemet.
4 Acceptans	Mätning av hur många som accepterar och tycker att systemet och den information man får är bra. Enkät.
5 Individuellt beteende	Antal personer som gjort ett annat färdmedelsval genom att använda systemet. Mäts med enkät.
6 Systemeffekt	Systemeffekten är den sammanlagda effekten av användarnas ändrade beteende. En indikator är det individuella beteendet. Räknas upp.

5.5 SMART-trafikant i regionala stråk

Smart trafikant är en upplysningskampanj mot större arbetsplatser i regionen för att nå de anställda som pendlar med bil och visa på alternativ till bilen. Grundtanken är att informationen ska vara så individanpassad och lättillgänglig som möjligt; Det ska finnas argument som passar alla - hälsa, miljö, ekonomi eller trafiksäkerhet. I samband med detta finns det även möjligheter att göra fysiska förbättringar (i stråken eller på arbetsplatsen) som underlättar användandet av alternativen.

Målgrupp och kanaler

Målgrupper är anställda på större arbetsplatser som pendlar med bil till arbetet. Avgränsning görs till ett eller flera regionala stråk mellan större arbetsplatser och bostadsområden där ett stort pendlingsunderlag medför att det finns goda förutsättningar för att marknadsföra alternativ som t ex kollektivtrafik och cykel. Arbetsplatserna är en viktig kanal för att nå ut med informationen. På större arbetsplatser når man många på ett relativt enkelt sätt. Exempel på en stor arbetsplats som man skulle kunna arbeta med är Perstorp.

Vem ansvarar?

Det regionala mobilitetskontoret (se avsnitt 5.1) föreslås driva projektet. En arbetsgrupp bildas som består av representanter från Skånetrafiken, Vägverket, berörda kommuner och mobilitetssamordnare på arbetsplatserna. Extern experthjälp kan anlitas för att ta fram underlag för kommunikationsplan och marknadsföring med mera.

Hur ska åtgärden genomföras?

Projektet omfattar tre delar:

Förstudie: identifiera målgruppen arbetsplatser

Den första delen handlar om att identifiera målgrupperna utifrån de regionala stråk mellan större arbetsplatser och bostadsområden där det finns goda förutsättningar för att marknadsföra alternativ som t ex kollektivtrafik, cykel och samåkning och där bilanvändandet är högt. Som underlag för detta urval används Region Skånes statistik om pendling, boendetäthet respektive arbetsplatstäthet. Intresse från företagen är naturligtvis en annan viktig urvalsparameter. För att uppnå bra resultat är det en fördel om arbetsresorna ingår i ett miljöledningsarbete och förutsätter att det finns en vilja hos företaget att satsa på förbättringar som syftar till att minska arbetspendlandet med bil.

Undersök respektive arbetsplats förutsättningar och genomför förbättringar

På varje företag görs inledningsvis en undersökning om resvanor och de möjligheter som finns för pendling med olika alternativ; det kan t ex vara kollektivtrafik, cykel, samåkning, Park&Ride. I samband med detta undersöks också möjligheterna till förbättringar, såväl fysiska åtgärder som

informationsinsatser när det gäller t ex kollektivtrafik och cykeltrafik på arbetsplatsen respektive längs stråket. För det senare är Skånetrafiken, Vägverket och respektive kommuner centrala samarbetspartners. För de som samåker eller inte har något rimligt alternativ till egen bil kan även ett åtgärds paket som uppmuntrar till sparsam körning genomföras. Här finns koppling till Vägverkets SPARK-projekt som bl a bedrivs inom MÖTs.

Marknadsföring till målgruppen

Marknadsföringsinformation tas fram om de olika alternativen som finns för pendling i stråken. Informationen kan bestå av:

- Jämförelse av restider med kollektivtrafik, Park&Ride, samåkning och egen bil.
- Jämförelse av effekterna avseende miljö, hälsa, ekonomi och trafik-säkerhet.
- Praktisk information om de olika alternativen (tidtabeller, kartor etc). Informationspaket liknande de som föreslås i avsnitt 5.17.

En mobilitetssamordnare på respektive arbetsplats utses som kan svara på frågor frågor och dela ut information om praktiska saker såsom var hållplatser, parkeringar, tidtabeller och cykelväg finns. Samordnaren sitter med i arbetsgruppen.

Förebilder är viktigt och kan liksom media spela en viktig roll när det gäller att skapa ett socialt tryck. På den enskilda arbetsplatsen kan det handla om att chefen föregår med gott exempel och att det skrivs en notis om denne i personaltidning/på intranät eller på anslagstavla. För att locka media till att skriva om projektet kan man ta hjälp av lokala kändisar, kanske någon politiker?

Resursbehov

Kostnaderna består av projektledning, utrednings- och utvärderingsarbete, samt kostnader för datainsamling och informationsmaterial. Nedan har ett försök till specificering gjorts som bygger på att målgruppen utgörs av två-tre arbetsplatser och runt 1000 anställda. Kostnader förbättringar på arbetsplats respektive i stråk ingår ej.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Projektledning (25%-tjänst)	125.000	125.000	125.000	375.000
Förstudie	50.000	-	-	50.000
Förslag till förbättringar	150.000	-	-	150.000
Framtagande av information, distribution	300.000	20.000	20.000	340.000
Uppföljning och utvärdering	20.000	50.000	80.000	200.000
Totalt:	645.000	195.000	225.000	1.115.000

Det finns begränsade erfarenheter av denna typ av projekt. I Lunds kommun samordnas projektet med andra varför det inte gått att särskilja kostnaderna för Smart trafikant. Resurser för att grundligt följa upp och utvärdera projektet är därför viktigt. På så sätt kan erfarenheter av projektet spridas vidare.

Svårigheter och möjligheter

Det råder konsensus om att en kombination av fysiska åtgärder, information och motivation ger bäst resultat. Det bör därför finnas en stor potential för denna typ av projekt där de fysiska förutsättningarna finns eller ges tillsammans med information och motivation i form av effekter på miljö, hälsa, ekonomi eller företagets miljömål.

Positiva erfarenheter från liknande projekt finns i Lund - ”**Smart Trafikant**”- där man hittills genomfört projektet på tre större arbetsplatser. Resultatet visar att cykeln är ett fullgott alternativ till bilen i staden, om man ser till tidsaspekten. Projektet visade också att bussen och cykeln i de flesta fall innebär betydande ekonomiska vinster. Informationen var mycket uppskattad av de anställda. Ett annat exempel är **MIMOSA** som är ett nyligen uppstartat samarbetsprojekt mellan sjukhuset MAS och Region Skåne.

Projekten ovan har möjliggjorts tack vare finansiering utifrån (LIP-pengar etc). Samarbetet med Skånetrafiken har i båda fallen varit en viktig förutsättning. Samarbetet mellan Vägverket, Skånetrafiken, berörda kommuner och arbetsplatser är avgörande. Dessa måste ha resurser och intresse för att förbättra alternativen. För arbetsplatserna handlar det om att de kan sätta in arbetsresorna i ett miljöledningssystem och har en mobilitetssamordnare (kanske samma som är miljösamordnare) som är engagerad och följer upp projektet.

Effekter

Tillgänglighet

Åtgärden bedöms ha positiv effekt på tillgängligheten. Genom att de anställda får tillgång till god information om olika färdmedel kan de välja det eller de färdmedel som passar bäst. I förlängningen kan ett ökat kollektivtrafikresande även innebära möjlighet till högre standard och därmed bättre tillgänglighet för flera, även utanför projektet.

Miljö

Åtgärden har positiv effekt på miljön. Generellt kan sägas att informationsåtgärder är kostnadseffektiva i jämförelse med infrastrukturåtgärder. Erfarenheter visar t ex att direktbearbetningskampanjer betalar sig efter 1-5 år²⁰. Räkna man med samhällsekonomiska vinster som minskade utsläpp bör återbetalningstiden bli ännu kortare.

Utvärderingen i Lund visade på ett negativt resultat vad gäller resvanorna (färre cyklisterna), vilket kan bero på att man inte korrigerat för väderlek. Däremot var projektet mycket uppskattat; erfarenheten är att många inte vet var de kan få tag i rätt information, eller hur man t ex läser en tidtabell. Det bör alltså finnas en stor potential för projektet.

²⁰ Socialdata, 2000, Individualiserad marknadsföring i Majorna och Torslanda, Göteborg Perth, Australia (www.travelsmart.transport.wa.gov.au; www.socialdata.de)

Individuell marknadsföring²¹ har bedrivits med positiv effekt på resandet i Göteborg, Österrike och Australien. Ett första försök gjordes i Perth i Australien år 1997 då 800 hushåll kontaktades. Effekten var en 10%-ig minskning av bilresor till fördel för gång-, cykel- och kollektivtrafik. Senare utvärderingar visade att effekten höll i sig. År 2000 utökade man antalet hushåll till 8 000. Resultatet blev att bilresorna och minskade med 14 %²².

Genom projektet kan flera positiva, men svårkvantifierade, intäkter erhållas. Exempel på intäkter är minskat behov av parkeringsplatser. Det kan även påverka bilinnehavet på så sätt att man minskar behovet av bil. Detta kan i sin tur uppmuntra till ett mer flexibelt färdmedelsval som inkluderar en kombination av kollektivtrafik och bilpool istället för enbart bil. Att förändra folks beteende är en process som tar tid och effekten märks kanske inte direkt. Positiva sideffekter kan även fås för fritidsresor som inte berörs direkt i kampanjen.

Trafiksäkerhet

Åtgärden bedöms ha liten eller möjligen svagt positiv effekt på trafiksäkerheten genom ett ökat kollektivt resande och bättre information om fordonsval.

Samverkan och samordning

Eventuellt marknadsföringsmaterial bör kunna användas för flera projekt. Samordning av marknadsföringsdelen kan ske med alla projekt när det gäller att ta fram argumentkataloger, logos och layout.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

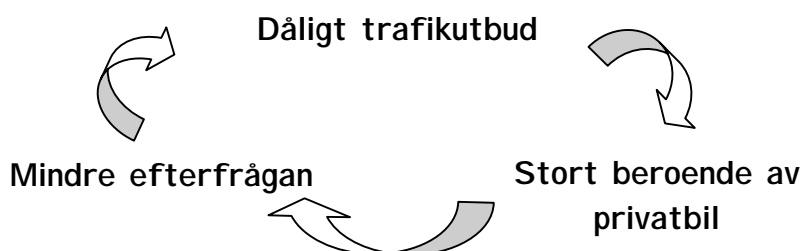
Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Antal kontaktade personer, antal distribuerade broschyrer, antal interna möten, antal artiklar i tidningar och media.
2 Kännedom/kunskap	Antal personer på arbetsplatserna som känner till smart trafikant-arbetet.
3 Användning	Antal personer som använt tjänsten- tagit del av information etc.
4 Acceptans	Antal personer som ändrat färdmedelsval.
5 Individuellt beteende	Km med olika färdmedel före och efter åtgärd.
6 Systemeffekt	Beräkning av minskning av km, utsläpp.

²¹Här kontaktar man personen i hemmet istället för på arbetsplatsen - något mer individanpassat än smart trafikant alltså.

²² Perth, Australia (www.travelsmart.transport.wa.gov.au; www.socialdata.de)

5.6 Samordning av resor på landsbygd

Under de senaste åren har kommuner och landsting uppmärksammat en ökad kostnad för framför allt färdtjänst, sjukresor och skolskjuts. Kollektivtrafiken på gles- och landsbygden är oftast oregelbunden och har låg turtäthet eftersom efterfrågan är liten. Frekvent och regelbunden trafik som kan locka nya resenärer är svårt att erbjuda. Därför måste andra lösningar utvecklas som bygger på förutsättningarna på landsbygden och som är anpassad för invånarnas behov. Annars hamnar vi lätt i en ond cirkel:



Lösningen har i många fall varit en samordning av de befintliga samhällsbetalda transporterna. Samordningen har gett ett ökat trafikutbud för samma eller mindre kostnad. I projektet ingår även att pröva andra lösningar som inte nödvändigt finns inom kollektivtrafiken. Detta kan t ex vara samåkning i olika former.

Målgrupp och kanaler

Målgruppen för denna åtgärd är främst befolkningen som bor på skånska landsbygden eller i små tätorter. Skånetrafiken har under senare år genomfört trafiköversyner i ett antal skånska kommuner med en stor del landsbygd (bl a Ystad och Trelleborg). Syftet med studierna har varit att skapa en gemensam plattform kring förandet av den framtida kollektivtrafiken. Sådana här översyner är ett bra verktyg för att förbättra kollektivtrafiken på landsbygden, och kan kompletteras med MM-åtgärder såsom samåkningsprojekt.

Vem ansvarar?

Skånetrafiken, i samarbete med andra berörda avdelningar inom Region Skåne, samt respektive kommun där åtgärden kan bli aktuell att genomföra.

Hur ska åtgärden genomföras?

Åtgärden bör fokusera på samordning av existerande trafik och samåkning. När vi i Sverige talar om samordning inom kollektivtrafiken menar vi i de flesta fall samordning av samhällsbetalda transporter och resor. Dessa består av tre huvudgrupper:

- Skolskjuts
- Färdtjänst/Sjukresor
- Linjetrafik/Kompletteringstrafik

Eftersom den samhällsbetalda trafiken kontrolleras av Skånetrafiken (främst linjetrafik/kompletteringstrafik), berörd kommun (skolskjuts och färdtjänst) samt Region Skåne (sjukresor) är det viktigt att kommunikationen är god mellan de tre parterna (Skånetrafiken är en del inom Region Skåne så på ett sätt är det endast två parter). För att undvika att översynen fokuserar mer på någon av de tre organisationernas intressen kan det vara lämpligt att utredningen genomförs av en extern konsult.

Kartläggning

För att få en uppfattning om dagens situation samlas uppgifter in om dagens trafik (linjer, turtäthet, trafikproduktion, ekonomi etc), var invånarna bor och arbetar, dagens resande och resstandard för olika slags resor och resrelationer. Denna sammanställning omfattar även den ordinarie regionala linjetrafiken, närtrafiken, färdtjänsten, skolskjutsning och sjukresorna. Vidare tar man hänsyn till prognoser för befolkningsutveckling, framtida antalet sysselsatta, ev vägutbyggnader och utvecklingen av angränsande regionala buss- och tåglinjer.

Förslag till nytt system

Med hjälp av kartläggningen kan de berörda parterna ta fram ett nytt linjetrafiksystem och lämpliga MM-åtgärder.

Det finns ett flertal exempel i Sverige på existerande samordning av samhällsbetalda transporter²³. **Kuxatrafiken** i Ockelbo kommun har samplanerat alla samhällsbetalda resor, infört nolltaxa och anpassat sig till vad entreprenörerna kan erbjuda. På så sätt har man femdubblat resandet bland vuxna och dessutom minskat kostnaderna. Samordningen gäller tidigare kollektivtrafik, skolskjutsar och färdtjänst. Ett par liknande projekt är Brukslinjen i Västmanland samt **Ringbussen** i Höör.

Som en integrerad del i samordningen av kollektivtrafiken prövas olika MM-åtgärder, t ex införande av ”byabuss”²⁴. Ett sådant projekt har genomförts i Ingared, söder om Alingsås, och även i Floda och Edsbyn. En personbilsregistrerad småbuss ställs till invånarnas förfogande i en mindre ort, ett bostadsområde eller liknande och körs därefter enligt tidtabell och förbestämda rutter. På dessa orter har projektet blivit en succé även om det finns svårigheter att hitta förare till alla körningar.

Ett vanligare alternativ till byabussen är att öka förutsättningarna för samåkning. I Skåne finns det ganska många samåkningsparkeringar, såväl sådana som är byggda och utmärkta av Vägverket Region Skåne och sådana som är mer spontant uppkomna²⁵.

²³ Miljöanpassade transporter i glesbygd – förstudie och idékatalog. Rapport 2000:79, Vägverket.

