

Kampagne til opmuntring af trafikanter til brug af miljøvenlige transportformer i Aalborg.

Gustav Friis, Projektleder
Aalborg Kommune, Teknik- og Miljøforvaltningen, Trafik og Veje
Stigsborg Brygge 5, 9400 Nørresundby
Email: guf-teknik@aalborg.dk

Abstract

Aalborg Kommune deltager i samarbejde med Nordjyllands Trafikselskab i EU-projektet MIDAS. MIDAS står for "Measures to Influence Transport Demand to Achieve Sustainability". Projektet tager udgangspunkt i brugen af markedsføring og information i et forsøg på at få byens trafikanter til at benytte bæredygtige transportformer så som bus, cykel, gang, delebils- eller samkørselsordninger. Kampagnen indeholder direkte markedsføringselementer for at få afprøvet, om dette kan medvirke til at forøge effekten af en kampagne. MIDAS er et internationalt projekt med deltagelse af byerne Liverpool (England), Clermont-Ferrand (Frankrig), Bologna (Italien), Cork (Irland) og Suceava (Rumænien).

Kampagnens formål er at øge kendskabet til Aalborg Kommunes og Nordjyllands Trafikselskabs information på transportområdet. Endvidere er det målet at ændre målgruppernes holdning til bæredygtig transport og endelig at kunne være med til at ændre målgruppernes transportvaner eller udskyde et eventuelt bilkøb.

Introduktion

Nordjyllands Trafikselskab (NT) og Aalborg Kommune deltager i årene 2006-2008 i EU-projektet MIDAS under Intelligent Energy Europe programmet. NT og Aalborg Kommune er partnere i et konsortium bestående af fem andre europæiske byer: Liverpool, Cork, Bologna, Clermont-Ferrand og Suceava.

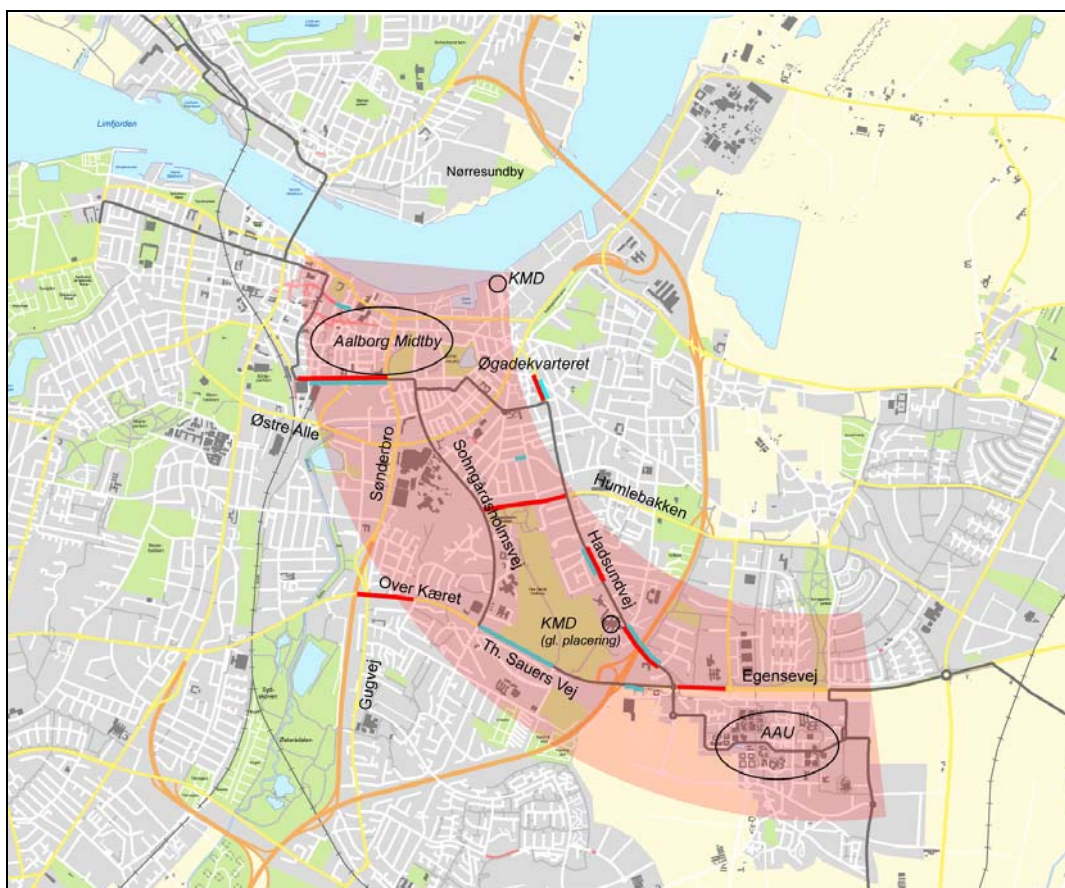
Dette paper beskriver fremgangsmåden lokalt og de forventede resultater, samt giver korte beskrivelser af, hvad der vil blive præsteret i de andre konsortiebyer. Paperet tager fat i et konkret projekt er derfor at betragte som oplæg til beskrivelse af best practice inden for brugen af 'bløde' virkemidler med henblik på at opnå mål defineret på tværs af et europæisk konsortium.

