

# Udviklingsworkshop: Hvordan knækker vi koden til samkørsel i pendlingen?

## Opsamling

Til udviklingsworkshoppen om samkørsel diskuterede kommuner, regioner, organisationer og arbejdspladser, hvordan vi i fællesskab kan fremme samkørsel. Der var fokus på de gode og konkrete ideer, som der kan arbejdes videre med og udføres i praksis. Vi har allerede en masse viden og fakta om samkørsel – nu skal vi finde de gode løsninger og komme ud over stepperne med samkørsel!

Denne opsamling beskriver de konkrete projektideer, som de syv grupper udformede og præsenterede på workshoppen. Derudover indeholder opsamling en bearbejdet version af den brainstorm, som kickstartede workshoppen og satte gang i alle de gode diskussioner og ideer.

## Projektideer

Benspænd: *Året er 2021 og vi er lykket! Hvad er der sket?*

### Mobilitetsbørsen – den omvendte markedsplads for samkørsel

#### Gruppe 1 - Kritisk masse

*Gustav Friis, Aarhus Kommune, Katrine Lerhard, Gate 21, Malene Kofod Nielsen, Region Nordjylland & Anja Puggard, Movia*

Her i 2021 kalder vi det ikke længere kritisk masse, da det er for systemisk. Nu kalder alle det **værdifuld aktivitet**. Vi snakker om samkørsel i forbindelse med vores nye **mobilitetsbørs**. Børsen er en uafhængig platform, hvor **strategien for samkørsel** har ændret sig siden sidste år. Her melder den enkelte ind, hvad de helt konkret har brug for, og så kommer udbuddet efter det og turen bookes. Tankegangen har ændret sig en smule, fordi der ikke hele tiden er sammenhæng mellem udbud og efterspørgsel = **den omvendte markedsplads for samkørsel**.

### Fleksibel og digital medkørselscentral

#### Gruppe 2 - Flexibilitet

*Helen Lundgaard, Region Hovedstaden, Tina Wexøe Erthberg, Ballerup Kommune, Gerald Maureschat, Gentofte Kommune & Mette Koustrup*

Her i 2021 har vi fundet den kritiske masse for samkørsel, og derfor er fleksibiliteten også blevet meget højere i pendlernes daglige samkørsel. Især **de unge** er gået forrest i samkørslen, fordi de mange gange har en mere fleksibel hverdag og har sulten efter at prøve det nye. Vi fandt inspiration i historien, hvor man i Tyskland engang havde en medkørselscentral. Her kunne man ringe ind og fortælle, hvilken tur man havde

tænkt sig at køre og så køre ind på tankstationerne på vejen og samle ventende folk op. Nu er det så fleksibelt, at man blot stiller sig ved en **fast samkørselsplads** og gør sig til en **”søgende” samkører** på sin telefon. Så får chauffører på ruten besked om den ventende samkøre og kan samle den ventende op. En interessant løsning var at lave et samarbejde med større byers **bybiler**, som GreenMobility og ShareNow, som mange unge foretrak som alternativ til bilejerskab. Det er blevet helt naturligt at **række hånden ud til de grønne delebiler**. Delebilerne belønner samkørsel med ekstra minutter til bilisterne, og det er den hippe måde at få korte lifts på.

## ”Vi samkører til arbejde”- kampagne

### Gruppe 3 - Incitament

*Susanne Krawack, Concito, Anne Stougaard, Gladsaxe Kommune, Sofia Pitt Boserup, Gubra ApS & Morten Nymann Michaelsen, Energistyrelsen*