²⁴ Miljöanpassade transporter i glesbygd – förstudie och idékatalog. Rapport 2000:79, Vägverket.

²⁵ Spontan samåkning – framgångsfaktorer och effekter. Rapport 2002:7. Trivector Traffic AB.

Resursbehov

Trafiköversyner är relativt kostnadseffektiva. Kartläggning, analys och framtagande av åtgärdsförslag är den största utgiften. Därtill bör det belysas att det krävs flera möten för avstämning med/mellan Skånetrafiken, kommun, landsting (om sjukresor ska samordnas) och invånare. Det finns många berörda på olika administrativa enheter, både inom kommunen och Skånetrafiken. I vissa fall ansvarar Skånetrafiken för färdtjänst och skolskjuts, men vanligast är att Barn- och utbildningsförvaltning (eller liknande) på kommunen är ansvariga för skolskjuts medan Vård- och omsorgsförvaltning (eller liknande) är ansvariga för färdtjänst.

Det är dessutom mycket viktigt att invånarna informeras och integreras genom t ex byalagsmöten, eftersom det är invånarna – skolbarn, färdtjänstresande och pendlare – som berörs av samordningen och samåkningsmöjligheter. Två-tre interna möten med ca två anställda från Skånetrafiken, två konsulter, (2 personer från Region Skåne) och 2-5 anställda från kommunen är nödvändigt för avstämning. De allmänna mötena bör ske åtminstone både vid uppstart och vid avslutning av projektet. Totalt handlar det om drygt 5-10 möten beroende på kommun.

Nedan redovisas en ungefärlig kostnad för trafiköversyn i en kommun som innehåller kartläggning, förslag och möten. Implementering av förslag är svårt att kostandsuppskatta innan kartläggning är gjord och är därför ej medtagen.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Trafiköversyn i en kommun (kartläggning, analys, förslag, möten)	120.000	-	-	120.000
Uppföljning och utvärdering	-	-	50.000	50.000
Totalt:	120.000	-	50.000	170.000

Svårigheter och möjligheter

Den största svårigheten vid samordning av trafik i en kommun är att alla inblandade organisationer måste vilja uppnå ungefär samma resultat. Dessutom måste åtgärdsprogrammet förankras i alla organisationer. Utöver denna förankring är information till och integration med invånarna mycket viktig eftersom det är de som i slutändan ska använda kollektivtrafiken.

Såsom det verkar idag finns ett nära samarbete mellan kommuner och Skånetrafiken och de har ungefär samma mål, vilket underlättar arbetet med trafiköversyner. Ofta har man dessutom utelämnat t ex sjukresor, där invånare i många fall måste transporteras till större sjukhus i grannkommuner eller liknande, vilket underlättar samordningen. Skoltransporter är en annan del av trafiksystemet som kan vara svår att samordna, eftersom speciellt yngre skolbarn behöver komma till/från skolan vid tider som inte passar för arbetspendling. Skolskjutsning kan kartläggas i översynen, även om den inte tas med i samordningen.

Effekter

Samordning av samhällsbetalda transporter och resor har en stor potential till att miljöanpassa transportsystemet på landsbygd. Samordningen medför i många fall en högre turtäthet, genare resor och att nya områden förses med anropsstyrd buss. I projektet Kuxabussarna har detta lett till att antalet turer nästan har fyrdubblats och fem områden som tidigare saknade kollektivtrafik har fått reguljära turer²⁶. När det gäller Brukslinjen i Västmanland har resandet ökat med 36% sedan trafikstarten i slutet av augusti 2001. Samtidigt har resandet med Länstrafikens anslutande busslinjer ökat med 76%. Ringbussen i Höör, som drivs av Skånetrafiken, transporterar nu 175% fler passagerare än tidigare.

Tillgänglighet

Med en samordning av transporterna ges många landsbygdsinvånare nya möjligheter att arbetspendla. Invånare som inte har tillgång till bil eller som ej är tillräckligt gamla för att skaffa körkort får dessutom en större rörelsefrihet och kan lättare nå stad och fritidssysselsättning. En ökad samåkning främjar också tillgängligheten för dessa invånare. Med anropsstyrd busstrafik kan även personer som behöver färdtjänst få en billigare resa. Det är emellertid viktigt att bussarna i sådana fall är försedda med låggolv och andra nödvändiga attribut. Tillgängligheten ökar med andra ord för många invånare på landsbygden.

Miljö

Eftersom en stor del av landsbygdsbefolkningen tidigare har varit tvungen att förlita sig till bilen för att nå sin arbetsplats, är miljöpotentialen stor om dessa personer börjar åka buss eller samåka istället. Istället för att färdtjänst sker i taxibilar kan nu dessa resor samordnas med fler resenärer, vilket har en positiv inverkan på miljön. Jämfört med åtgärder i tätort fås vanligen relativt små effekter pga av det begränsade befolkningsunderlaget.

Trafiksäkerhet

Åtgärden har liten påverkan på trafiksäkerheten.

Samverkan och samordning

Åtgärden kräver samverkan mellan flera olika aktörer: kommuner, Region Skåne (inkl Skånetrafiken) och entreprenörer etc. Detta betyder att det är mycket viktigt att en god relation finns mellan de olika aktörerna. Samordning bör ske med den kommunala översiktsplaneringen, så att ett förstärkt kollektivtrafikutbud finns där befolkningen beräknas växa.

²⁶ Fem år med Kuxatrafiken i Ockelbo, KFB-rapport 2000:19

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

	Nivå	Förslag till indikatorer
1	Nyttiga prestationer	Antal möten, antal artiklar/tillfällen i massmedia.
2	Kännedom/kunskap	Antal kommuner som känner till projektet och vad detta innebär. Antal invånare som besöker öppna möten/byalagsmöten.
3	Användning	Antal kommuner som anmäler intresse för samordning.
4	Acceptans	Antal/andel kommuner som börjar respektive slutför trafiköversyn. Invånarnas åsikt om samordningen av transporterna. Antal invånare som uppger att de åker mer buss idag tack vare förändringen.
5	Individuellt beteende	Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel före respektive efter åtgärd.
6	Systemeffekt	Beräkning av antalet inbesparade km, utsläpp, antal färre parkeringsplatser.

5.7 MM-service på skånska Turistbyråer

De skånska turistbyråerna kan spela en nyckelroll i arbetet med MM inom turistnäringen. Genom ett strukturerat arbete med MM på turistbyråerna kan turister, besökare, kommuninvånare m fl få information om hur de tar sig till olika typer av områden och arrangemang med cykel eller med buss.

Många turister och besökare har inte tillgång till bil, vilket ökar behovet av god transportrådgivning till denna grupp för att de ska trivas under sin vistelse i Skåne, kanske stanna lite längre eller komma tillbaka vid ett senare tillfälle.

Redan idag görs en hel del på turistbyråerna i Skåne för att visa på möjligheten att cykla och åka kollektivt till olika platser inom främst det egna upptagningsområdet. Viss samordning sker även via Skånes Turistråd, se bl a www.skandetur.se. Därutöver finns informationsmaterial från lokala föreningar, t ex skriften "Åventyret väntar runt hörnet", utgiven av Lundabygdens Naturvårdsförening, där tips ges om utflyktsmål som enkelt nås med cykel eller buss.

Målgrupp och kanaler

Målgruppen för arbetet är turister, besökare m fl som besöker turistbyråer och deras hemsidor. Kanaler för informationsspridning är turistbyråerna själva, Skånes Turistråd samt naturvårdsföreningar, friluftsförbund m fl organisationer.

Vem ansvarar?

Det regionala MM-kontoret (se avsnitt 5.1) får huvudansvaret men projektet drivs i nära samverkan med Skånes Turistråd.

Hur ska åtgärden genomföras?

En arbetsgrupp bildas med representanter från det nya regionala mobilitetskontoret, Skånes Turistråd, de skånska turistbyråerna och Skånetrafiken. Merparten av det faktiska arbetet bedrivs dock ute på turistbyråerna, med stöd från mobilitetskontoret och Skånes Turistråd. Arbetet föreslås läggas upp i ett antal steg, se nedan.

1. Kartläggning av intresse och MM-arbete idag

Kartläggning av intresse för MM på turistbyråer samt hur dessa arbetar idag med information om cykel och kollektivtrafik som färdmedel till olika platser och arrangemang i Skåne.

2. Bygg vidare på det som finns och forma en strategi för det fortsatta arbetet

Med utgångspunkt i kartläggningen ovan föreslås att arbetet innebär att man bygger vidare på det som redan görs. Befintligt material sammanställs och brister eller saknade delar kompletteras. I detta steg tas en strategi för

det framtida arbetet fram, samt förslag på hur uppföljning av åtgärden kan göras. Ett exempel på vad strategin kan innehålla visas i steg 3-5 nedan.

3. Pilotprojekt på 3-4 turistbyråer

3-4 turistbyråer väljs ut för ett pilotprojekt som syftar till att visa hur turistbyråerna kan arbeta med MM, hur uppföljning kan göras samt vilka effekter som kan erhållas. Pilotprojektet förväntas inspirera de övriga turistbyråerna att starta upp liknande arbete för att underlätta för icke bilburna turister och besökare att ta sig till olika utflyktsmål och aktiviteter.

4. Utbildningsdagar för anställda på de skånska turistbyråerna

De anställda på turistbyråerna i Skåne erbjuds en heldagsutbildning om vad MM är, hur de kan använda MM i sitt arbete, vad som redan görs inom andra turistbyråer för att underlätta för besökare och turister att ta sig till olika utflyktsmål och arrangemang, samt hur de kan börja mäta effekterna av sina insatser.

5. Framtagande av kompletterande material

Med utgångspunkt från den kartläggning av befintligt material som finns och arbete som görs idag tas kompletterande material fram. Exempel på detta är t ex en skrift om utflyktsmål i hela Skåne som enkelt nås med cykel eller kollektivtrafik motsvarande "Äventyret väntar runt hörnet" för Lundabygden. För att detta material inte ska bli alltför omfattande föreslås även framtagande av tätortsspecifika skrifter inklusive kartmaterial om tätortsnära utflyktsmål som enkelt kan nås med cykel och buss. Andra exempel är olika typer av kombinationsbiljetter, t ex ett Skånekort som kan köpas för ett visst antal dagar där både kollektivtrafik och rabatter på entréer, cykelhyra etc kan ingå, jämför t ex med dagens "Öresund-runtbiljett".

Resursbehov

Nedan redovisas Mobilitetskontorets och Skånes Turistråds kostnader för att genomföra projektet. Medräknat är inte den tid som turistbyråerna själva kommer att lägga på t ex rådgivning, uppföljning mm. Kostnader för eventuellt kompletterande informationsmaterial tillkommer.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Kartläggning av intresse och arbete idag och framtagande av strategi	100.000	-	-	100.000
Pilotprojekt 3-4 turistbyråer		100.000		100.000
Utbildning personal (exkl. utbildningstid för deltagare)		50.000		50.000
Uppföljning och utvärdering	-	50.000	50.000	100.000
Totalt:	100.000	200.000	50.000	350.000

Svårigheter och möjligheter

Skåne är en bra region för denna typ av åtgärder. Många kommuner med tillhörande turistbyråer på en förhållandevis liten geografisk yta gör att behovet av en samordning av MM-åtgärderna är väsentlig. Tillgången till

såväl kollektivtrafik som cykelvägar är dessutom god inom stora delar av Skåne, vilket ger stora möjligheter för besökare att ta sig till olika platser utan att vara beroende av bil. Den stora potentialen i MM på skånska turistbyråer ligger således i en god existerande infrastruktur, förhållandevis korta avstånd samt i det faktum att det redan finns ett nätverk mellan turistbyråerna genom Skånes turistråd.

Svårigheter med MM-service på turistbyråer är kanske främst att det krävs en god kunskap på turistbyråerna, både allmän kunskap om vad Mobility Management är och mer specifik kunskap om t ex hur man skräddarsyr transportlösningar både i den egna och intilliggande kommuner. Turistsäsongen är som mest intensiv under en förhållandevis kort period, vilket gör att de största behoven av transportrådgivning sammanfaller med en tidsperiod då många säsongsarbetare finns på plats, vilket ställer höga krav på deras kunskap inom området.

Måluppfyllelse

Tillgänglighet

MM-service på skånska turistbyråerna ökar tillgängligheten för turister både med och utan bil. De utan bil kan få information om hur de tar sig till olika utflyktsmål med cykel och kollektivtrafik, och de med bil kan få information om hur de för vissa resor kan ersätta bilen med andra färdmedel för att få största utbyte av sitt besök.

Miljö

En generell trend är att fritids- och rekreationsresor växer i omfattning. Fritids- och rekreationsresor är totalt sett större än det totala arbets-, skol- och tjänsteresandet, och bilen är det dominerande färdmedel på dessa resor. MM-service på turistbyråer har en med största sannolikhet positiv inverkan på miljön. Tyvärr saknas erfarenheter av hur stora effekterna av denna typ av satsningar är, något som bl a EU-projektet MOST syftar till att utröna.

Trafiksäkerhet

Åtgärden bedöms ha en svagt positiv effekt på trafiksäkerheten genom ett ökat kollektivt resande.

Samverkan och samordning

Även om det regionala mobilitetskontoret föreslås få huvudansvaret för åtgärden bör arbetet bedrivas i samverkan med de skånska turistbyråerna och Skånetrafiken. Samordning föreslås med åtgärden "*Bättre information om kollektivtrafik i besöksnäringen*".

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer.

Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Antal kontaktade turistbyråer (enkät, besök, telefon), antal broschyrer och antal möten. Antal och andel besökare som fått information om hur de kan resa med cykel och kollektivtrafik till olika målpunkter. Antal utdelade broschyrer, sålda kombinationsbiljetter, mm.
2 Kännedom/kunskap	Antal turistbyråer som känner till det regionala mobilitetskontorets/Skånes Turistråds möjligheter att ge MM-service. Andel besökare som vet att de kan få transportrådgivning på turistbyråerna.
3 Användning	Antal och andel besökare som efterfrågar råd om hur man kan nå olika platser med cykel och kollektivtrafik.
4 Acceptans	Antal och andel besökare som uppger att de har valt cykel eller kollektivtrafik som färdmedel efter de råd de fått.
5 Individuellt beteende	Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel efter besök på turistbyrån.
6 Systemeffekt	Beräkning av inbesparade km och utsläpp.

Uppföljning på de första två nivåerna kan mobilitetskontoret i stort sett genomföra själva. För att mäta effekter på de följande nivåerna krävs ett aktivt samarbete med turistbyråerna.

Nivå 3 och första delen av nivå 4 kräver ett enkelt formulär som personalen på turistbyråerna kan fylla i då de talar med besökare som kommer till turistbyråerna. Andra delen av nivå 4, som avser faktiskt färdmedelval, samt nivå 5, innebär att ett slumpmässigt urval av de besökare som fått information om olika färdmedel till utflyktsmål e t c erhåller en enkät där det faktiska färdmedelsvalet efterfrågas.

5.8 MM för evenemangstrafik

Tillfälliga evenemang innebär ofta ett särskilt tryck på transportsystemet. Festivaler, fotbollsmatcher och andra kulturevenemang genererar en folk rörelse som kan skapa både trängsel, negativ miljöpåverkan och trafikolyckor. Mobility Management kan här bli ett verktyg för att öka effektiviteten i trafiken till dessa evenemang, vilket gynnar både de deltagande och omgivningen i övrigt.

Målgrupp och kanaler

Målgruppen för denna åtgärd är deltagarna i de evenemang som är aktuella för denna satsning. Lämpliga kanaler för att nå fram är samma kanaler som används av evenemangets arrangörer (TV, radio, tidningar, affischer etc) samt Skånetrafikens ordinarie informationskanaler.

Vem ansvarar?

Skånetrafiken i samverkan med lämpliga evenemangsarrangörer.

Hur ska åtgärden genomföras?