Hvad er MIDAS og hvad er 'soft measures'?

MIDAS er et EU-projekt med formål gennem forskellige virkemidler at opmuntre trafikanter til brug af bæredygtige transportmidler i de seks konsortiebyer. I Aalborg fokuseres der på brug af kollektiv transport, cykling og gang, samkørselsordninger og delebilsordningen, som

Hertz Delebilen startede op i Aalborg i 2004. Der tages ikke stilling til, hvilke transportformer der er mest bæredygtige, men alle transportformerne kan ses som gode alternativer til privatbilismen.

Fokusområdet i Aalborg følger en korridor, der populært kan kaldes universitetskorridoren. Korridoren strækker sig fra Aalborg Midtby til det centrale universitetsområde langs de primære pendlerruter mellem midtbyen og universitetet. Disse pendlerruter er for cyklisterne vedkommende via Øgadekvarteret og Hadsundvej og for den motoriserede trafik primært via Sohngaardsholmsvej og Th. Sauers Vej.



Figur 1: Universitetskorridoren med evalueringsstrækninger målt for hhv. biltrafik (rød) og cykeltrafik (blå).

Op mod 50 % af de studerende i Aalborg bor i denne korridor, hvorfor de studerende som målgruppe for projektet er oplagt. Endvidere er KMD medtaget som en case idet KMD under projektperioden flytter alle aktiviteter til et nyt kontordomicil i den nordøstligste del af korridoren. En sådan flytning af medarbejderne kunne være med til at ændre transportvaner og Aalborg Kommune og NT ønsker at benytte denne lejlighed til at arbejde for en ændring mod en mere bæredygtig måde at transportere sig på. De studerende, som forventes umiddelbart at benytte kollektiv trafik og cyklen mere end de ansatte på KMD. Det handler derfor om at ændre opfattelsen af bæredygtig transport som uflexibel og dyr mod en

opfattelse af, at de bæredygtige transportformer som logiske alternativer til privatbilismen. Dette skulle på sigt gerne udskyde bilkøbet hos de studerende.

Med definitionen af projektets geografiske skala og involverede parter, fokuseres nu på projektets overordnede tilgang i forhold til de virkemidler, der kan benyttes til opmuntring af trafikanterne til brug af mere bæredygtige transportformer. Projektet tager udgangspunkt i begrebet Soft Measures. MIDAS arbejder med en meget bred definition af begrebet, der således omfatter:

1. Uddannelse,
2. deltagelse og konsultation,
3. information,
4. rådgivning,
5. kendskab og markedsføring, samt
6. planlægning og koordinering.

I Aalborg er indsatsen koncentreret om punkterne 2 og 3. Modsætningen til disse soft measures er hard measures, som i høj grad også ofte er med til at definere soft measures. Disse hårde midler er langt mere håndgribelige virkemidler og derfor også lettere at definere. Disse omfatter for eksempel infrastrukturforbedringer og flere busser. Skillelinjen mellem de to former for midler er dog ikke helt tydelig og der vil således også være tiltag, der kan kategoriseres som både hårde og bløde – eller ingen af delene. Disse tiltag defineres i projektet som associated measures, eller tiltag der støtter op omkring eller ligger til grund for implementeringen af de før omtalte bløde tiltag. Disse tiltag dækker blandt andet over cykelfaciliteter, som for eksempel muligheden for at låne cykler, sikker cykelparkering, delebilsordning, information om kollektiv trafik i byen, mobility management centre som for eksempel på Kennedy Arkaden og samkørselsordninger. Associated measures er en forudsætning for, at de bløde tiltag kan implementeres succesfuldt, men er ikke i sig selv en del af MIDAS projektet.