2021 har været et forrygende år for samkørsel, hvor året blev sparket i gang med en fantastisk **”Vi samkører til arbejde”-kampagne**, som var sat i gang af en samkørselsplatform. Kampagnen byggede på alle de **gode erfaringer fra VCTA** med konkurrenceelementer og de kollegiale følelser. De få tvivlere som var tilbage, blev overbevist om at deltage i kampagnen ved at arbejdsgiverne stillede en **Guaranteed Ride Home-løsning** til rådighed via taxa. Ikke kun arbejdspladser stillede tiltag til rådighed under kampagnen. Også i samfundet kom der fokus på samkørsels-kampagnen, fordi **samkørende bilister måtte køre i busbanerne** under kampagnen. Efter kampagnen har kommuner og arbejdspladser fulgt op på de gode resultater ved at **promovere de gode cases og holdt gang i dialogen** om samkørsel på arbejdspladsen. De gode ambassadører som også samkører efter kampagnen, holder gryden i kog ved stadig at komme med de gode fortællinger til resten af arbejdspladsen. Der bliver kørt meget på **FOMO-følelsen**, hvor ingen har lyst til at gå glip af det fede fællesskab, som kampagnen og samkørsel skaber. Både chauffører og de modige passagerer, der turde lade bilen stå hjemme og køre med andre på job, blev desuden belønnet med **sponsorgaver** i forhold til adgang til kulturlivet.

## Hashtags og influencers – social branding

### Gruppe 4 - Kendskab, synlighed og uvidenhed

*Trine Keinicke Sørensen, Roskilde Kommune, Marie Jørgensen, Holbæk Kommune, Kasper Isbrand, Københavns Kommune & Marie-Louise Lemgart, Høje-Taastrup Kommune*

Mens ”Vi samkører til arbejde”-kampagnen har skabt stor opmærksomhed på de deltagende arbejdspladser, skal der også information og kendskab ud til dem, som ikke er tilknyttet en deltagende arbejdsplads. Her i 2021 sker det rigtig meget gennem de **sociale medier**, hvor mange gør det til en del af deres **sociale branding** at være samkører. Der er kommet mange relevante **bloggere og influencers** på banen, som bruger **hashtags**, der fremmer samkørsel og mindsker transportspild. De sørger også for opmærksomhed i medierne og pressen. Facebook, LinkedIn osv. har alle taget dagsorden til sig, hvor det nu er blevet muligt at **frame sit profilbillede**, så ens kontakter også kan se, at man samkører og mindsker

transportspild. Hver gang du dokumenterer 5 x samkørsel er der desuden en række klimaaktivister i form af spisesteder, pop-up workspaces og shopping der tilbyder rabatter.

## ”Først til verdens ende” – nu med samkørsel!

### Gruppe 5 - COVID-19 og ad hoc samkørsel

*Stine Højer, Albertslund Kommune, Morten Hass, Region Hovedstaden, Anja Rosengreen, Halsnæs Kommune & Mette Olesen, Nordjyllands Trafikselskab*

Vi har heldigvis lagt corona-virussen bag os og som samfund kommet videre, men COVID-19 har også gjort, at vi alle hungrer efter at **møde andre mennesker og være sociale**. Og det skabte et **momentum** for samkørsel, som kommuner og regioner har understøttet. Det er primært gjort ved at **integrere den kollektive trafik mere med samkørsel**, blandt andet via trafikale knudepunkter med samkørselsskilte og samkørselspladser. Disse knudepunkter og skilte er efterhånden poppet op over hele Danmark. Ad hoc samkørsel er blevet en social ting, og det er blevet **en del af kulturen på arbejdspladser**. Personaleevents er begyndt at lege med ideen om samkørsel, hvor eventet ”Hvem kan smage flest forskellige hotdogs i Nordjylland” var en kæmpe succes blandt arbejdspladsens medarbejdere. Dette event var inspireret af tv-programmet ”Først til verdens ende”.