Den största potentialen för att effektivisera persontransporterna till och från olika evenemang finns sannolikt med kollektivtrafiken. Kollektivtrafik är ett mycket effektivt transportmedel vid stora personflöden, och det finns dessutom en tydlig och lämplig huvudaktör på området: Skånetrafiken.

Det skulle också vara möjligt att satsa på samåkning och cykeltrafik, men potentialen för detta bedöms vara mindre. Det är också svårare att hitta en lämplig aktör som kan och vill driva sådana satsningar.

Redan idag har Skånetrafiken samarbeten med olika arrangörer av evenemang, t ex med idrottsklubbarna Malmö FF, MIF Redhawks och Landskrona BoIS. Skånetrafiken gör också särskilda satsningar under t ex Malmöfestivalen och samarbetar med Ystads Stående Teatersällskap och deras sommarföreställningar på Marsvinsholm. Skånetrafikens insatser handlar bl a om ökad kapacitet vid evenemangen samt vissa marknadsföringsinsatser.

Det finns möjlighet att utveckla befintliga samarbeten, och att satsa på nya områden med nya partners och målgrupper. Följande satsningar skulle kunna vara intressanta:

- Satsningar på **ökat trafikutbud** i samband med fler evenemang än i nuläget. Detta görs naturligtvis i samarbete med evenemangsaktören, och samtidigt görs extra marknadsföringsinsatser.
- Skapa **”kombibiljetter”** så att man för ett rabatterat pris kan köpa färdbiljett med kollektivtrafiken samtidigt som man köper sin evenemangsbiljett. Kombibiljetten kan köpas både hos evenemangsaktören och hos Skånetrafiken. (Goda erfarenheter av kombibiljetter har bl a erhållits för resandet till Disneyland Paris).

- Skapa **marknadsföringssamarbete** med fler aktörer – dessa aktörer tar med Skånetrafiken i sin marknadsföring och Skånetrafiken gör reklam för aktörens evenemang på bussar och tåg etc.
- I evenemangsreklam ha med **rabattkuponger** på kollektivtrafiken. Detta ger ett mervärde som torde öka deltagarantalet.
- Utveckla en **webbplats** som kan underlätta reseplaneringen till olika evenemang, liknande www.evenemangstrafiken.nu. Denna kan kopplas till Skånetrafikens ordinarie reseplanerare (eller *Virtual Mobility Center* som förslås i avsnitt 5.4), med extra information om lämpliga hållplatser för att nå aktuella evenemang.
- Vid riktigt stora evenemang kan **Park&Ride** vara attraktivt för deltagarna, vilket Bo01 är ett exempel på.

Skånetrafiken föreslås utveckla ovanstående idéer tillsammans med befintliga samarbetspartners men också att aktivt hitta nya aktörer att arbeta med.

Resursbehov

Kostnaden för satsningen utgörs främst av personella resurser för att utöka samarbetet med andra aktörer. Vissa kostnader kan också tänkas uppstå vid införandet av olika rabatter och ökad marknadsföring, men detta förväntas till stora delar uppvägas av ett ökat resande som ger intäkter. De flesta evenemangen sker under ej rusningstid, vilket innebär att ett ökat resande ej behöver innebära kostnader för investeringar i nya fordon etc.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Personella resurser	125.000	125.000	125.000	375.000
Uppföljning och utvärdering	-	50.000	50.000	100.000
Totalt:	125.000	175.000	175.000	475.000

Svårigheter och möjligheter

Möjligheterna ligger bl a i att incitamentet för människor att använda sig av kollektivtrafiken är extra stor då större evenemang ökar risken för köer och brist på parkeringsplatser. Genom att de som inte är så vana vid kollektivtrafik provar på att åka i samband med ett evenemang ökar chansen att de ökar sitt kollektivresande även vid andra tillfällen.

Att hitta arrangörer som är intresserade av ett samarbete skulle kunna vara en svårighet. Att framhäva möjligheterna till minskade köer, högre kundtillfredsställelse och i vissa fall kanske frigörande av parkeringsytor för andra ändamål torde verka positivt på dessa möjligheter. Ökat kollektivresande innebär också förbättrade möjligheter för arrangören att erbjuda försäljning av mat och alkoholhaltiga drycker, vilket kan vara ett incitament.

Effekter

Målet med åtgärden är att få fler att ställa bilen och åka kollektivt till evenemanget. På kortare sikt innebär detta positiva effekter vid de aktuella evenemangen. På längre sikt är det möjligt att några av de evenemangs-

deltagare som normalt inte åker kollektivt inser att kollektivtrafiken fungerar bra och börjar åka mer även i vardagen.

Tillgänglighet

Åtgärden har positiv effekt på tillgängligheten. Minskad biltrafik innebär minskad trängsel och färre köer, vilket ger ökad framkomlighet och tillgänglighet för alla trafikslag.

Miljö

Åtgärden har positiv effekt på miljön. Minskad biltrafik innebär minskade utsläpp.

Trafiksäkerhet

Åtgärden borde ha en svagt positiv effekt på trafiksäkerheten. Minskad biltrafik kan ge en positiv effekt på trafiksäkerheten. Dessutom borde risken för drog- och alkoholpåverkade förare till evenemang minska.

Samverkan och samordning

Viss synergieffekt finns om satsningen genomförs parallellt med åtgärderna *Smart fritidsåkare* och *Information om kollektivtrafik i besöksnäringen*. Den förstnämnda gäller i avseendet att ungdomar är en viktig målgrupp, särskilt de som är engagerade i idrottsklubbar. Denna grupp kan påverkas av alla dessa projekt vilket ökar effekten.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Antal kontakter med organisationer, evenemangsaktörer, antal organisationer som samarbete förs med, antal evenemang där marknadsföring gjorts.
2 Kännedom/kunskap	Andel evenemangsdeltagare som känner till hur man tar sig till evenemanget med kollektivtrafik.
3 Användning	
4 Acceptans	Antal personer som kan tänka sig att åka kollektivt till evenemanget.
5 Individuellt beteende	Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel före och efter åtgärd.
6 Systemeffekt	Beräkning av minskning av km, utsläpp.

5.9 Tjänstebilpooler för organisationer och företag

Företag, kommuner, landsting och andra verksamheter äger eller leasar en stor del av de fordon som rullar på vägarna i Skåne. Användningen och den årliga körsträckan för dessa fordon varierar väsentligt mellan olika fordon, och det är inte ovanligt att det inom en verksamhet finns bilar som går allt från ett par hundra mil per år till över 5000 mil per år.

Bilpooler för hushåll finns i ett antal skånska kommuner, bl a i Malmö, Lund och på Ven. Kommunala initiativ har ofta spelat en avgörande roll vid framväxten av dessa pooler. I Helsingborgs kommun har inledande möten hållits för att inspirera invånare och företag till att starta bilpooler. Inom företag finns det ibland, men inte alltid, redan fungerande tjänstebilpooler, medan det är mindre vanligt inom den offentliga verksamheten. I några av de större städerna i Skåne, bl a i Malmö, Helsingborg och Kristianstad, finns kommunala tjänstebilpooler för alla anställda eller för vissa förvaltningar.

Åtgärden som beskrivs här innebär ett strukturerat arbete för att underlätta införandet av tjänstebilpooler för kommuner, organisationer och företag.

Målgrupp och kanaler

Målgruppen för arbetet med tjänstebilpooler är kommuner, vägverk, företag och den egna verksamheten, t ex landsting, länstrafikbolag mm. Offentlig verksamhet är en prioriterad målgrupp. Andra prioriterade målgrupper är verksamheter i centrala lägen med dåliga och/eller dyra parkeringsmöjligheter men med goda kollektivtrafikförbindelser. Stora verksamheter har en större potential. Även mindre verksamheter är av intresse om man kan samordna bilpoolen med flera företag inom samma fastighet eller kvarter.

De aktuella verksamheterna kan nås via uppsökande verksamhet från Mobilitetskontorets sida och via Vägverkets befintliga kanaler. Andra kanaler är hyrbilsföretag som även erbjuder företag bilpoolslösningar.

Vem ansvarar?

Arbetet föreslås drivas av det regionala mobilitetskontoret (se avsnitt 5.1) i samarbete med Vägverket Region Skåne som en del i deras sektorsarbete.

Hur ska åtgärden genomföras?

Det regionala mobilitetskontorets roll är inte att driva bilpooler, men väl att vara en katalysator i startskedet. Arbetet föreslås läggas upp i ett antal steg enligt följande:

1. Skapa intresse för bilpooler i organisationer
2. Informationsmöte eller annat kontaktforum
3. Ge stöd till organisationerna före och under införandet

4. Ge stöd till organisationerna vid uppföljning och utvärdering

Intresset undersöks genom en enkät med information och intresseanmälan. Syftet med denna är att skapa samarbetsmöjligheter mellan mobilitetskontoret och intresserade företag och organisationer. Utifrån förstudien definieras även målgruppen. Med intresseanmälningarna och andra kontakter som grund initieras informationsmöten bland organisationerna. På dessa klargörs mobilitetskontorets roll, införandesteg med mera.

Före och under införandet av bilpooler är Mobilitetskontorets roll att ge stöd åt organisationerna. Detta stöd kan bestå i att hitta samarbetspartners, t ex aktörer som kan levererar olika delar till ett bilpoolssystem. Stödet kan också bestå i att koppla samman intresserade småföretag i samma fastighet eller inom samma kvarter så att ett tillräckligt stort underlag för en bilpool bildas.

I arbetet ingår även att ge stöd vid uppföljning och utvärdering. För detta ändamål föreslås att mobilitetskontoret tar fram en enkel utvärderingsmall avseende kostnader, körsträcka och miljöeffekter som organisationerna kan använda sig av i detta arbete. Mobilitetskontoret underlättar härigenom även utvärderingen av de egna insatserna.

Resursbehov

Mobilitetskontorets resursbehov för att bistå företag och organisationer i arbetet med införande av tjänstebilpooler uppgår till drygt 800.000 kr under en treårsperiod.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Projektledning och stöd till företag, organisationer mm	125.000	125.000	125.000	375.000
Skapa intresse	100.000			100.000
Informationsmaterial	100.000	50.000	50.000	200.000
Uppföljning och utvärdering	50.000	50.000	50.000	150.000
Totalt:	370.000	220.000	220.000	810.000 kr

Projektledarens uppgift är också att bidra till att företagen utvärderar införandet av bilpoolen. Vissa tillkommande kostnader kan förekomma, t ex för uppföljningsenkäter till företag och organisationer, vilket medför behov av en särskild budget för uppföljning och utvärdering.

Svårigheter och möjligheter

Skåne är en bra region för denna typ av åtgärder. I många av de större städerna är parkeringsplatser i centrala lägen förenade med stora kostnader samtidigt som de anställda vanligtvis har bra möjligheter att åka kollektivt till arbetet.

Tjänstebil eller bil avsedd för en viss person eller funktion är många gånger en statussymbol. En andel i ett bilpoolssystem är inte lika statusfyllt. Enskilda personer kan därför vara negativa till att införa en

bilpool. Ofta är det personer i beslutande befattningar som indirekt har minst att vinna på ett bilpoolssystem. Förmånsbilsanvändningen påverkas inte av åtgärden då detta i mångt och mycket är en skatteteknisk fråga och inte en fråga om att lösa företagets transportbehov. Men i förlängningen kan åtgärden innebära att företaget av kostnadsskäl väljer att avveckla eventuella tjänstebilar och av policyskäl väljer att undvika förmånsbilar.

Dålig kännedom om de faktiska kostnaderna för bilhanteringen i en organisation är ett annat problem. Det gäller i synnerhet om dagens kostnader ska jämföras med ett tänkt bilpoolssystem. En fördel är dock att det går att beräkna kostnaderna för ett bilpoolssystem förhållandevis noggrant.

Effekter

Tillgänglighet

Satsningar på bilpool för de anställdas tjänsteresor bedöms totalt sett innebära kraftigt minskade kostnader för den verksamhet som inför bilpooler genom främst lägre kapitalkostnader p g a bättre utnyttjande av färre bilar, kortare total körsträcka genom bättre samordning, samt minskat behov av parkeringsplatser. Genom bilpool får ett större antal anställda bättre tillgång till bil, vilket gör att tillgängligheten till olika målpunkter ökar.

Miljö

Företagsbilpooler leder vanligtvis till bättre planering och samordning av resandet vilket innebär en minskning av trafikarbetet. I andra studier uppges ofta att bilanvändningen minskar med minst 10 % vid införande av bilpooler. Några utvärderingar där detta bekräftats har vi dock inte kunnat finna eftersom det ofta är svårt att skilja på effekterna av bilpoolen och andra förändringar i organisationer och arbetsuppgifter.

Erfarenheter från bland annat NSS, d v s Norra Skånes sjukvårdsdistrikt, visar att man genom införande av bilpool kan överföra ca 75 % av privatbilskörningen till bilpools- eller arbetsplatsbaserade bilar. Även den totala körsträckan förväntas minska vid övergång från privatbil till bilpool genom ett mer effektivt utnyttjande av bilarna och samordning av tjänsteresor.

Bilpooler innebär även nyare fordon, som vanligtvis har lägre emissioner än äldre bilar. Bilpooler ger också ökade möjligheter till införande av miljöbilar, t ex elbilar, etanolbilar m fl. De anställda ges också större möjlighet att välja en optimal bil för det aktuella transportbehovet, t ex en liten bränslesnål bil för en kortare resa i stan, eller en lite större och rymligare bil för långresan med medpassagerare. Rätt utnyttjad kan således bilpoolen ge upphov till minskad miljöbelastning. Genom att bilpoolsbilarna även ersätter privata bilar erhåller verksamheten ett bättre inflytande över vilka bilar som används vid tjänsteresor. Generellt sett bör bilpoolsbilarna ge betydligt lägre utsläpp än den genomsnittliga privatbilen, ett konstaterande som vi bland annat grundar på att vi i Sverige har en av Europas äldsta fordonsparker. Miljöeffekter erhålles också

genom ett lägre resursförbrukande i och med att det totala bilantalet minskar, dessa effekter har dock inte tagits med i effektsammanställningen nedan.

Trafiksäkerhet

Effekten på trafiksäkerheten är positiv. Det minskade trafikarbetet med bil gör att antalet dödade och skadade i trafiken bedöms minska. De bilar som används i en bilpool är ofta nyare och därmed vanligtvis även säkrare än de bilar som de ersätter, i synnerhet om de ersätter privata bilar.

Samverkan och samordning

Även om det regionala mobilitetskontoret föreslås få huvudansvaret för åtgärden bör arbetet bedrivas i samverkan med Vägverket Region Skåne. Framöver finns även möjlighet till ett effektivare utnyttjande av bilarna om verksamheter och privatpersoner har möjlighet att använda samma bilpoolsbilar. I startskedet kan det dock vara klokt att inte involvera båda användargrupperna i samma fordonsflotta. Det kan leda till oklarheter om samutnyttjandet och i sämsta fall kanske ingen pool alls startas.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Antal kontaktade organisationer (enkät, besök, telefon), antal broschyrer och antal möten.
2 Kännedom/kunskap	Antal organisationer som känner till det regionala mobilitetskontorets möjligheter att ge kunskapsstöd för införande av bilpools.
3 Användning	Antal personer på möten och seminarium.
4 Acceptans	Antal startade bilpools, antal användare och deras åsikt om bilpoolerna.
5 Individuellt beteende	Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel (privatbil, företagsbil, bilpoolsbil) före och efter åtgärd.
6 Systemeffekt	Beräkning av inbesparade km, utsläpp, antal färre parkeringsplatser.

Uppföljning på de första fyra nivåerna kan mobilitetskontoret i stort sett genomföra själva, och avser i första hand mobilitetskontorets arbete. För att klara nivå 5 och 6 krävs ett bra samarbete med de verksamheter där bilpools startats för att få en successivt ökande kunskap om effekter av de uppstartade bilpoolerna. Genom den mall för uppföljning som föreslås ingå i mobilitetskontorets arbete för att stödja organisationerna erhålls goda möjligheter att följa upp dessa effekter på ett standardiserat sätt.