MIDAS i Aalborg har altså to overordnede mål. For det første handler det om at få bilisterne til at overveje andre transportformer, som nævnt ovenfor. For det andet handler det om at få endnu ikke bilejere til at udskyde bilkøb i et samfund, hvor bilkøbet ellers sker i en tidligere og tidligere alder, og hvor dobbelt bilejskab i husstandene bliver mere og mere almindeligt.

Sekundært har MIDAS tre mål. For det første at øge kendskabet blandt målgrupperne til bæredygtige transportmuligheder i Aalborg, at øge interessen for bæredygtig transport og endelig at ændre transportvanerne blandt målgrupperne. For at kunne opnå målsætningerne blev der i efteråret 2006 foretaget to forskellige undersøgelser for at skabe en baseline at arbejde ud fra.

Konsultationsproces

I oktober og november 2006 blev der foretaget to typer af undersøgelser vedrørende kendskab, holdning og transportvaner blandt de to målgrupper. For det første blev der holdt to fokusgruppeinterviews med frivillige deltagere fra de to målgrupper og dels blev der distribueret to web-spørgeskemaer til målgrupperne. Målgrupperne blev desuden spurgt om, hvordan de ville foretrække at blive informeret.

Fokusgruppeinterviews

Fokusgruppeinterviewene blev afholdt af analyseinstituttet Jysk Analyse i Aalborg d. 23. og 24. oktober 2006. Ved fokusgruppeinterviewet den 23. oktober deltog fem studerende heraf to under 18 år. Ved fokusgruppeinterviewet den 24. oktober deltog syv medarbejdere fra KMD. Fokusgruppe tilgangen baserer sig i høj grad på diskussion. Ved fokusgruppeinterviewene blev deltagerne gjort opmærksomme på, at ingen svar var forkerte, og det vigtigste var, at deltagerne sagde, hvad der faldt dem ind. Derfor var resultaterne fra fokusgruppeinterviewene mere et kvalitativt oplæg til videre arbejde frem for et kvantitativt resultat. Fokusgruppeinterviewene blev brugt til at målrette det senere udsendte web-spørgeskema. For de ansatte på KMD var det karakteristisk at de:

- er bilister
- allerede har den information de mener de behøver
- ønsker serviceforbedringer
- umiddelbart ikke er interesserede i alternativer til bilen
- har lavt kendskab til debilsordning og cykelruteplanlægger¹
- ikke er interesserede i en 'trafikvejleder'²
- er interesserede i, at informationer om transport er tilgængeligt på internettet.

For de studerende var det karakteristisk at de:

- er cyklister og busbrugere
- er interesserede i mere information
- har lavt kendskab til debilsordning og cykelruteplanlægger
- finder en 'trafikvejleder' brugbar
- er interesserede i informationer på internettet, mobiltelefonen eller i en informationspakke.

¹ Cykelplanlæggeren er en service stillet til rådighed af Aalborg Kommune, hvor det er muligt online at finde den bedste cykelrute i Aalborg. (www.aalborg-trafikinfo.dk).

² På mødet blev 'trafikvejlederen' diskuteret. Med trafikvejleder menes i denne sammenhæng en person der besøgte virksomheden eller uddannelsesinstitutionen og fortalte om mulighederne for bæredygtig transport.

Web-spørgeskema

Webspørgeskemaerne blev udsendt til ca. 4.000 personer i begyndelsen af november 2006. Disse fordelte sig med ca. 3.000 studerende og gymnasieelever og ca. 1.000 ansatte på KMD i Aalborg. Svarprocenterne var beskedne, særligt blandt de studerende, der dagligt modtager en række lignende forespørgsler. Den lave svarprocent gør resultaterne noget usikre, men da resultaterne lignede de forventede resultater, er de blevet brugt som udgangspunkt for markedsføringsstrategien og kampagnen. Hovedresultaterne kan summeres op som følger:

For de KMD-ansatte:

376 medarbejdere deltog i undersøgelsen, hvilket giver en svarprocent på ca. 39 %. Kønsfordelingen er omkring 1/3 kvinder og 2/3 mænd.

- Deltagerne er mellem 21 og 66 år,
- gennemsnitsalderen er på 44,5 år
- den gennemsnitlige afstand til arbejdet er 18,3 kilometer,
- 0,3 % af deltagerne har under 1 kilometer til arbejdet,
- 34 % har mere end 20 kilometer til arbejdet,
- 86 % af deltagerne har adgang til bil.