## Bilstreamers og samkørselsskilte i Erhvervsbyen

### Gruppe 6 - COVID-19 og organiseret samkørsel

*Janus Kirkeby, Coloplast A/S, Karen Brosbøl Wulf, Gladsaxe Erhvervsby, Line Holen Møller, Region Hovedstaden & Charlotte Hauerslev, Gate 21*

I Erhvervsbyen i Gladsaxe er direktørerne meget taknemmelige for, at vi til workshopen i 2020 satte fokus på samkørsel. Noget af det de er allermest glade for, er det skilt, som blev udviklet i forlængelse af workshopen. Skiltet kan sættes i bilens rude og **viser, at man kører sammen og tilbyder lift**. Skiltet fik især stor succes, fordi **direktørerne i erhvervsområdet var frontløbere**, hvilket gjorde op med den **usikkerhed og utryghed**, der tidligere havde været forbundet med samkørsel. I området fik de også lavet **”Vi kører sammen”-skilte** i samarbejde med samkørselsplatformene, så både medarbejdere og andre borgere nu finder hinanden nemt og ubesværet. For at kickstarte samkørsel i Erhvervsbyen, fik man de **første tre ture gratis**, og som belønning fik man også rabat på den lokale cafe, hvilket skabte **lokal presse og støttede den lokale handel samtidig**. Erfaringen er, at det var den nationale **”Vi samkører til arbejde”-kampagne**, som satte gang i samkørslen i Erhvervsbyen.

## Kreativ, nysgerrig og underfundig kampagne relancerer samkørsel i DK

### Gruppe - 7 Udbydergruppen

*Clement Guasco, FDM, Amalie, FDM, Ida Blinkenberg Lidell, NaboGO & Kasper Dam Mikkelsen, NaboGO*

Siden 2020 har udbyderne arbejdet på at gøre samkørsel til et normalt transportvalg på lige fod med tog, metro, cykel osv. og reclaimere begrebet. Det er de lykkedes med gennem en stor kampagne, hvor der var

fokus på **nysgerrighed, underfundighed og overraskelse**. Et bærende element i kampagnen var, at **det offentlige samlet set var afsenderen på kampagnen**, fordi det virkede mere troværdigt. Dette var med inspiration i COVID-19, hvor det offentliges udmeldelser om samfundssind, opførsel og adfærd havde stor virkning blandt andet på grund af troværdigheden. Fordi det offentlige var med i kampagnen, blev der også lavet **ændringer i infrastrukturen** til fordel for samkørsel. Her blandt andet **lystavler på motorveje** som gjorde opmærksom på muligheden for samkørsel, **reserverede samkørselsbaner** og til sidst **flere og bedre knudepunkter** med plads til samkørsel. Kampagnen blev gennemført af et stort kampagnebureau, hvor den enkelte **kommune og arbejdsplads nu kan finde inspiration og materiale** om samkørsel, så de ikke skal starte fra bunden, når de ønsker at arbejde mere med samkørsel. Kampagnen blev skabt i løbet af et **design-hackathon**, hvor studerende fra designskoler og andre interessenter lavede forskellige bud på virale strategier for samkørsel.

## Opsamling fra brainstorm

### Kritisk masse

- Stor og bred udrulning af samkørsel i for eksempel erhvervsområder eller boligforeninger kan skabe grundlag for en stor brugergruppe.
- Flere muligheder for samkørsel bør samles ét sted, så der sikres stort antal brugere og mange udbudte ture. Integration mellem Rejseplanen og alle samkørselsplatforme vil skabe grundlag for den manglende kritiske masse.
- Samkørsel og grøn medarbejdertransport skal være en del af arbejdspladsers DNA. Håndholdte indsatser og dialoger om samkørsel med medarbejderne kan kickstarte samkørsel og tilmelde mange samkørselsplatforme. Samkørselskampagner a la VCTA og Klimasprint kan også tiltrække flere medarbejdere
- Bopælskort blandt medarbejderne som gør det nemt at parre kollegaer til at samkøre. Kan med fordel introduceres sammen med udrulningen af samkørsel på arbejdspladsen. Region Hovedstaden har eksempelvis lavet et bopælskort for medarbejdere ved Gentofte Hospital.
- For at skabe kritisk masse i oplandskommunerne kan der afholdes borgerdialoger, hvor områdets pendlere kan diskutere, hvad der er vigtigt for dem i forhold til samkørsel.