5.10 Smart fritidsåkare

Fritidsresorna anses generellt som de svåraste att påverka när det gäller valet av färdmedel. Det beror på dessa resors spridning i tid och rum. En klart avgränsad målgrupp är därför en viktig förutsättning för ett lyckat projekt. Åtgärden innebär att några idrottsföreningar tävlar om vem som väljer det minst miljöbelastande färdmedlet vid resor till och från träningar och matcher. Åtgärden kan rikta sig till såväl juniorer som seniorer och innebär att uppmuntra deltagarna till att cykla, åka kollektivtrafik samt samåka till fritidsaktiviteten. Syftet är att höja medvetandet om varför och hur man kan miljöanpassa sitt resande. Det ger sedan effekter även på andra resor.

Målgrupp och kanaler

Målgrupper är barn och ungdomar samt vuxna som är medlemmar i någon förening, i första hand idrottsföreningar som fotbollslag, innebandylag och liknande som har regelbundna träffar. Förslagsvis väljer man två åldersgrupper:

1. 10-12-åringar
2. seniorer

Den förstnämnda gruppen väljs för att man i denna ålder är nyfiken, har lätt att lära sig och samtidigt grundlägger många av sina vanor för framtiden. Seniorerna väljs för att det finns större möjligheter till förändring hos denna grupp som ofta till stor del är ensamma bilförare. Kontakt med dessa grupper tas via föreningen, som fungerar som samordnare och distributionskanal. Inom flera idrottsföreningar pågår ett visst arbete med att samordna resor och underlätta samåkning. Dessa föreningar kan vara lämpliga att vända sig till i startskedet.

Vem ansvarar?

Vägverket Region Skåne.

Hur ska åtgärden genomföras?

Vägverket föreslås driva projektet, eftersom de redan i dagsläget bedriver viss verksamhet mot föreningar avseende främst trafiksäkerhet men även miljö. Eventuellt kan projektet samordnas med arbetet i MÖTs-kommunerna. Lunds kommun bedriver själva ett liknande projekt-*Smart Trafikant på Fritiden*, som man kan hämta erfarenheter från. Tanken med att driva projektet på regional nivå är att resorna till matcher oftast är kommunöverskridande och att mindre kommuner där det förmodligen finns ett stort föreningsintresse inte har egna resurser för att driva denna typ av projekt. Extern expert hjälp kan anlitas för att ta fram underlag för kommunikationsplan, marknadsföring med mera.

Projektet består av tre delar: urval av tävlingsdeltagare, genomförande av tävling och utvärdering.

1. Urval av tävlingsdeltagare

Kontakt tas först med ett antal idrottsföreningar som per brev erbjuds att delta i tävlingen. En uppföljning görs via telefon och/eller besök. Föreningarna får därefter anmäla sitt intresse av att delta i tävlingen och skicka in uppgifter om tillgängliga färdmedelsalternativ, deltagande medlemmar och kontaktperson för laget. Därefter väljs ett antal lag inom föreningarna ut. Ett urvalskriterium (eller redan vid utskicket) bör vara möjligheten att stimulera antingen till att åka kollektivt eller samåka. Hur många lag som väljs ut är avhängigt av tillgängliga resurser. Varje omgång bör dock begränsas till max 6 lag som tävlar mot varandra. Det ger en rimlig chans att vinna. Tävlingen kan eventuellt läggas upp i olika etapper med kvalificering från varje omgång.

2. Genomförande av tävling

Tävlingen bör pågå 1-2 månader. Under denna tid samlar en kontaktperson i laget in uppgifter från alla lagmedlemmar. Kontaktpersonen sammanställer medlemmarnas uppgifter om färdmedelsval. Detta görs vid varje tillfälle man träffas enligt en särskild mall som kontaktpersonen i laget får av projektansvarig på Vägverket. I denna ska också framgå hur laget tog sig till träningen före tävlingen.

3. Utvärdering

Vid periodens slut sammanställer projektansvarig resultatet utifrån en poängbedömningsmall där högst poäng motsvarar det mest miljöanpassade alternativet. Det lag som får högst poäng (räknat i genomsnitt per person) tilldelas ett pris.

Exempel på poäng:

Cykla, gå	5 poäng
Kollektivtrafik	5 poäng
Samåka 5 personer	5 poäng
Samåka 4 personer	4 poäng
Samåka 3 personer	3 poäng
Samåka 2 personer	2 poäng
Bil 1 person	1 poäng

För att motivera deltagarna är det viktigt att priset har ett ganska stort värde, som alla i laget kan ha glädje av; ett gemensamt pris, till exempel biljetter till ett idrottsevenemang. Det är viktigt att motivera deltagarna inför och under tävlingen. Information till alla deltagare genom personliga besök samt en engagerad kontaktperson är a och o. Deltagarna bör till exempel kontinuerligt ges information om aktuell poängställning. Det kan med fördel ske med e-post i kombination med en webbplats.

Media kan spela en viktig roll när det gäller att skapa gruppdynamik. För att locka media till att skriva om projektet kan man ta hjälp av lokala kändisar, d v s försöka få med någon klubb som har några kända namn.

Resursbehov

Kostnaderna består av projektledning och utvärderingsarbete samt kostnader för priser, utskick och broschyrer. Nedan har ett försök till specificering gjorts för 40 deltagande lag per år. Framtagning av broschyrer och marknadsföringsmaterial ingår ej. Vägverkets nya stöd till ideella organisationer kan vara ett sätt att ordna finansieringen.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Personella resurser för projektledning och rekrytering	100.000	100.000	100.000	300.000
Broschyrer	20.000	10.000	10.000	40.000
Priser	30.000	30.000	30.000	90.000
Uppföljning och utvärdering	25.000	25.000	50.000	100.000
Totalt	175.000	165.000	190.000	530.000 kr

Det finns begränsade erfarenheter av denna typ av projekt. Resurser för att grundligt följa upp och utvärdera projektet är därför viktigt. På så sätt kan erfarenheter av projektet spridas vidare.

Svårigheter och möjligheter

Utvärderingen av Lunda-projektet ”Smart Trafikant på fritiden” visade på mycket positiva resultat. För seniorlagen märktes en klar förändring. Från att ha åkt bil ensamma samåkte nästan alla med 3-5 personer i bilen under projektet. I barnlaget var förändringen inte lika tydligt eftersom många cyklade redan från början. Däremot fyllde projektet en viktig funktion genom att starta en diskussion om färdmedelsvalets betydelse för miljön. Något som är minst lika värdefullt, särskilt som det handlar om framtidens trafikanter.

En svårighet i projektet kan vara att finna rätt person till projektledning av projektet. Kompetens inom information, kommunikation och marknadsföring måste finnas inom projektet, gärna hos projektledaren. Urvalet av tävlingsdeltagare och lag är en kritisk faktor. Det är viktigt att kontaktpersonen i laget är engagerad och följer upp hela tiden under tävlingen.

Effekter

Det är svårt att göra någon kostnadsnyttoanalys för åtgärden. Den största delen av nyttan går förmodligen inte att se direkt eftersom projektet kan bidra till effekter även på andra resor (för de vuxna) och effekter på resorna i framtiden (för ungdomarna).

Tillgänglighet

Projektet har flera positiva, men svårkvantifierade, tillgänglighetsaspekter. Barn och vuxna i bilfria hushåll får lättare att ta del av olika fritidsaktiviteter. De behöver inte känna att de utnyttjar någon som har bil. Det blir istället naturligt att alla så långt möjligt samåker i föreningen. Vidare minskar behovet av parkeringsplatser vilket kan vara en fördel då det vid större arrangemang ofta är allt för många bilar på ett litet utrymme.

Miljö

Erfarenheter från Lund visar på en mycket positiv förändring: en fjärdedel ändrade från bil till cykel eller samåkning, 5 % ändrade från buss till samåkning. Förändringen resulterade totalt i en minskning av biltrafikarbete med 750 km, vilket motsvarar en minskning av koldioxid med 150 kg under en månads tävling.

Trafiksäkerhet

Åtgärden har liten påverkan på trafiksäkerheten.

Samverkan och samordning

Marknadsföringsmaterial bör kunna användas gemensamt för flera projekt, bl a *MM för evenemangstrafik* och *Barns resor till skolan*. Samordning av marknadsföring kan ske med alla projekt när det gäller att ta fram informationsmaterial, argumentkataloger och logotyper.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1	Nyttiga prestationer Antal kontaktade organisationer per brev samt via telefon, antal möten, antal artiklar i föreningstidningar.
2	Kännedom/kunskap Antal och andel organisationer i målgruppen som känner till projektet och vad detta innebär.
3	Användning Antal anmälningar till tävlingen.
4	Acceptans Antal och andel lag som börjar respektive slutför tävlingen.
5	Individuellt beteende Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel före respektive efter åtgärd.
6	Systemeffekt Beräkning av antalet inbesparade km och utsläpp.

5.11 Information om kollektivtrafiken i besöksnäringen

Åtgärden innebär att starta ett samarbete med besöksnäringen och företag i resebranschen. Syftet är att underlätta för turister och tjänsteresenärer att använda kollektivtrafiken och därmed erbjuda resenären attraktiva resor under sin vistelse i Skåne. Detta kan göras genom att erbjuda bättre information och smidigare allt-i-ett-paket.

Målgrupp och kanaler

Målgrupp för åtgärden är tjänsteresenärer och turister som anländer till Skåne med såväl bil, tåg som flyg. Flyg- och tågresenärer går att nå via respektive tåg- eller flygbolag samt via hotell och konferensanläggningar. Bilresenärer nås enklast via besöksnäringen, hotell, museum, teatrar, vandrarhem och större konferensanläggningar.

Vem ansvarar?

Skånetrafiken tillsammans med det regionala mobilitetskontoret (se avsnitt 5.1).

Hur ska åtgärden genomföras?

Skånetrafiken tar tillsammans med det regionala mobilitetskontoret och eventuellt Skånes Turistråd fram en kunskapssammanställning om vilken information om transportsystemet som hotell och besöksnäringen erbjuder idag. I samverkan med ett eller flera hotell, konferensanläggningar och eventuellt turistbyrån genomförs sedan en enkät till bland annat hotellgäster om vilken information de önskar. Syftet med uppgifterna är dels att etablera ett samarbete med aktuella företag, dels att ta fram fakta som blir grunden för ett koncept som beskriver hur Skånetrafiken och besöksnäringen tillsammans ska arbeta vidare.

Skånetrafikens/det regionala mobilitetskontorets roll är:

- Att hyra in/anställa en **projektkoordinator** som startar upp och etablerar samverkan med besöksnäringen och företag i resebranschen.
- Att ta fram nödvändiga **datorverktyg** för att ge besöksnäringen tillgång till realtidsinformation om kollektivtrafiken. Det kan till exempel ske via tv-monitorer i hotell-lobbyn om nästa bussavgång till/från hotellet för de viktigaste förbindelserna samt via realtidsinformation på hotellets webbplats.

Reseföretagens roll är:

- Att ta fram **nya produkter** – ”allt-i-ett-paket” för transporterna - t ex att ett regionalt tidsbegränsat kollektivtrafikkort kan ingå som tillval för tåg- och flygresan till Skåne och att en arrangör på ett enkelt sätt kan se till att kollektivtrafikbiljetten kan inkluderas i konferensavgiften, hotellbokeningen, teaterbiljetten och så vidare. SBTA Syd (Swedish Business Travel Association) kan vara en lämplig samarbetspartner.

Besöksnäringens roll är:

- Att erbjuda sina kunder bästa tänkbara **information** om lämpliga färdvägar i Skåne, till exempel via kartor och realtidsinformation om lämpliga bussförbindelser på hotellets webbplats, broschyrer och information om lämpligaste parkering för Park&Ride.
- Att **erbjuda de produkter** som reseföretagen utvecklar inom projektet, till exempel att "hotellkvittot" eller motsvarande gäller som kollektivtrafikbiljett.
- Att via **datormonitor** i hotell-lobbyn informera om nästa bussavgång, trafiksituationen i stort och förseningar etc.

Resursbehov

Med anledning av att endast liten erfarenhet finns av denna typ av åtgärder i Sverige föreslår vi ett mindre pilotprojekt. Respektive samarbetspartner förutsätts betala sina egna utlägg och arbetstid. Kostnader för utveckling av nya produkter och tjänster, till exempel företagsanpassad realtidsinformation till hotell och konferensanläggningar ingår ej.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Personella resurser för projektledning och företagsbesök (PILOT)	125.000		-	125.000
Kunskapssammanställning, enkätstudie	100.000	-	-	100.000
Informationsmaterial	25.000	-	-	25.000
Uppföljning och utvärdering	40.000	-	-	40.000
Fullskaleprojekt	-	500.000	500.000	1.000.000
Totalt	290.000	500.000	500.000	1.290.000

Pilotprojektet kan med fördel utföras av en konsult med erfarenhet inom området. Under år två och tre föreslås ett större projekt där erfarenheterna från de första årens pilotstudie används.

Svårigheter och möjligheter

Projektet måste göras attraktivt för besöksnäringen och reseföretagen. För att åstadkomma en förtroendefull samverkan krävs tydlighet i vad Skånetrafiken och det regionala mobilitetskontoret vill åstadkomma, och att det finns något att vinna för respektive samarbetspartner.

Det bör vara enklast att starta samarbetet med företag och organisationer inom resebranschen liksom hotell och konferensanläggningar som redan idag har bra kollektivtrafiktillgänglighet. Även hotell där den egna bilen är ett relativt dåligt alternativ på grund av utrymmesbrist eller höga parkeringskostnader bör vara en prioriterad målgrupp. Fördelen för dessa liksom kollektivtrafikhuvudmännen är att de har något omedelbart att vinna, ökad beläggning.

Effekter

Det saknas allmänt erkända effektsamband för denna typ av åtgärder. Den föreslagna förstudien bör därför innehålla en beskrivning av hur projektet ska utvärderas.

Projektet har först och främst positiv effekt på målen om tillgänglighet och miljö. Trivectors bedömning, med erfarenhet från realtidsinformationssystem vid hållplatser, är att potentialen att förbättra informationen till turister och tjänsteresenärer är mycket stor. Genom att peka på möjligheterna till ökad beläggning bör såväl kollektivtrafiken så som besöksnäringen kunna övertygas att delta i projektet. Arbetet med att utveckla nya produkter, till exempel att hotell- liksom teaterbiljetten inkluderar resan med kollektivtrafiken bör dock ses mer långsiktigt.

Tillgänglighet

I många fall bör åtgärden leda till tidsvinster i form av bättre tillgänglig information om kollektivtrafiken. Resenären behöver inte leta i tidtabeller efter lämplig förbindelse och risken för att hamna på fel buss minskar. Är bussen försenad kan man lugnt vänta i hotell-lobby. Om det har hänt en trafikolycka någonstans kan man välja en alternativ väg eller färdväg. En annan effekt är att transportkostnaden minskar för resenären för de resor som överflyttas från taxi till kollektivtrafik.

Miljö

Åtgärden innebär ett ökad kollektivtrafikresande framförallt i innerstadsrelationer varför effekten på miljö, såväl trängsel, buller som avgaser är god.

Trafiksäkerhet

Åtgärden bedöms ha liten påverkan på trafiksäkerheten.

Samverkan och samordning

Projektet har kopplingar till förslaget om ett regionalt MM-kontor och till projektet "Virtual Mobility Centre".