Transportvaner:

Bilen er det altdominerende transportmiddel. Om sommeren bruges bilen 3,4 gange om ugen til og fra arbejde, om vinteren er tallet 3,6 gange. Når der ikke blot er tale om transport til og fra arbejde bruges bilen i gennemsnit 3,9 gange om ugen. Om sommeren benytter 58 % af medarbejderne med adgang til bil, bilen 5 gange om ugen. Om vinteren er dette tal 68 %. Cyklen benyttes i gennemsnit ca. én gang om ugen om sommeren og ca. én gang hver anden uge om vinteren.

- Transportvane: Bilister
- Holdning:
 - o 6 % meget interesseret i samkørsel
 - o 77 % ville ikke eller sandsynligvis ikke tilmelde sig en delebilsordning (der konstateredes et lavt kendskab)
- Kendskab:
 - o 39 % kender til kommunens trafikportal
 - o 26 % har besøgt trafikportalen inden for det sidste halve år
 - o Det bedst kendte informationsmateriale var NTs trykte køreplaner
 - o Dårligst kendt var muligheden for at melde sig til samkørsel på kommunens trafikportal og cykelplanlæggeren
- Informationsønsker
 - o Integreret internetportal
 - o Ikke interesseret i mere information om delebilsordning og trafikvejlederen.

For de studerende:

Målgruppen består af studerende fra Aalborg Universitet, Aalborg Seminarium og Aalborghus Gymnasium. De studerende fra AAU og seminariet er førsteårsstuderende, mens alle elever på Aalborghus Gymnasium har haft muligheden for at deltage i undersøgelsen. I alt anslås cirka 3000 studerende at have modtaget spørgeskemaet. I alt 622 studerende valgte at deltage i undersøgelsen, hvilket svarer til en svarprocent på 21 %.

- Bussen tages gennemsnitligt 1,75 dage om ugen om sommeren til og fra uddannelsesstedet,
- Bussen tages gennemsnitligt 2,5 dage om ugen om vinteren til og fra uddannelsesstedet.
- Bilen bruges ca. 0,5 dage om ugen både sommer og vinter; lidt mere om vinteren. Når det drejer sig om at bruge bilen til andet end transport til og fra uddannelsessted bruges den ugentligt i gennemsnit 1,5 gange.
- Cyklen bruges i gennemsnit mere end 2,5 dage om ugen om sommeren og ca. 2 dage om ugen om vinteren.

- Transportvane: Busbrugere og cyklister
- Holdning:
 - o 16 % meget interesseret i samkørsel
 - o 47 % ville ikke eller sandsynligvis ikke tilmelde sig en delebilsordning (der konstateredes et lavt kendskab)
- Kendskab:
 - o 20 % kender til kommunens trafikportal
 - o 14 % har besøgt trafikportalen inden for det sidste halve år
 - o Det bedst kendte informationsmateriale var NTs trykte køreplaner
 - o Dårligst kendt var muligheden for at melde sig til samkørsel på kommunens trafikportal og cykelplanlæggeren
- Informationsønsker
 - o Interesserede i information på busstoppestederne og mobiltelefonløsninger
 - o Ikke interesseret i mere information om delebilsordning og trafikvejlederen.

Kampagneudvikling

Konsultationsprocesserne blev benyttet i arbejdet med at udarbejde en strategi for markedsføring af bæredygtige transportformer i Aalborg. Primært handlede det om at gøre opmærksom på, hvor informationen om mulighederne for at transportere sig mere bæredygtigt er at finde, men også at forbedre den tilgængelige information. Spørgeskemaerne og fokusgruppeinterviewene havde i store træk vist os, at de KMD-ansatte var bilister, mens de studerende benyttede cyklen og bussen. Kendskabet til hvor de kunne finde informationer om bæredygtige transportformer og om de bæredygtige transportformer var lille ligeosm interessen var lav. Værst så det ud hos de KMD-ansatte. Endelig var det tydeligt, at informationen skulle præsenteres på en bestemt måde – helst via internet eller mobiltelefon,

og helst ikke gennem en trafikvejleder eller lignende. Med dette som udgangspunkt blev markedsføringsteamet Griffin og Bjerre sat til at udarbejde en strategi for, hvordan opgaven kunne løses.