### Fleksibilitet

- Garanti for hjemtur er meget vigtigt for pendlere som samkører. Her foreslås aktiviteter a la Rejsegaranti, aflysningsforsikring og *Guaranteed Ride Home* med taxa. Garanti for at kunne komme hjem kan også sikres med gode back up-løsninger som kombination mellem samkørsel og kollektiv trafik / flextrafik.
- Planlægning og booking af flere ture på én gang vil skabe større fleksibilitet hos pendlere, som skal til samme destination flere gange om ugen. Det skal være nemmere at booke både ud og hjem på én gang gennem samkørselsplatforme, også gerne mulighed for at booke ture til en hel arbejdsuge.
- Mulighed for at passageren kan tage cykel med på samkørselsturen. Så kan man eventuelt cykle hjem, hvis der ikke er relevante udbudte ture.

- Designsprint og Matchmaking-arrangementer på arbejdspladsen og i lokalområdet kan øge fleksibiliteten, fordi man ved, hvem der samkører på arbejdspladsen eller i lokalområdet.
- Måske der kan gøres op for mistet fleksibilitet og mistet tid ved at tilbyde andre tidsbesparende aktiviteter som erstatning for samkører. Her eksempelvis samkørsel i busbaner og rabatter ved Nemlig.com, hvor man kan "hente" den tabte tid ind igen.

### Incitament

- Fordomme hæmmer lige nu samkørsel. Gode cases fra naboen eller kollegaen og storytelling på arbejdspladsen kan overkomme dette. Her kan samkørsels-ambassadører på arbejdspladserne skabe de gode historier.
- Tid er et vigtigt incitament, og det skal gerne være hurtigere at samkøre end at tage egen bil. Derfor skal samkørsel prioriteres i trafikplanlægningen: samkørselsbaner på motorveje og mulighed for at køre i busbaner som samkørende bilist.
- Konkrete regneeksempler for samkørsel kan fremme det økonomiske incitament for både chauffør og passager.
- Tilbud om gratis afprøvning af samkørsel er et incitament for, at man prøver samkørsel. Tag gerne fat i de nye medarbejdere og tilbyd dem en gratis prøveperiode. Nye medarbejdere har endnu ikke skabt faste transportvaner og er derfor mere klar på at prøve nye tiltag.
- Ved at besværliggøre pendling for enkeltpersonsbilister kan man skabe incitament for samkørsel. Her eksempelvis reserveret parkering for bilister som tilbyder samkørsel. Se eventuelt udsendte statusnotat om samkørsel, som omtaler en succesfuld tysk samkørselsordning, hvor reserveret parkering er incitamentet.
- Lokalplanlægning hvor p-normen nedsættes ved delebils- og samkørselsordninger. Både København, Roskilde og Ballerup Kommune arbejder allerede med dette.

### Kendskab, synlighed og uvidenhed

- Lavpraktiske løsninger kan øge kendskabet og synligheden. Eksempelvis streamers til biler der samkører, vejskilte som informerer om muligheden og samkørselsparkering.
- Kobling mellem samkørsel og lokalsamfund, hvor chaufføren kan vælge at give pengene tjent på samkørselture til lokalforeninger eller lokale arrangementer.
- Synliggørelse af den gode gerning (samkørsel) via belønning med forskellige gaver, som støtter op om lokalsamfundet: gavekort til den lokale detail.
- National opmærksomhed på samkørsel med en årlig eller månedlig samkørselsdag. Det vil skabe fokus og kendskab og samtidig også nedbryde tabu og fordomme.

### COVID-19

- Giver mulighed for at relancere samkørsel i lyset af COVID-19 og det opstået samfundssind. Det er en oplagt mulighed for at få kollegaer til at køre sammen, fordi vi skal køre med de samme personer.
- Samkørsel skal brandes som et godt alternativ til den kollektive trafik i en svær tid.
- Mulighed for at vælge en COVID-19 profil ved booking af ture der definerer, hvilken COVID19-type du er: har du håndsprit over det hele, eller er du mere *easy going*?