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1	Nyttiga prestationer Antal kontaktade företag, antal möten, antal artiklar i tidningar, genomförd kunskapssammanställning.
2	Kännedom/kunskap Antal och andel företag inom målgruppen som känner till åtgärden och vad denna innebär.
3	Användning Antal och andel företag inom målgruppen som har förbättrat sin information om kollektivtrafiken gentemot sina kunder.
4	Acceptans Antal sålda tjänster i form av till exempel kombinerade hotellbokning och kollektivtrafikbiljett. Besöksföretagens kunders åsikt om informationen.
5	Individuellt beteende Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel före respektive efter åtgärd.
6	Systemeffekt Beräkning av antalet inbesparade km, utsläpp, ökad beläggning hos hotell och konferensanläggningar.

5.12 Mobility Office

Personalen hos större företag och organisationer kan ofta ha ett mycket omfattande resande, både tjänsteresor och arbetsresor. I mindre orter kan denna trafik många gånger vara dominerande. Företagen är ofta medvetna om de problem detta kan ge upphov till men har kanske inte tillräcklig kunskap eller tillräckligt stort intresse för att göra någonting åt det.

Genom att utveckla och starta upp ett Mobilitetskontor (Mobility Office) i något arbetsplatsintensivt och expansivt område för rådgivning angående resor och transporter ges företagen ett konkret stöd. Ett Mobility Office kan effektivt stödja och arbeta tillsammans med flera företag i området och på sikt drivas utan särskilda bidrag. Områden där det bör finnas goda förutsättningar för ett Mobility Office är t ex Brunnsög (Lund) och Maria Park (Helsingborg).

Målgrupp och kanaler

Målgruppen är större företag och organisationer och deras anställda. I första hand bör projektet inriktas på företag/organisationer med många tjänsteresor. Lämpliga aktörer att driva kontaktarbete och uppstart av ett Mobility Office är kommunerna, lämpligen via ett kommunalt mobilitetskontor om det finns. Det är önskvärt att Skånetrafiken medverkar. Det kan också vara intressant att pröva om det finns intresse från någon resebyrå att vara med att utveckla ett koncept där samordning/förmedling av resor görs med ett tydligt mål att minska transporterens miljöbelastningar.

Vem ansvarar?

Kommunen/kommunerna i vilken det finns ett lämpligt utbyggnadsområde, t ex Malmö, Lund och Helsingborg.

Hur ska åtgärden genomföras?

Kommunen, eventuellt via ett kommunalt mobilitetskontor, bör vara ansvarig för att dra igång projektet, utse en lämplig projektledare och ordna finansiering under uppstartstiden (2-3 år). Störst potential att hitta lämpliga företag eller arbetsplatsområden finns förmodligen i de största städerna som Malmö, Lund och Helsingborg. Det kan också vara lämpligt att kommunen har egen erfarenhet av arbete med mobilitetskontor eller liknande.

Projektet föreslås genomföras i följande steg:

1. Kartläggning av intresse och förutsättningar

Via sammanställning av statistik och kunskap om företagen och deras transportbehov görs ett första urval. Vid valet av företag kan det vara lämpligt att även ta hänsyn till vilket allmänt miljöintresse som finns, t ex om företaget har ett miljöledningssystem eller tidigare visat intresse för transportfrågor.

Till valda företag tas ett informationsmaterial fram som projektledaren kan ha med sig till ett arbetsplatsbesök. För att skapa kontakt, intresse och förståelse kan det behövas flera besök och kanske ska man även samla flera företag från samma område för att kunna gemensamt diskutera behov, hinder och möjligheter.

2. Förbereda uppstart

Kommunen bildar en projektgrupp tillsammans med de företag/-organisationer som är fortsatt intresserade. Projektgruppen ansvarar för att sätta upp mål och riktlinjer för deras gemensamma Mobility Office samt att ordna alla de praktiska arrangemang som krävs. Inte minst viktigt är att hitta lämplig personal för att driva verksamheten. Som inspiration för det relativt omfattande arbetet som förberedelserna innebär kan en gemensam studieresa för att studera liknande arbete på någon annan plats vara bra.

Finansieringen under uppstartstiden är också viktig att säkerställa och här krävs förmodligen att kommunen tar ett stort ansvar till att börja med. Alla deltagande parter bör dock medverka i finansieringen, t ex via någon fast avgift.

3. Uppstart

Med uppstart avses här tiden från det att ett Mobility Office startar sin verksamhet till dess den bör kunna stå ”på egna ben”. Uppskattningsvis är hela projekttiden cirka 3 år, varav denna del bör svara för åtminstone hälften: 1,5-2 år.

Under denna är verksamheten i full drift och olika initiativ genomförs för att praktiskt utföra ”mobility management”. Det handlar förmodligen både om uppsökande verksamhet på olika avdelningar för att skapa förståelse och intresse och att ta emot och hjälpa enskilda individer som kommer med frågor. Innehållet i denna verksamhet blir starkt beroende av vilka behov som företagen har men det är viktigt att fokus finns på att hitta effektivare och mera hållbara resalternativ.

Resursbehov

Det kommer med största sannolikhet krävas att kommunen eller någon annan offentlig aktör medverkar med finansiering etc i uppstarten men det bör sedan kunna drivas fristående av företag/organisationer i området.

Kostnaderna består i huvudsak av personella resurser – här har vi räknat med en heltidstjänst första året.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Personella resurser för Mobility Office	500.000	250.000	125.000	875.000
Uppföljning och utvärdering	30.000	30.000	60.000	120.000
Totalt:	530.000	280.000	185.000	995.000

Svårigheter och möjligheter

Svårigheter att få till stånd ett "Mobility Office" kan vara att hitta ett lämpligt arbetsplatsområde med tillräckligt många intresserade företag. Det kan då krävas relativt mycket "bearbetning" och marknadsföring av projektförslaget för att få berörda företag/organisationer att ställa upp på idén. I det sammanhanget är det viktigt att lyfta fram vad företagen har att vinna på det, inte minst ekonomiskt.

En risk är också att det inte går att ordna finanseringen. Det bör dock vara möjligt att söka statliga medel, t ex KLIMP-pengar för detta ändmål. Kanske kan också vissa utvärderingskostnader betalas genom forskningsanslag. En möjlighet är att man genom att marknadsföra projektet mycket utåt mot media, allmänhet och det offentliga, kan skapa en positiv publicitet för de medverkande företagen.

Effekter

Genom att företag engageras i ett Mobility Office ges goda möjligheter till att påverka deras behov och val av transporter så att de blir mera miljöanpassade. Sådan påverkan är ofta mest effektiv om den på detta sätt kan göras inom företaget istället för att försöka påverka dem utifrån. För företagen finns också en stor potential till minskade transportkostnader, bättre "miljörykte" och kanske även bättre hälsa hos personalen om åtgärder görs för att påverka valet av färdmedel vid arbetsresor.

Tillgänglighet

Ökad kunskap ger förhoppningsvis ökad tillgänglighet till olika alternativa färd sätt. Förutom detta bedöms åtgärden ha relativt liten effekt på den rent fysiska tillgängligheten. Alternativ till att resa såsom t ex videokonferenser kan dock ge tillgång till möten, utbildning etc utan att man behöver närvara fysiskt.

Miljö

Åtgärden förväntas minska behovet av olika slags resor samt en ökad miljöanpassning av övriga resor. Detta innebär att utsläpp och annan miljöpåverkan minskar på såväl lokal som regional och global nivå. Eftersom det ofta är mera effektivt att arbeta "inifrån" organisationen än att påverka den utifrån bör åtgärden ha en relativt hög miljönytta.

Trafiksäkerhet

Åtgärden bedöms ha relativt liten effekt på trafiksäkerheten. Om särskilda åtgärder vidtas för att uppmärksamma trafiksäkerheten finns dock en god potential även på detta område.

Samverkan och samordning

I projektet krävs samordning mellan det offentliga (kommunen i första hand) och det privata (företagen/organisationerna). Det kan finnas delvis olika intressen och förväntningar varför det är viktigt att i projektets inledning skapa en samsyn kring syftet med ett Mobility Office. Även

mellan olika företag kan samordningen vara viktig att uppmärksamma. På sikt ger projektet goda möjligheter till ökad samverkan mellan det offentliga och företag samt mellan de deltagande företagen.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer. Observera att förslagen omfattar både indikatorer för utvärdering av uppstart av projektet och utvärdering av verksamheten på ett Mobility Office.

	Nivå	Förslag till indikatorer
1	Nyttiga prestationer	Antal kartlagda och kontaktade företag via brev, telefon och besök. Antal besök på olika avdelningar.
2	Kännedom/kunskap	Antal deltagande företag, andel anställda på företagen som känner till projektet.
3	Användning	Antal förfrågningar som kommer till "Mobility Office", antal studier/delprojekt på företagen/avdelningarna.
4	Acceptans	Antal/andel anställda som påverkats att göra alternativa resval/transportval.
5	Individuellt beteende	Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel före respektive efter åtgärd, användning av alternativ till att resa.
6	Systemeffekt	Beräkning av antalet inbesparade km, utsläpp, minskade transportkostnader.

5.13 Barns resor till skolan

Syftet med åtgärden är att dels öka trafiksäkerheten längs skolvägarna, dels förbättra barnens hälsa och slutligen att reducera utsläppen genom att färre föräldrar skjutsar sina barn till skolan. Vuxna har ett stort ansvar när det gäller barns säkra vägar till skolan. Studier pekar på att barn i yngre skolåldern inte är redo att färdas själva på gator med biltrafik. Stressen och oron i trafiken medför att föräldrar i allt större omfattning skjutsar sina barn till skola och andra aktiviteter. Detta höjer trafikintensiteten och ökar riskerna i närmiljön samtidigt som barnen går miste om viktig vardagsmotion. Fysisk inaktivitet är också ett stort och växande folkhälsoproblem.

Målgrupp och kanaler

Målgrupp är skolbarn i 10-årsåldern i de klasser och skolor som är intresserade av att delta. Kommunen är en viktig del i detta projekt eftersom de är ansvariga för att förbättra skolvägarna och för barn- och skolomsorg: såväl barn- och ungdomsförvaltning och skolor som teknisk förvaltning bör engageras. Även föräldrarna är en viktig målgrupp eftersom några åtgärder har till syfte att påverka föräldrarna att inte skjutsa barnen till skolan. Här kan föräldraföreningar, typ Hem och skola, vara en kanal. Kommunen bör känna till om det finns några skolor dit många föräldrar skjutsar sina barn eller där föräldrar har klagat på exempelvis skolskjuts med buss eller trafikfarliga platser. Dessa områden bör prioriteras. Viktigt är också kontakten med skolpersonalen. Deras engagemang är en förutsättning för ett lyckat projekt.

Vem ansvarar?

Vägverket Region Skåne i samverkan med lämpliga kommuner.

Hur ska åtgärden genomföras?

Vägverket bedriver idag skolprojekt i MötS-kommunerna med syfte att öka trafiksäkerheten och andelen som går och cyklar till skolan. Vägverket har därför en naturlig roll som ansvarig för detta projekt. Kommunernas medverkan är naturligtvis nödvändig, men många mindre kommuner saknar såväl kompetens som resurser för att driva denna typ av projekt. Ett eventuellt regionalt MM-kontor kan ge kunskapsstöd, ekonomisk starthjälp och bidra med utvärderingshandledning samt att skapa intresse bland skolpersonal och trafik- och stadsplanerare att delta i projektet. MM-kontoret kan även erbjuda lärare och elever studiebesök för att visa hur andra skolor i regionen arbetar.

Åtgärden föreslås omfatta alla barns resor till skolan, såväl de som går, cyklar, blir skjutsade som de som åker linjetrafik eller skolskjuts. Åtgärden föreslås dels omfatta bildandet av ett nätverk för dessa frågor, dels demonstrationsprojekt på några utvalda skolor där kartläggning och åtgärder genomförs.

1. Bilda ett nätverk och bjud in till ett seminarium

Bygg vidare på det nätverk som Vägverket redan har med skolor och förvaltningar på kommunerna. För att öka kunskapen och intresset för frågan föreslås att man bjuder in representanter från alla kommuner och respektive berörda förvaltningar och rektorer till ett seminarium om barns resor till skolan.

2. Kartläggning av skolvägar och färdsätt

Ett antal skolor som har intresse, tid och engemang för frågan väljs ut. Barnens skolvägar och färdsätt till dessa skolor kartläggs med hjälp av intervjuer och enkäter till föräldrar, lärare och barn. Arbetet kan till exempel ske enligt principen forska och lära. Barnen kan kartlägga sin egen skolväg med hänsyn till om den är trygg, trafiksäker och trevlig eller varför den inte är det. Lämpligen kan man i startskedet ta med några av lärarna samt elever för att titta på hur andra skolor har arbetat med trafikfrågor inom utbildningen.

En enkät bidrar till att engagera föräldrarna samt skapar en första möjlighet till dialog. Det är också ett sätt att bygga upp ett förtroende mellan föräldrar och samordnare. Dessutom får kommunen och skolorna en redovisning av andelen resor med olika färdmedel och var de flesta barnen rör sig. Detta kan användas som underlag för att mäta effekter av olika åtgärder. Enkäten bör därför omfatta en mindre resdagbok som ger svar på hur barnen tar sig till och från skolan. Enkäten kan även innehålla frågor som "Hur fungerar säkerheten i skolbussen?" och "Får barnen åka med den vanliga kollektivtrafiken på egen hand?". Platser och händelser som upplevs som trafikfarliga kan också rangordnas. Det är inte säkert att de utpekade platserna är farliga, men om människor upplever platsen som otrygg är det bra om kommunen känner till detta när de motiverar varför eller varför inte åtgärder kommer att vidtas just där.

I Lunds kommun har denna typ av enkäter gått ut till 11 referensskolor. Enkätsammanställningen har sedan resulterat i en inventering av skolvägar, var problem kan uppstå och även ett åtgärdsprogram. I Åstorps kommun och Skurups kommun kommer liknande enkätundersökningar att genomföras under våren 2002 för att kartlägga orsakerna till att föräldrarna i så hög utsträckning kör sina barn till skolan. Med det insamlade materialet som stöd kan respektive kommun tillsammans med föräldrar och elever skapa en åtgärdsplan för kommande år. I Skurup samarbetar distriktssköterska, tekniska förvaltningen och Agenda 21-samordnaren.

3. Blandning av hårda och mjuka åtgärder

När kartläggningen har genomförts får kommunen en överblick i vilka områden som fysiska åtgärder kan komma att behövas för att barnens skolvägar ska bli säkrare. Olika fartdämpande åtgärder kan vara lämpliga på vägavsnitt där det saknas säkra passager för skolbarnen. Sänkt hastighet till 30 km/h vid dessa åtgärder är ett förslag. Ett annat alternativ är att kommunen sänker den skyltade hastigheten till 30 km/h i ett eller flera bostadsområden, dessa kan då bli sk pilotområden. Andra åtgärder kan

vara att bredda trottoarer, anlägga gc-stråk och förbättra belysningen och tryggheten mot brott.

Ofta får det stor uppmärksamhet bland de boende i området och även i massmedia. Åsikterna kan vara både positiva och negativa och man bör vara förberedd på detta.

Förutom de fysiska åtgärderna kan och bör flera mjuka åtgärder genomföras. Syftet med dessa är att få föräldrar att sluta skjutsa sina barn i bil till och från skolan. Detta kan göras genom förebyggande hälso- och trafiksäkerhetsarbete samt direkt utbildning i skolorna. Region Skåne genomför under 2002 en kartläggning av pågående och genomfört MaTs-arbete i de skånska kommunerna.²⁷ I sammanställningen ges flera exempel på hur man kan miljöanpassa skoltransporterna. Några av dessa exempel presenteras nedan som stöd för liknande projekt runt om i Skåne. Hässleholms och Trelleborgs kommuner arbetar inom MötTs sedan 2001 med att informera och utbilda elever i alla åldrar i såväl säkerhets- som miljöaspekter. Ännu ett exempel på MötTs-projekt där barnens resor till skolan står i fokus är Helsingborgs ”Res klokt”. Projektet syftar till att lära skolbarn hur man reser kollektivt. Till exempel förses fjärdeklassare med ett 100 kronors förköpskort, som de sedan kan utnyttja i samband med en skolaktivitet.