Under forudsætning af, at kampagnens størrelse ikke skaber mulighed for få bilisterne til helt at opgive bilen, satser kampagnen på at ændre vanerne hos mange bare engang imellem frem for at ændre vanerne for altid hos få. Spørgsmålet ”Hvad er du i dag?”³ danner baggrund for denne idé. Det handler altså om at være bevidst om sine transportvalg lige nu og her og så gør det ikke så meget, hvordan man transporterer sig de andre dage. Kan kampagnen få nuværende bilister til blot at tage bussen eller cyklen en gang om ugen, vil det også betyde en reduktion i biltransportarbejdet. Det er således et spørgsmål om ”både og” frem for ”enten eller”. Umiddelbart kan denne målsætning virke uambitiøs, men skal naturligvis ses i kampagnens kontekst, der dels sætter krav til de initiativer, der skal implementeres (soft measures) og kampagnens budget.



Overvejelserne omkring kampagnens udseende har hovedsageligt drejet sig om dels at få frem, at det handler om at få den enkelte person til at tænke over miljørigtig transport uden at kampagnen samtidig blev for prædikende. Det er jo netop ikke formålet at prædike rigtigt og forkert (enten/eller). Englen og djævelen blev valgt som ikoner for de forskellige transportformer i projektet. Det er dog forsøgt ikke at gøre djævelen ond, men mere fræk og dum, netop med henvisning til, at det ikke er forkert at tage bilen, så længe man også hører på, hvad englen siger, og benytter sig af de bæredygtige transportformer. Samtidig er det

³ Underforstået er du en lille rød djævel eller en grøn engel i dag?

opfattelsen, at englen alene ville virke for intetsigende og moraliserende, og djævelens tilstedeværelse understreger bare folks magelighed og de dårlige undskyldninger.

Evaluering

Evalueringen af projektet påbegyndtes ved projektets start med udarbejdelsen af en lokal evalueringsplan. Hver enkelt konsortiepartner er ansvarlig for egen evaluering, mens konsulentfirmaet TTR (Transport and Travel Research, UK) står for den samlede afrapportering af projektets evalueringresultater. Det kan vise sig mere end vanskeligt at måle en effekt af anstrengelserne, hvorfor en lang række parametre inkluderes i evalueringen. De inkluderede parametre er som følger:

- Antal cyklister på udvalgte strækninger i universitetskorridoren
- Årsdøgntrafikken på udvalgte strækninger i korridoren
- Antal passagerer samt antal på- og afstigninger på udvalgte busruter i korridoren
- Antal politiregistrerede uheld i universitetskorridoren i en ni måneders periode før og efter kampagnen kører⁴.
- Kendskab og holdning omkring bæredygtig transport måles gennem to spørgeskemaundersøgelser, hvoraf den første er beskrevet tidligere. Efterevalueringsspørgeskemaet er tilsvarende førevalueringsspørgeskemaet og giver således indikation på om transportvaner, kendskab og holdning til bæredygtig transport er blevet ændret af kampagnen.
- Aktivitetsniveauet på www.aalborg-trafikinfo.dk (og kampagnesiden www.atilbnu.dk) samt www.nordjyllandstrafikselskab.dk. Disse tal vil give en indikation af ændringen af kendskabet til den til rådighed stillede information.

Da kampagnen ikke er trådt i kraft endnu er der endnu ingen resultater af evalueringen ud over de baseline data, der er beskrevet ovenfor i afsnittet om konsultationsprocesser.

Konsortiet

Konsortiet består som tidligere nævnt af seks europæiske byer. Udover Aalborg drejer det sig om Liverpool, Cork, Clermont-Ferrand, Bologna og Suceava. Nærværende afsnit giver et kort overblik over, hvilke initiativer MIDAS projektet udmønter sig i i de fem konsortiebyer. Beskrivelserne er taget fra en folder udarbejdet om projektet.

Liverpool

Liverpool ligger i byregionen Merseyside - et stor byområde med 1.4 millioner indbyggere. Regionen er midt i en økonomisk forandringsproces, idet den tidligere så dominerende

⁴ Denne relativt korte evalueringsperiode er bestemt af projektets kortvarighed. En så kort periode vil under normale omstændigheder ikke kunne sige noget bestemt om udviklingen i antallet af uheld, men give en indikation, der sammenholdt med de øvrige resultater kan være med til at sige noget om transportadfærden i korridoren.

marinerelaterede tunge industri har gennemgået en betydelig nedgang. Med støtte fra EUs Objective 1 program, bliver en ny økonomi drevet frem med hovedvægt på de servicemæssige, kreative og teknologiske sektorer.

I Liverpool vil udvalgte nye udviklingsområder fungere som case studier, der skal involvere alle aktører i implementeringen af bæredygtige transportpolitikker, og derudover vil en række opmærksomhedsskabende og marketingrelaterede teknikker blive brugt for at få folk til at benytte offentlige transportmidler og til at cykle og gå, og for at hjælpe de rejsende.