En mjuk åtgärd som varit lyckosam bl a i stadsdelen Östra Torn i Lund är den ”Vandrande skolbussen” som har fått mycket uppmärksamhet i massmedia och bland föräldrar. Den vandrande skolbussen utgörs av ett antal föräldrar som turas om att följa sina egna och grannars barn till och från skolan.

Vandrande skolbussar kan förslagsvis initieras genom information och intresseanmälan i kartläggningsenkäten som går ut till föräldrar och skolbarn. Studiebesök för intresserade lärare, barn och föräldrar kan vara ett sätt att initiera en vandrande skolbuss. I de bostadsområden där flera föräldrar visar ett intresse för att starta en vandrande skolbuss kan dialogmöten med kommunen vara nödvändiga. En lämplig storlek på en vandrande skolbuss är drygt 5 familjer²⁸. Det är även viktigt att skolbarnen bor nära varandra, så att ingen ska behöva gå några längre omvägar till skolan. Vidare kan det vara av stor betydelse att barnen går i samma klass eller att de har ungefär samma schema, så att inget barn behöver vänta länge för att komma hem.

Den vandrande skolbussen kan även ha till uppgift att informera kommunen om existerande problem på vägen till/från skolan. Det kan gälla drift och underhåll, såsom att gatubelysning inte fungerar, men även om större åtgärder är nödvändiga. På så sätt kan det vara ett bra sätt att skapa den goda spiral som krävs för att stadsmiljön på sikt ska bli så trygg och trafiksäker att barnen kan ta sig till skolan på egen hand.

²⁷ Sinna Broberg och Eskil Mårtensson, MaTs-arbete i de skånska kommunerna - Sammanställning (Utkast 2002-04-03). Planering och Miljö, Region Skåne.

²⁸ Trygga skolvägar (2001) Svenska kommunförbundet.

Resursbehov

Nedan uppskattas dels kostnader för bildande av nätverk och seminarium, dels kostnader för genomförande av kartläggning på 5-10 skolor. Ansvar för kartläggning och enkät av barnens skolvägar kan ske på olika sätt. Antingen görs det genom att en gemensam projektledare tilldelas arbetstid för detta eller att en extern konsult anlitas. Eventuellt kan man tänka sig ett ekonomiskt bidrag till involverade kommuner för att utföra arbetet men detta innebär att varje kommun måste hålla med personal som lär sig den aktuella projektmetoden. Det finns därför fördelar med de två första alternativen.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Personella resurser för projektledning och besök mm	125.000	125.000	125.000	375.000
Stöd till kartläggning och enkät (5-10 klasser per år)	200.000	200.000	200.000	600.000
Uppföljning och utvärdering	40.000	40.000	80.000	160.000
Totalt:	365.000	365.000	405.000	1.135.000

Kommunerna bör vara beredda på att gå in med egen arbetstid eller ett kapital om cirka 20.000- 40.000 kr per skolklass. Kostnader för genomförande av hårda och mjuka åtgärder tillkommer. För detta bör avsättas utrymme i budgeten.

Svårigheter och möjligheter

Erfarenheter av liknande projekt runt om i landet är positiva. En svårighet i projektet kan vara att finansiera ett utbyggt skolvägnät samt att finna tänkbara och samarbetsvilliga pilotområden där kommunen kan sänka hastigheten till 30 km/h. Lämpliga områden är där andelen barnfamiljer är stor eftersom det där kan finnas en större acceptans. Tid och engagemang hos skolpersonal är en annan kritisk faktor. När det gäller finansiering av ett utbyggt skolvägnät kan det vara aktuellt att söka statsbidrag, vilket Lunds kommun har gjort för den här typen av åtgärder. Den vandrande skolbussen kräver i sin tur engagerade föräldrar som dessutom bor relativt nära varandra.

Effekter

Tillgänglighet

Åtgärden innebär i stora drag att tillgängligheten för barnen som går och cyklar till skolan ökar när skolvägnätet förbättras.

Miljö

Åtgärden leder till att inte lika många föräldrar skjutsar sina barn till skolan, och på så sätt förbättras luftkvaliteten och miljön kring skolan.

En studie utförd i Lunds kommun 1999 visar att 35 % av skolbarnen i 6-9-års ålder aldrig går eller cyklar till skolan. Det bör därmed finnas en stor potential till förändring. Projektet i Lunds kommun, som bla innehållit fysiska åtgärder på ett flertal ställen blandat med mjuka åtgärder i skolor,

är väl uppmärksammat bland kommuninvånarna enligt en utvärdering som gjordes 2001. Störst kännedom om projektet finns på den ort där de flesta fysiska åtgärderna har gjorts. Men även det lilla projektet Vandrande skolbuss som inte har involverat mer än drygt 10 föräldrar har uppmärksammats av 35 % av kommuninvånarna. Detta kan troligtvis förklaras av den massmediala uppmärksamhet som detta projekt fått och som därför är ytterligare en viktig drivkraft för att arbeta med denna typ av projekt.

Trafiksäkerhet

Trafiksäkerheten blir bättre. Eftersom antalet bilar som ska parkera och vända vid skolan blir färre när föräldrarna slutar skjutsa sina barn ökar även trivseln och säkerheten för barnen. Den gående skolbussen samt kartläggningen bidrar till att identifiera trafiksäkerhetsbrister i stadsmiljön.

Samverkan och samordning

Åtgärden kan användas för att understödja och förstärka effekten av övriga åtgärder som behandlar skola och barn. Detta gäller till exempel åtgärder som rör barns och vuxnas resor på fritiden, som med fördel kan samordnas med denna åtgärd. Likaså kan kollektivtrafik för barn lanseras på samma skolor som är med i denna åtgärd.

Det ställs allt oftare krav i skolskjutsavtal att eleverna ska få vara med på utrymnings- och säkerhetsövningar i bussarna. Även de mer långsiktiga frågorna om miljöanpassade färdmedel och stadsmiljöns utformning bör få större utrymme i samband med att denna åtgärd initieras i skolorna.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Antal kontaktade skolor per brev samt via telefon, antal möten, antal artiklar i skoltidningar.
2 Kännedom/kunskap	Antal och andel lärare i distriktets skolor samt berörda väghållare, skolbussansvariga m fl som känner till projektet och vad detta innebär.
3 Användning	Antal skolor/klasser som genomfört en kartläggning av barnens resor till skolan.
4 Acceptans	Antal och andel elever som börjar respektive slutför kartläggningen. Antal gående skolbussar.
5 Individuellt beteende	Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel före respektive efter åtgärd.
6 Systemeffekt	Beräkning av antalet inbesparade km, utsläpp, färre bilar vid skolan.

Uppföljning på de första fyra nivåerna lämpar sig för ett eventuellt MM-kontor, och avser i första hand MM-kontorets arbete. För att klara nivå 5 och 6 krävs ett bra samarbete med skolorna, här är det effekter av den vandrande skolbussen och olika fysiska åtgärder som avses.

5.14 Mobilitetssamordnare för beslutsfattare

Projektet MM för beslutsfattare syftar till att öka beslutsfattarnas (i Region Skåne) kunskap om MM och hjälpa dem att föregå som goda förebilder för MM. Detta möjliggörs genom att man anställer en mobilitetssamordnare för styrelsen och ledningen. Projektet förväntas ge två olika slags effekter – dels en minskad miljöbelastning från styrets och ledningens resor, dels en ökad kunskap om MM hos politiker.

Målgrupp och kanaler

Målgrupper är politiker som sitter i regionstyrelsen och tjänstemän i ledningen. Dessa ska påverkas till ett mer miljöanpassat resande i tjänsten och till arbetet genom stöd från en mobilitetssamordnare.

Vem ansvarar?

Region Skåne.

Hur ska åtgärden genomföras?

En mobilitetssamordnare med särskilt ansvar för regionstyrelsens och ledningens resor anställs. Denna verksamhet kan samordnas med den verksamhet som bedrivs mot andra målgrupper från mobilitetskontoret. Det är viktigt att mobilitetssamordnaren har en naturlig förankring i organisationen gärna med koppling till de personella och ekonomiska frågorna.

Mobilitetssamordnare

Mobilitetssamordnaren ska ansvara för att utforma och initiera information om MM och bästa färdmedelsval till målgruppen, vilket t ex kan innehålla såväl effekter på miljö, hälsa och säkerhet med olika färdmedelsval som praktisk information. Vidare kan samordnaren hjälpa till med skräddarsydda lösningar för varje persons resande och ta emot klagomål från målgruppen angående resor som inte fungerar bra och vidarebefordra dessa till berörda som kan åtgärda detta.

Take-off

För att projektet ska få en bra start hålls ett uppstartsmöte med föredrag kring Mobility Management och en presentation av vad mobilitetssamordnaren kan hjälpa till med.

Media

Media har en viktig roll. Genom att målgruppen för projektet är beslutsfattare som är relativt kända bör man kunna locka media till att skriva om projektet och därmed nå ut med informationen till en bredare publik.

Resursbehov

Kostnaderna består av personella resurser i form av en mobilitets-samordnare. Nedanstående beräkning har gjorts för en halvtidsanställd person.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Personella resurser	250.000	250.000	250.000	750.000
Uppföljning och utvärdering	40.000	40.000	80.000	160.000
Totalt:	290.000	290.000	330.000	910.000

Svårigheter och möjligheter

Projektet har blivit inspirerat av det MMC- "Mobility Management Centre" som bildats i Bryssel för EU-parlamentariker med syfte att hjälpa ledamöter att resa effektivare och mer miljöanpassat. Ett uppstartsmöte och ett arbetsmöte om MMC hölls i oktober 2001 innan MMC bildats för att diskutera syfte och förutsättningar.

Finansiering kan vara en svårighet, eventuellt kan en utformning som projekt (där det finns ett tidsbegränsat åttagande) underlätta. Det är viktigt att det förankras i den befintliga organisationen. Erfarenheter visar också att det är en fördel att koppla mobilitetsarbetet till den del av organisationen som ansvarar för personal och ekonomi.

Effekter

Generellt kan sägas att informationsåtgärder är kostnadseffektiva i jämförelse med infrastrukturåtgärder. Ett stort hinder för att välja ett mer miljöanpassat färdmedel är brist på kunskap. Beslutsfattare och personer med ledningsbefattningar spelar en viktig roll som förebilder. Genom att ledningen föregår med gott exempel skapas ett socialt tryck som kan få positiva effekter även utanför målgruppen - i övriga organisationen och i övriga Skåne.

Tillgänglighet

Åtgärden bedöms ha positiv effekt på tillgängligheten. Genom att målgruppen får tillgång till god information om olika färdmedel kan de välja det eller de färdmedel som passar bäst. I förlängningen kan ett ökat kollektivtrafikresande även innebära högre standard och därmed bättre tillgänglighet.

Miljö

Åtgärden bedöms ha positiv effekt på miljön då den syftar till ett minskat bilresande. Genom projektet kan flera positiva, men svårkvantifierade och mer långsiktiga, effekter erhållas. Exempel på effekter är minskat behov av parkeringsplatser. Att förändra folks beteende är en process som tar tid och effekten märks kanske inte direkt.

Trafiksäkerhet

Åtgärden bedöms ha svagt positiv påverkan på trafiksäkerheten genom ett ökat kollektivtrafikresande och bättre information kring fordonsval etc.

Samverkan och samordning

Det finns möjlighet att samordna denna åtgärd med åtgärden regionalt mobilitetskontor; informationsmaterial kan t ex lämpligtvis användas gemensamt. Det borde även finnas möjlighet till samordning i den befintliga organisationen.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Antal kontaktade personer (utskick och seminarier)
2 Kännedom/kunskap	Antal personer i målgrupper/respektive i övriga organisationen som känner till MM respektive som känner till Mobilitetssamordnaren.
3 Användning	Antal personer på möte, antal personer som kontaktat mobilitetssamordnaren.
4 Acceptans	Antal personer som ändrat resmönster och färdmedelsval, antal personer som fattat beslut till fördel för MM-principerna
5 Individuellt beteende	Förändring av resmönster och färdmedelsval före och efter åtgärd.
6 Systemeffekt	Beräkning av inbesparade km och utsläpp.

5.15 Marknadsföring av kollektivtrafik till barn

För att kollektivtrafiken ska vara ett naturligt inslag för barn behövs anpassad information och marknadsföring. Har man som liten lärt sig att det är kul och bra att åka med kollektivtrafik, så är det något man ofta fortsätter med när man växer upp. Barnens förmåga att påverka sin omgivning, sina föräldrar och andra barn ska inte heller underskattas.

Kollektivtrafiken attraherar redan idag många små barn – bussar och tåg väcker uppmärksamhet och lockar. Projektet syftar till att stimulera och utveckla detta intresse genom att på olika sätt ta fram produkter och information som tilltalar barnen.

Målgrupp och kanaler

Målgruppen i detta åtgärdsförslag är i första hand förskolebarn och yngre skolbarn. Ju tidigare barnen förknippar resande med kollektivtrafik, desto större är möjligheten till att barnet växer upp och använder sig av kollektivtrafik. För att nå skolbarn och förskolebarn är samarbetet med kommunen av stor betydelse.

Vem ansvarar?

Skånetrafiken och/eller Lunds Stadstrafik.

Hur ska åtgärden genomföras?

Åtgärden bör genomföras av Skånetrafiken och/eller Lunds Stadstrafik tillsammans med intresserade kommuner och de operatörer som sköter trafiken. Åtgärden bygger på två delar – dels direkt påverkan genom distribution av förköpskort till ett antal skolklasser/förskoleklasser, dels indirekt påverkan genom att tillverka nya barnanpassade produkter.

Distribution av förköpskort

I Helsingborgs MÖTs-projekt ”Res klokt” har ett antal fjärdeklassare försetts med förköpskort värda 100 kr. Kortet ska användas av eleverna för att ta sig till och från skolaktiviteter. Därefter får de berätta vad de har använt de 100 kronorna till. Detta projekt är ett bra exempel på hur yngre barn kan lära sig att åka buss på egen hand och kan genomföras på flera platser i Skåne med hjälp av Skånetrafiken.

En förutsättning är att kollektivtrafikutbudet är stort, vilket begränsar projekten till ett fåtal orter i Skåne, t ex Helsingborg (där projektet redan är igång), Malmö, Lund och Kristianstad. Förköpskortet bör emellertid inte distribueras till barn yngre än 10 år, eftersom de måste kunna ta ansvar i trafiken och ha tillräckligt med erfarenhet.

Marknadsföring och produkter för barn

Skånetrafiken har idag ett mycket litet utbud av produkter riktat till barn. Den produkt som finns är en pappersbuss som kan vikas till en 3D-modell

av en gul Skåneexpressen-buss. Skånetrafiken skulle t ex kunna ta fram en mer lekvänlig modellbuss i plast, som säljs på försäljningskontor etc. Åtgärden kan förmodligen till stor del bli självfinansierande genom att man tar betalt för produkterna. Priset får dock inte sättas så högt att kunderna (dvs föräldrar och barn), inte tycker att det är prisvärt. Andra lämpliga produkter är barnkepsar och pennskrin. I den sydtyska staden Eichstätt kan man t ex erbjuda kunder och besökare ett pennskrin fyllt med pennor och med linjenätet tryckt på ovansidan. Detta skulle kunna tillverkas för enskilda skånska städer. Eventuellt kan Skånetrafiken ta ut en avgift även vid försäljning av pennskrinet. En billigare produkt är att förse barn med lila ballonger med Skånetrafiken-logga.

Resursbehov

De huvudsakliga kostanderna utgörs av personella kostnader för projektledning, information och marknadsföring samt kostnader för korten. Dessa redovisas nedan. Kostnader för framtagande av nya produkter har inte tagits med.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Personella resurser för projektledning, information och marknadsföring	50.000	50.000	50.000	150.000
Kollektivtrafikkort till skolbarn	20.000	20.000	20.000	60.000
Uppföljning och utvärdering	20.000	20.000	40.000	80.000
Totalt:	90.000	90.000	110.000	290.000

Svårigheter och möjligheter

Svårigheten med denna åtgärd är att finna resurser till marknadsföring och produktframtagande, speciellt eftersom åtgärderna är riktade mot barn. Åtgärderna ger troligen inte några direkta effekter, men kan däremot vara mycket viktiga i det långa loppet. Med långsiktigheten som ett starkt argument bör resurser därför investeras i denna målgrupp.

En jämförelse som gjorts på LTH visar att marknadsföringsbudgeten för kollektivtrafiken i småstäder (med mellan 10 000 och 40 000 invånare) är avsevärt mycket lägre eller obefintlig i svenska städer jämfört med tyska, schweiziska samt österrikiska städer.²⁹ Av de nio icke-svenska städerna som ingår i undersökningen har alla en marknadsföringsbudget över 100 000 kr per år. Av de nio svenska städerna i undersökningen har endast Trelleborg, Skövde och Varberg en marknadsföringsbudget över 100 000 kr. Marknadsföring är ett så pass viktigt verktyg för att främja kollektivtrafiken att mer pengar bör satsas där.

Effekter

Det är svårt att beräkna effekterna för åtgärden, eftersom de största effekterna inte kommer att erhållas förrän på lång sikt när barnen har vuxit

²⁹ Attraktiv kollektivtrafik i små städer. Förutsättningar och möjligheter för ett ökat resande. Förstudie. Lund, Institutionen för Teknik och samhälle, 2000. Bulletin 194 - Lunds Tekniska Högskola.

upp och själva kan välja hur de vill förflytta sig. Kortsiktiga effekter kan uppstå med avseende på tillgänglighet och trafiksäkerhet, se nedan.

Tillgänglighet

Barnen som deltar i projektet får en mer positiv inställning till att åka med kollektivtrafik. Detta gör att tillgängligheten ökar för dessa barn. Istället för att föräldrarna ska behöva skjutsa sina barn till skola och fritidsaktivitet, kan de nu ta bussen istället.

Miljö

Åtgärden har troligen ingen nämnvärd kortsiktig effekt på miljön, men däremot kan den ge en långsiktig effekt; barn som idag lär sig hur kollektivtrafiken fungerar kommer att vara mer benägna att åka buss och tåg i framtiden också. Dessutom bör vi återigen påminna oss om barns förmåga att påverka sin omgivning, sina föräldrar och andra barn. Inte bara de själva kan få en ändrad inställning till kollektivtrafik och bilägande tack vare projektet, utan även andra runt omkring kan komma att påverkas långsiktigt.

Trafiksäkerhet

Åtgärden kan leda till att fler föräldrar låter sina barn åka med kollektivtrafik till skolan och fritidsaktiviteten istället för att bli skjutsade i bil. Detta medför troligen att färre bilar vid skolgården, vilket ökar trafiksäkerheten runt skolan.

Samverkan och samordning

Samordning bör företrädesvis ske med andra projekt riktade till barn. Åtgärdsförslaget ”Barns resor till skolan” är ett sådant exempel.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Antal möten, antal artiklar i tidningar.
2 Kännedom/kunskap	Antal och andel barn, lärare och kommuner som känner till projektet ”Res klokt” och Skånetrafiken produkter.
3 Användning	Antal och andel skolor/förskolor som: - ansöker om att få delta i ”Res klokt”. Antal sålda/utdelade produkter från Skånetrafiken.
4 Acceptans	Antal och andel skolor/förskolor/barn/lärare som: - börjar/slutför projektet ”Res klokt”.
5 Individuellt beteende	
6 Systemeffekt	

5.16 Bättre hälsa genom att gå och cykla

Rapporter från Riksförsäkringsverket visar att svenskarna tar ut alltför sjukdagar, detta gäller även i den yngsta statistikgruppen 16-29 år. Många stressar och känner att de inte räcker till på sin arbetsplats. På samma gång har de allra flesta en mycket stillasittande arbetsmiljö och fritid, där vi inte rör på oss tillräckligt. Detta har även resulterat i att andelen överviktiga ökat under de senaste 20 åren. Att cykla och gå till jobbet främjar inte bara hälsan och miljön, utan vi får även en möjlighet att stressa ner och tänka igenom dagen som varit i lugn och ro. För många innebär istället vägen hem en stressig trafikmiljö i bil.

Målgrupp och kanaler

Målgruppen i denna åtgärd är anställda på större arbetsplatser och organisationer. Kommunanställda är en grupp som kan vara intressant, eftersom detta kan leda till en positiv marknadsföring för kommunen. I Malmö har de anställda vid ortopedien på universitetssjukhuset MAS under våren 2002 varit med i ett liknande projekt. Andra arbetsplatser inom Region Skåne utgör därmed också en lämplig målgrupp. Om åtgärden är baserad på arbetsresor är det viktigt att deltagarna bor relativt nära sin arbetsplats (0-3 km är rimligt att gå, 3-10 km är rimligt att cykla). Det finns emellertid liknande åtgärder som bygger på att deltagarna även går och cyklar på sin fritid. Nedan redovisas båda dessa åtgärdstyper.

Vem ansvarar?

Det regionala MM-kontoret (se avsnitt 5.1).

Hur ska åtgärden genomföras?

MM-kontoret föreslås ansvara för att driva projektet. Det kan ge stöd under processen och bidra med utvärderingshandledning samt skapa intresse bland företag att delta i projektet. Arbetsplatserna är en naturligtvis en viktig samarbetspartner liksom berörda kommuner. Extern experthjälp kan anlitas för att ta fram underlag för kommunikationsplan, marknadsföring etc. Just marknadsföring av projekten är en mycket viktig del av åtgärdsförslaget.

Olika typer av åtgärder kan provas på olika platser i Skåne

Redan idag har liknande projekt genomförts på ett par platser runtom i Skåne.

I Lund har kampanjen **Cykla till jobbet** genomförts som en företagstävling anordnad vår och höst under de senaste åren. Kampanjen är en del av projektet Cykelkommunen i LundaMaTs-arbetet. Kampanjen har givit ett gott resultat med stor kännedom i kommunen. Därför bör Lunds kommun fortsätta med projektet.

Under våren 2002 har projektet **Mimosa** inletts vid ortopediska kliniken på MAS i Malmö. Ca 350 medarbetare deltar i pilotstudien som innehåller flera aktiviteter, bl a promenerar en grupp till jobbet, en annan cyklar och en tredje grupp åker kollektivtrafik. Deltagarna hälsotestas före och efter projektomgången, som beräknas vara avslutad vid midsommar 2002. Förhoppningen är att alla anställda vid MAS ska kunna vara med i Mimosa framöver.

Medan dessa två projekt fortskrider och testas på andra platser i Skåne kan även en tredje typ av åtgärd initieras. Denna åtgärd är inte beroende av att de anställda bor nära sin arbetsplats, utan här kan deltagarna samla poäng när de själva vill genom att gå, springa eller cykla. Projektet bygger på en norsk studie vid Ullevål sykehus i Oslo och som kallas **20-milsklubben**³⁰. Deltagarna ska under t ex 3 månader gå eller springa 20 mil. Om de cyklar kan t ex 3 km cykling motsvara 1 km promenad. Så fort de har gjort någon av dessa aktiviteter skriver deltagarna upp på sin lista hur de har motionerat och antalet ”promenadkilometer” som motioneringen motsvarar. Detta kan utformas till en tävling, där olika företag eller olika avdelningar får poäng utifrån hur aktiva medarbetarna är. I projektet i Oslo fick t ex de tre avdelningarna som hade flest aktiva medarbetarna 25 000, 15 000 resp. 10 000 kr som premie. Denna premie kunde sedan avdelningarna använda för att öka trivselen på arbetsplatsen.

Utvärdering av de olika åtgärderna

När projektomgångarna avslutats är det viktigt att utvärdera de olika projekten med avseende på hur lätt det var att få deltagare, framgångsfaktorer, kännedom, miljövinst, hälsovinst etc. Detta kan vara en lämplig åtgärd för ett regionalt Mobilitetskontor. Utifrån utvärderingen kan sedan andra kommuner och företag välja den åtgärd som de tror passar sina anställda bäst. Eventuellt kan resultaten sammanställas i en Goda Exempelsamling som kan distribueras till företag och organisationer i Skåne.

Resursbehov

Kostnaderna består i projektledning samt investeringskostnader på ca 5000 kr per deltagare för utrustning (cyklar, hjälmar, kollektivtrafikkort mm) och hälsoundersökningar. Därtill kommer kostnader för marknadsföring och utvärderingsarbete.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Projektledning	125.000	250.000	250.000	625.000
Rekrytering, annonsering	100.000	100.000	100.000	300.000
Utrustning, hälsoundersökningar etc.	150.000	300.000	300.000	750.000
Information till övriga anställda i företagen	50.000	100.000	100.000	250.000
Motivationsåtgärder	-	100.000	100.000	200.000
Uppföljning och utvärdering	50.000	50.000	200.000	300.000
Totalt	475.000	900.000	1.050.000	2.425.000

³⁰ 20-milsklubben, Ullevål sykehus, Oslo. Redusert sykefravær og økt trivsel. <http://www.arbeidsreiser.no/praksis/2.%20ullevaal.htm>

Svårigheter och möjligheter

Att det redan finns ett par projekt som redan är uppstartade i Skåne inom fältet kan ses som en fördel. Både Cykla till jobbet-kampanjen och Mimosa har fått mycket uppmärksamhet i massmedia och många känner till projekten. Det underlättar även att det inte bara handlar om en miljövinst utan att deltagarnas hälsa kan förbättras kraftigt. Många behöver uppmuntran och motivation, som i detta fall kan komma genom sådana här motivationsprogram. Professorerna Peter F. Hjort och Hans T. Waaler har i en forskningsrapport kommit fram till att den stora fördelen med att vara i dålig fysisk form är att det behövs så lite för att bli bättre. Träning består dessutom av 75 % motivation och 25 % svett.

Effekter

Genom att fler cyklar och går till arbetet kan flera positiva, men svårkvantifierade, intäkter erhållas. Exempel på intäkter är minskade transportkostnader, minskat behov av parkeringsplatser och förbättrad hälsa.

Tillgänglighet

Det är svårt att göra någon fullständig kostnadsnyttoanalys för deltagarna. Friskare personal är svårt att värdera. Rent samhällsekonomiskt, då även minskade bilkostnader för de inblandade medräknas, bör dock projekten vara direkt lönsamma.

Erfarenheter från Lund visar att deras tio Hälso-trampare, som alla hade mellan 6 och 18 km enkel väg, har cyklat ca 5600 mil under ett år. Hälso-tramparna, som hade förhållandevis god fysik redan innan de började cykla, har förbättrat sin kondition och sin hälsorelaterade livskvalitet med ca 10 % samtidigt som stressen har minskat med ca 10 %. Ekonomiskt har varje deltagare sparat cirka 5000 kr/år eller 400 kr/mån enbart på bensinpengar, eller ca 16.000 kr/år om hela bilkostnaden medräknas. Detta blir 160.000 kr per år för hela gruppen.

Tillgängligheten kan även sägas öka genom att antalet sjukdagar förväntas sjunka för deltagarna. Norska hälso- och livsstilsstudier visar att en person kan sänka sin sjukfrånvaro med 15 % genom att motionera regelbundet. En första beräkning på Ullevål sykehus i Oslo visar också att sjukfrånvaron har gått ned och man utgår från att 20-milsklubben har spelat roll.³¹

De ekonomiska effekterna av förbättrad hälsa hos anställda vid företag som satsar på motion för de anställda uppskattas till flerfaldiga de investerade beloppen. Inga större undersökningar har gjorts, men ett antal mindre studier på olika företag visar på att en investerad krona i motionsåtgärder innebär en avkastning på fem kronor genom minskad sjukfrånvaro etc³².

³¹ 20-milsklubben, Ullevål sykehus, Oslo. Redusert sykefravær og økt trivsel. <http://www.arbeidsreiser.no/praksis/2.%20ullevaal.htm>

³² Uppgifter från Folkhälsoinstitutets webbplats <http://bli.fysisktaktiv.nu>. Se även artikel i Sydsvenska Dagbladet, 15 nov 2001

Miljö

Miljöeffekterna ska i detta åtgärdsförslag ses som en bonus, eftersom fokus ligger på att förbättra invånarnas hälsa. De miljöeffekter som uppstår kan emellertid bli ganska stora, beroende på antalet deltagare och hur de har transporterat sig till och från jobbet tidigare. Med gång och cykel blir utsläppen minimala. Med tio cyklister som har ett medelavstånd till arbetsplatsen på ca 7,5 km, och som låter cykeln ersätta bilen 95 % av alla dagar av årets ca 225 arbetsdagar, blir den totala effekten ca 3200 mil/år och ca 7 ton koldioxid per år. Varje deltagare bedöms även kunna motivera åtminstone ett antal personer att prova eller på mer regelbunden basis cykla eller gå till arbetet samt röra sig mer på fritiden. På så sätt har åtgärden relativt stor möjlighet att bidra till minskad miljöpåverkan från transporter.

Trafiksäkerhet

Åtgärden bedöms ha marginell påverkan på trafiksäkerheten.

Samverkan och samordning

Åtgärden bör användas för att understödja och förstärka effekten av övriga åtgärder inom området, t ex bilpooler. Region Skåne och vårdgivare är viktiga externa aktörer att samverka med för att öka trovärdigheten i budskapet om vikten av daglig motion.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Antal kontaktade organisationer, antal utdelade broschyrer, antal möten, antal artiklar i tidningar.
2 Kännedom/kunskap	Antal och andel anställda i samverkande företag som känner till resp. projekt och värningskampanjen.
3 Användning	Antal och andel anställda som: - ansöker om att få delta.
4 Acceptans	Antal och andel anställda som: - börjar/slutför projektet.
5 Individuellt beteende	Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel (bil, kollektivt, cykel) före och efter åtgärd.
6 Systemeffekt	Beräkning av inbesparade km, utsläpp, antal färre parkeringsplatser, hälsoeffekter och minskad sjukfrånvaro.

5.17 Startpaket för nyinflyttade

Byte av bostadsort och/eller arbetsplats är en av de vanligaste orsakerna till att människor ändrar sina resvanor.³³ Genom att rikta information och motivationsåtgärder till personer som nyligen flyttat till eller inom regionen ökar möjligheterna att dessa bibehåller eller etablerar ett miljöanpassat resbeteende.

Målgrupp och kanaler

Årligen flyttar många människor till Skåne eller byter bostad inom regionen. En naturlig avgränsning av målgruppen sker sannolikt då inte alla kommuner har möjlighet att driva en informationsåtgärning mot alla nyinflyttade. Även inom de intresserade kommunerna kan en avgränsning behöva göras för att minska satsningens omfattning. Särskilda satsningar kan exempelvis göras i de områden där man har en hög inflyttning (t ex nybyggnadsområden) eller i områden med särskilt goda kollektiv- och cykeltrafikförbindelser.

Vem ansvarar?

De skånska kommunerna var för sig eller i samarbete där det är fördelaktigt.

Hur ska åtgärden genomföras?

Huvudaktörer i denna åtgärd är kommunerna, t ex mobilitetskontor, Miljö-/A21-kontor, Gatukontor eller motsvarande. Därtill behövs ett antal viktiga samarbetspartners som kan bidra till att skapa ett attraktivt informationspaket, exempelvis kollektivtrafiken, taxi och bilpoolsaktörer med flera.

Inledningsvis föreslås ett pilotprojekt i en stadsdel i någon eller några kommuner. Kommunen tar initiativet och engagerar övriga lämpliga aktörer. I diskussion med aktörerna tas ett startpaket fram som testas på de nyinflyttade i ett lämpligt område.