Cork

Cork County er det største *County* i Irland. Indbyggertallet er omkring 325.000 og ifølge planen vil det stige til ca. 370.000 i 2011. Cork er i gang med at udarbejde en ny strategiplan, og den nye jernbaneforbindelse vil få betydning for nye udviklingsområder.

I Cork vil de primære resultater omfatte en operativ transportstrategi for den udviklingskorridor, der betjenes af den nye togbane, for at tilskynde maksimal brug af energibesparende transportmidler, og for at minimere brugen af mere energibelastende transportformer, hvor det er muligt. Disse tiltag bliver fulgt op af koordinerede informations- og marketinginitiativer og brugerorienterede procedurer for driften af energibesparende transport i korridoren.

Clermont-Ferrand

Clermont-Ferrand kommune har op mod 300.000 indbyggere og er beliggende i det centrale Frankrig. Byområdet Clermont-Ferrand implementerer en rejseplan som i øjeblikket er ved at blive revideret, så den er i overensstemmelse med de overordnede planer. I Clermont-Ferrand vil projektet resultere i en ny måde at leve og tænke mobilitet på i byen ved at implementere parallelle transportpolitikker og polycentrisk byudvikling i relation til beboelsesområder.

Hovedinitiativerne vil være organiseringen af fora med alle involverede aktører i byens kollektive trafik samt befolkningen som helhed. En køreplan, der omfatter flere forskellige transportmidler, vil blive produceret med det formål at tilskynde til brugen af offentlig transport og bløde trafikformer samt at forbedre mobiliteten i alle byområder.

Bologna

Bologna har en af de største historiske bykerner i Europa og ønsker at forbedre administrationen af trafikken for at kæmpe imod den stigende ophobning af biler og andre trafikrelaterede problemer. Rejsende og indbyggere i Bologna vil blive bedre i stand til at træffe "intelligente" transportvalg gennem en forbedring af eksisterende samkørsels- og delebilsordninger, og gennem en facilitering og promovning af muligheden for at integrere privatbiler med alternative brændstoffer med offentlig transport.

For at nå disse mål vil ATC (Transporti Pubblici Bologna) organisere fokuserede kommunikationshandlinger, muliggøre lette betingelser for samkørsel, sikre en høj fleksibilitet i delebilsordningerne osv.

Suceava

Suceava er beliggende i den nordøstlige del af Rumænien, 450 kilometer fra Bukarest. Suceava kommune, med et areal på 52 km², ligger ved Europavej E 85. Byen har 108.500 indbyggere.

Suceava vil implementere en serie informations- og opmærksomhedsinitiativer relateret til trafik- og miljøområderne. Tiltagene der skal få arbejdsstyrken til at ændre rejsevaner, ligesom der gennemføres særlige events i LEZ (LavEmissions Zoner) i midtbyen. Suceava vil få gavn af MIDAS i implementeringen af målrettet information til unge og studerende, ansatte ved kommunen og den private sektor, målrettede køreplaner og informationservice.

Afslutning

Et vigtigt element i MIDAS projektet er afrapportering, og det er således dette papers formål at gøre rede for, hvad der er sket i MIDAS projektet, der nu er midtvejs. Inden for de kommende måneder bliver det interessant at følge kampagnens effekt på kendskab, holdninger og transportvaner hos målgrupperne i Aalborg. Disse resultater, der danner grundlaget for evalueringen af projektet, kan også være med til at indikere, om fremgangsmåden i kampagneplanlægningen er værd at gentage. Det drejer sig især om måden, som målgrupperne for kampagnen er blevet inddraget gennem de to forskellige konsultationsprocesser samt markedsføringsstrategiens indhold. I denne kampagne handler det som tidligere nævnt om at få mange til at ændre transportvaner engang imellem frem for at få få til at ændre transportvaner fuldstændigt. Hvor vidt kampagner er det rigtige værktøj til ændring af transportvaner kan diskuteres. Således er det relevant at fremhæve de kommentarer, der faldt fra særligt de KMD-ansatte i fokusgruppeinterviewene omkring det u hensigtsmæssige i at brande den bæredygtige transport uden samtidig at lave serviceforbedringer; for eksempel i den kollektive transport. Der er derfor altid skrappere midler at tage i brug i forbindelse med ændringen af transportvaner. Resultaterne må vise, hvor stor en succes projektet har været.