Startpaketet bör innehålla information och incitament för att bibehålla eller etablera ett miljöanpassat resbeteende. Följande delar skulle kunna ingå:

- **Kollektivtrafik**

Kollektivtrafikhuvudmannen bör finna det attraktivt att informera om sina transporttjänster. Till exempel kan personliga jämförelser göras med att ta bilen till jobbet, både när det gäller tidsåtgång och ekonomi (jämför projektet *SMART-trafikant i regionala stråk*). Personliga tidtabeller och annan information bör kompletteras med incitament för att prova de kollektiva förbindelserna. Ett bra sätt är gratis prova på biljetter och rabattkort.

³³ Waldo, Åsa, Vardagslivets resor i den stora staden, Sociologiska institutionen (lic avh), Lunds Universitet, 1999.

- **Cykling**

Cykelkarta bör bifogas, och information om restider och hälsoeffekter bör sammanställas (jämför projektet *SMART-trafikanter i regionala stråk*). Eventuellt kan detta kombineras med reklam från lokala cykelhandlare.

- **Bilpooler**

Information bör sammanställas om alla de bilpoolsaktörer som verkar i regionen, såväl privata som kommersiella. Information om poolbilars placering och om kostnader för deltagande och användning jämfört med att ha egen bil bör ingå. Särskilda rabatter från bilpoolerna kan eventuellt erbjudas de nyinflyttade.

- **Samåkning**

Startpaketet bör uppmuntra till samåkning, t ex i de fall där kollektivtrafiken inte är tillräckligt konkurrenskraftig. Man kan bli upplysta om de pendlarparkeringar som finns i regionen.

- **Taxi**

Taxi är en viktig del i ett miljöanpassat transportsystem, om det fungerar som ett komplement till kollektivtrafik, cykel etc. Eventuellt kan taxibolag erbjudas att göra reklam för sina tjänster här.

Resursbehov

Kostnaden beror huvudsakligen av personalkostnader för att administrera utskicket, samt kostnader för tryckning och porto. Nedanstående kostnader avser en 25%-tjänst under ett år för att ta fram startpaketet, tryck och utskick till 1000 hushåll. Respektive samarbetspartner förutsätts betala sina egna utlägg, rabatter och arbetstid.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Personella resurser	125.000	50.000	50.000	225.000
Tryck och porto	25.000	25.000	25.000	75.000
Uppföljning och utvärdering	50.000	50.000	50.000	150.000
Totalt:	200.000	125.000	125.000	450.000

Svårigheter och möjligheter

Åtgärden torde vara mycket kostnadseffektiv då den riktas in på den målgrupp som bedöms vara lättast att påverka när det gäller resvanor. När startpaketet väl tagits fram är det inte ett särskilt stort arbete att hålla det uppdaterat.

En svårighet kan vara att få med samarbetspartners som kan bidra till att göra startpaketet verkligen intressant och förmånligt. Informationen behöver sannolikt kompletteras med flera goda erbjudanden för att startpaketet ska uppmärksammas bland den reklam som kommer i brevlådan.

Effekter

Tillgänglighet

Åtgärden bedöms ha positiv effekt på tillgängligheten, eftersom de nyinflyttade får tillgång till god information om de färdmedel de kan välja.

Miljö

Åtgärden bedöms ha positiv effekt på miljön. Oss veterligen har dock inga större ansträngningar som denna genomförts i Sverige tidigare. Det finns exempel på kommuner som genomfört vissa delar. Lunds kommun skickar till exempel ut två gratis biljetter för resor med stadstrafiken till alla nyinflyttade. Inga utvärderingar av dessa satsningar har gjorts.

Det finns dock studier som visar att byte av bostadsort och/eller arbetsplats är en av de vanligaste orsakerna till att människor ändrar sina resvanor. Detta betyder att attitydpåverkan i en sådan situation borde vara mer effektiv än attitydpåverkan i andra sammanhang.

Trafiksäkerhet

Åtgärden bedöms ha liten effekt på trafiksäkerheten.

Samverkan och samordning

Samverkansmöjligheter finns främst när det gäller framtagning av den information som ska ingå i startpaketet. Detta gäller t ex åtgärderna *Demonstrationsprojekt för miljöanpassad arbetspendling* och *Virtual Mobility Center och SMART-trafikant i regionala stråk*.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer.

Nivå	Förslag till indikatorer
1	Nyttiga prestationer
2	Kännedom/kunskap
3	Användning
4	Acceptans
5	Individuellt beteende
6	Systemeffekt

Antal kontaktade hushåll
Antal hushåll som tagit del av informationen som skickats till dem.
Antal hushåll som säger sig ha ändrat sina resvanor tack vare informationspaketet.
Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel (bil, kollektivt, cykel) före och efter åtgärd.
Beräkning av inbesparade km, utsläpp.

5.18 Job Ticket

Denna åtgärd syftar till att underlätta för anställda att använda kollektivtrafiken inom Skåne (och Öresundsregionen) vid arbets- och tjänsteresor. Detta ska åstadkommas genom enklare system som förskottade busskort för arbetsresorna och ett system för gemensamma förköpskort för tjänsteresorna som syftar till att ge såväl enklare användning som fakturering. Ytterligare en fördel är att det härigenom bör bli billigare för resenären och därmed företaget/organisationen. Potentialen bedöms som stor eftersom tjänsteresandet i Sverige, enligt den senaste resvaneundersökningen RES 2000, utgör ungefär en tiondel av det totala resandet (km) och har en relativt hög andel bilresor på de kortare avstånden.

Målgrupp och kanaler

Målgruppen är anställda på arbetsplatser i Skåne. Uppbyggnad av systemet bör ske i samarbete med ett antal resesamordnare på större arbetsplatser där tjänsteresandet inom Skåne är stort för att ta reda på behov och förutsättningar. Lunds Universitet är ett exempel på arbetsplats som lämpligtvis bör ingå i samarbetsgruppen, eftersom man där såväl inom organisationen som med Skånetrafiken redan diskuterat denna fråga. Detta förslag bygger i princip på ett arbete som påbörjats mellan Lunds Universitet och Skånetrafiken om att förenkla biljetthantering och förköpssystem vid tjänsteresor.

Vem ansvarar?

Huvudaktör i denna åtgärd är Skånetrafiken.

Hur ska åtgärden genomföras?

Projektet består av två delar: förskottade kollektivtrafikkort för arbetsresor och kollektivtrafikkort för tjänsteresor - Job Tickets.

Förskottade busskort för arbetsresor

Förskottade busskort innebär att arbetsgivaren köper in kollektivtrafikkort till de anställda som önskar sådana. Förutsättningen är att det hos Skånetrafiken skapas ett enkelt system för att administrera detta via t ex Internet. Syftet med åtgärden är att det ska bli enklare att betala för kollektivresorna – arbetsgivaren gör bara en beställning och den anställde betalar via lönen. Samtidigt kan biljetterna eventuellt kombineras med rabatter.

Job ticket-kollektivtrafikkort för tjänsteresor

Flera arbetsplatser använder sig idag av förköpskort för kollektivtrafiken som kan användas av alla anställda: man har ett kort centralt som man tar när man behöver det och antecknar när man returnerar det vart man åkt och till vilken kostnad. Detta underlättar dels resandet för den enskilde jämfört med att köpa engångsbiljett, dels underlättar det för företaget då ingen ersättning för biljetten behöver betalas ut individuellt vilket minskar administrationen. Denna tjänst borde dock kunna utvecklas mer bl a genom

att låta alla anställda ha var sitt kort som går på samma konto som resesamordnaren betalar in på, härigenom slipper man hämta ut kortet varje gång och riskera det inte är tillgängligt. Betalnings- och fakturerings-systemet för dessa kort borde också kunna skötas enkelt via Internet. En förstudie bör tillsammans med några arbetsplatser (t ex Lunds Universitet) göras om behov och funktion hos ett sådant system.

Nästa steg är att bygga upp ett system enligt den behovs- och funktionsanalys som gjorts i förstudien.

Steg 3 är att marknadsföra systemet och de olika möjligheter som finns för arbetsgivare att erbjuda förskottade busskort samt prenumerera på Job Tickets. Marknadsföringen kan mycket väl starta innan systemet med alla rutiner är klara. Första steget i marknadsföringen kan vara att marknadsföra det som redan finns. Många arbetsgivare har säkert inte funderat så mycket över de möjligheter som faktiskt redan finns. När man inleder denna marknadsföring kan det dock vara bra att kunna ange ett datum för när man avser att ha ett enklare system och hur det då kommer att se ut.

Resursbehov

Kostnaden beror huvudsakligen av förstudie, uppbyggnad av system och marknadsföring. Kostnaden för uppbyggnad av systemet är naturligtvis beroende av vad som framkommer i förstudien avseende önskemål om funktioner etc.

	År 1	År 2	År 3	Totalt
Projektledning	50.000	50.000	50.000	150.000
Förstudie	100.000	-	-	100.000
Uppbyggnad av system	100.000	400.000	-	500.000
Marknadsföring: besök på företag	50.000	100.000	50.000	200.000
Uppföljning och utvärdering	-	20.000	50.000	70.000
Totalt:	300.000	570.000	150.000	1.020.000

Svårigheter och möjligheter

Svårigheterna med projektet ligger förmodligen i att hitta finansiering. Det bör dock vara möjligt genom att samutnyttja resurser med andra projekt såsom *Virtual Mobility Center*.

Förutom administrativa fördelar finns det en stor potential att genom projektet få nya kunder. Företagens möjlighet att styra val av färdmedel vid tjänsteresor i resepolities och liknande kan ytterligare förstärka tjänstens effekt.

Effekter

Tillgänglighet

Åtgärden bedöms ha positiv effekt på tillgängligheten, eftersom systemet förenklar användandet av kollektivtrafiken.

Miljö

Åtgärden bedöms ha positiv effekt på miljön då den underlättar för anställda att välja kollektivtrafiken istället för bil och taxi i tjänsten. Åtgärden bedöms ha en relativt stor potential eftersom ca en tiondel av det totala resandet i Sverige sker med tjänsteresor. Företagens möjlighet att styra val av färdmedel vid tjänsteresor i resepolities och liknande kan ytterligare förstärka tjänstens effekt.

Trafiksäkerhet

Åtgärden bedöms ha liten effekt på trafiksäkerheten.

Samverkan och samordning

Samverkansmöjligheter finns främst när det gäller marknadsföring av tjänsten. Denna skulle kunna marknadsföras inom ramen för flera av de andra föreslagna åtgärderna som *Demonstrationsprojekt för miljöanpassad arbetspendling*, *Virtual Mobility Center*, och *SMART-trafikant i regionala stråk*.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering föreslås ske på följande nivåer:

Nivå	Förslag till indikatorer
1 Nyttiga prestationer	Antal kontaktade arbetsplatser.
2 Kännedom/kunskap	Antal anställda och arbetsplatser som känner till tjänsterna förskottade busskort respektive JobTicket.
3 Användning	Antal arbetsplatser som abonnerar på tjänsterna.
4 Acceptans	Antal anställda som använder JobTicket respektive förskottade busskort.
5 Individuellt beteende	Förändring av färdmedelsval, km med olika färdmedel (bil, kollektivt, cykel) före och efter åtgärd för arbetsresor respektive tjänsteresor.
6 Systemeffekt	Beräkning av inbesparade km och utsläpp.

6. Förslag till genomförande-strategi

Eftersom Länsstyrelsen i Skåne län inte avser att själva genomföra den föreslagna handlingsplanen är det särskilt viktigt att få andra aktörer involverade och engagerade. Detta är svårt och risken att handlingsplanen bara blir en pappersprodukt är stor. Samtidigt ger det en stor frihet och flexibilitet där många olika aktörer kan ta vara på det de tycker är bra och sedan förädla och utveckla idéerna så att det passar för deras förutsättningar.

Vi ger här ett förslag till hur man kan försöka säkerställa att förslagen kommer till konkret handling.

Anordna ett startseminarium

För att sprida information om handlingsplanen och de projektförslag som föreslagits är det lämpligt att anordna ett seminarium dit olika aktörer i regionen bjuds in. Syftet är, förutom att informera, även att få synpunkter på projektidéerna och att skapa ett intresse för MM i Skåne. Seminariet kan eventuellt samordnas med något annat projekt eller forum, t ex genomföras som en del inom "Nya miljömål i Skåne" eller inom ramen för Skåne-MaTs.

Låt Skåne-MaTs föra handlingsplanen vidare

Skåne-MaTs är ett brett samarbete kring miljöanpassade transporter i Skåne och tanken är att Skåne-MaTs ska fungera som paraply för konkreta delprojekt som på olika vis handlar om miljöanpassade transporter. Skåne-MaTs är därför en naturlig "arvtogare" till många delar av handlingsplanen.

Förslaget innebär inte att Region Skåne ska ta ansvar för att alla projekten genomförs men det behövs någon central aktör som kan utgöra bollplank och medverka till att det finns ett utbyte av information och kunskap mellan projekt och aktörer. Det vore därför önskvärt att styrgruppen för SkåneMaTs kunde ta ansvar för vissa projektförslag samt att genom Skåne-MaTs kunna medverka till att sprida projektförslagen till övriga aktörer.

För närvarande är Skåne-MaTs endast förankrat som ett tidsbegränsat projekt (hösten 2001-hösten 2003) men det finns ett stort behov att Skåne-MaTs blir en fortlöpande process där olika projekt avslutas efterhand och andra successivt kommer till. I en sådan process kan handlingsplanen vara en värdefull resurs att hämta projektidéer ifrån.

Ett sätt att förankra detta synsätt kan vara att samla företrädare för de största regionala aktörerna för att få en samsyn om hur det regionala MaTs-arbetet i allmänhet och MM i synnerhet, ska bedrivas. Parter som bör delta är bl a Länsstyrelsen, Region Skåne, Vägverket, Banverket, Skånetrafiken

och kommunerna. Förankringen bör följas av en gemensam avsiktsförklaring och konkreta åttaganden från respektive organisation.

Starta det regionala MM-kontoret

Ett av projektförslagen i handlingsplanen är ett regionalt mobilitetskontor (se avsnitt 5.1). Förslaget innebär att en sådan funktion skapas för att kunna initiera, samordna och stödja många andra projekt inom Mobility Management. Det regionala Mobilitetskontoret skulle ta ett särskilt ansvar för ”regionala” projekt, det vill säga sådana som bör drivas över kommungränserna, men även vara en viktig resurs för mindre kommuner som inte själva kan ha denna kompetens.

Flera av de övriga projektförslagen är starkt beroende av att denna åtgärd först blir en verklighet. I uppstarten bör man därför prioritera att så snabbt som möjligt finansiera och starta upp denna verksamhet.

Engagera regionala nätverk

Förutom att knyta de större aktörerna på området till handlingsplanen bör även olika regionala nätverk engageras. I vilka projekt de olika nätverken bör medverka är svårt att förutse men alla de olika sammanslutningar som finns medtagna i uppräknningen i avsnitt 3.1 tror vi har potential för att medverka.

Glöm inte uppföljning och erfarenhetsspridning

Ett av syftena med handlingsplanen är att överföra kunskap, underlätta ett delvis nytt tänkande hos olika aktörer där möjligheterna med Mobility Management uppmärksammas mera än idag. Därför är det viktigt att säkerställa att projekten följs upp och att erfarenheter sprids till andra.

Hur uppföljningen konkret ska genomföras beror på vilken eller vilka aktörer som tar ansvar för handlingsplanens genomförande. Det föreslagna regionala mobilitetskontoret skulle dock kunna ha en viktig funktion som en slags ”spindel i nätet”. Även Länsstyrelsen kan ha en viktig funktion som kunskapsförmedlare och som ”motor” för medverka till erfarenhetsutbyte mellan olika aktörer. Den modell för uppföljning och utvärdering som beskrivs i kapitel 4 bör kunna användas för uppföljningen i projekten.