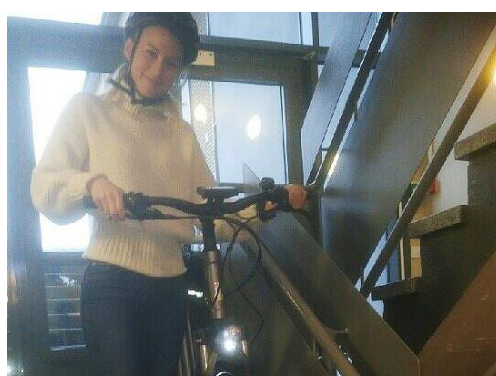


Dokument type  
**Veileder/rapport**

Dato  
**September, 2019**

# VEILEDER MOBILITETSPLANLEGGING FOR VIRKSOMHETER I KRISTIANSANDSREGIONEN



# **VEILEDER MOBILITETSPLANLEGGING FOR VIRKSOMHETER I KRISTIANSANDSREGIONEN**

Oppdragsnavn **Mobilitetsplanlegging for virksomheter i Kristiansand**  
Prosjekt nr. **1350021532**  
Mottaker **Bjørne Jortveit**  
Dokument type **Veileder/rapport**  
Versjon **0.1**  
Dato **20.09.2019**  
Utført av **Katrine Nessel, Smári Stav**  
Beskrivelse **Veileder for å gjennomføre mobilitetsplanlegging i en virksomhet**

Rambøll  
Henrik Wergelandsgt. 29  
Pb 116  
N-4662 Kristiansand  
  
T +47 99 42 81 00  
F +47 38 12 81 01  
<https://no.ramboll.com>

## INNHALDSFORTEGNELSE

<b>1.</b>	<b>Forord</b>	<b>2</b>
<b>2.</b>	<b>Innledning</b>	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>Fremgangsmåte og prosess</b>	<b>5</b>
3.1	Oppstart – etablere arbeidsgruppe	6
3.2	Reisevaneundersøkelse før tiltak	6
3.3	Presentasjon av funn fra reisevaneundersøkelsen	7
3.4	Gjennomføre enkle tiltak	8
3.5	Handlingsplan	9
3.6	Gjennomføre budsjetterte tiltak	11
3.7	Reisevaneundersøkelse etter tiltak	12
3.8	Evaluering av prosessen, revidering og oppfølging	12
<b>4.</b>	<b>Pilotprosjekt i Kristiansandsregionen</b>	<b>14</b>
4.1	Glencore Nikkelverk	15
4.2	Nordea	17
4.3	Songdalen Rådhus	19
4.4	Songdalen Ungdomsskole	21
4.5	Extra Tangvall	23

## 1. FORORD

Dersom vi velger å reise mer miljøvennlig, kan vi spare både utgifter og forbedre helse og trivsel. Samtidig bidrar det til å redusere klimagassutslipp, lokal forurensning og kø på veiene.

Hvordan vi velger å transportere oss til og fra jobb avhenger ofte av transporttilbudet i nærområdet og avstanden mellom hjem og arbeidsplass. I en mobilitetsplan for en virksomhet kartlegges disse forholdene og ansatte oppmuntres til å endre sine transportvaner. Mobilitetsplanlegging går ut på å sette mål og aktivt jobbe for å oppnå dem. Når det blir enklere å velge miljøvennlig, er det større sjanse for at flere velger dette i hverdagen.

Målet med veilederen er å gjøre det enkelt for virksomheter å gjennomføre en mobilitetsplan.

På vegne av ATP (Areal- og transportplansamarbeidet i Kristiansandsregionen) har Kristiansand kommune vært oppdragsgiver for veilederen. Erfaringer fra fem pilotbedrifter har dannet grunnlaget for utforming av veilederen med tilhørende verktøy og en **rapport** om prosessen. Veilederen er utarbeidet i samarbeid mellom Kristiansand Kommune og Rambøll.

### **Hvem samarbeider i ATP-sekretariatet?**

ATP-sekretariatet er delt mellom Kristiansand kommune og Vest-Agder fylkeskommune. Samarbeidspartnere er kommunene Iveland, Lillesand, Birkenes, Søgne, Songdalen, Vennesla og Kristiansand, de to fylkeskommunene på Agder, Statens vegvesen og Agder Kollektivtrafikk.

Formålet er å samarbeide regionalt for å få et mer effektivt og miljøvennlig transportsystem, der nye tiltak og satsing skal vurderes mer helhetlig.



**RAMBOLL**

## 2. INNLEDNING

Denne veilederen er et verktøy for virksomheter i Kristiansandsregionen. Veilederen er i hovedsak rettet mot allerede etablerte offentlige og private virksomheter som ønsker å utarbeide en mobilitetsplan med tilhørende tiltak. Veilederen gjelder mobilitetsplanlegging i driftsfasen.

Ved å innføre mobilitetsplanlegging kan flere fordeler oppnås:

- Bedre omdømme – kan dokumentere miljøvennlig transport
- Bedre helse og trivsel - redusert sykefravær og høyere produktivitet
- Enklere vei til miljøsertifisering - for eksempel Miljøfyrtårn-sertifisering
- Redusert privatbilbruk - lavere klimagassutslipp, redusert lokal forurensning og mindre kø
- Redusert bruk av areal til parkering og lavere utgifter til leie av parkeringsplasser

Ifølge FN's bærekraftsmål skal ikke temperaturen stige mer enn 1,5 grad. Stortinget og Nasjonal transportplan har innført nullvekstmålet. Det betyr at all vekst i persontrafikk i byregioner skal tas med kollektiv, sykkel og gange. Mobilitetsplanlegging for virksomheter er ett av flere verktøy for å nå målet. En omstilling til mer miljøvennlig transport vil utgjøre en forskjell på individnivå, for virksomheten og for samfunnet som helhet.

Virksomheter har ulike forutsetninger, men det er mulig å oppnå endring uansett utgangspunkt. Hvis alle velger å ta buss, gå eller sykle til jobb 1-2 ganger i uken, vil det utgjøre en stor forskjell i byens trafikkbilde. Mobilitetsplanlegging er å skape endring gjennom forankring.

### **Mobilitetsplanlegging for virksomheter**

Mobilitetsplanlegging handler om å:

- Sette mål og se muligheter
- Muliggjøre bruk av alternative transportformer
- Sette fokus på de små endringene
- Skape endring gjennom forankring
- Kommunisere et budskap uten å fordømme

Mobilitetsplanlegging i en virksomhet er et samarbeid mellom ansatte og ledelse. En arbeidsgruppe får ansvar å lage en handlingsplan som beskriver dagens situasjon og virksomhetens mål for å redusere bilbruk. Tiltakene blinkes ut i en god prosess, der flest mulig involveres. Tiltakene tilpasses virksomhetens hovedformål, lokalisering, de ansattes bosettingsmønster og gjeldende transporttilbud. En reisevaneundersøkelse før og etter iverksetting av tiltaket viser hvordan tiltaket har blitt mottatt og bidratt til endring av reisevanene.

I denne veilederen er det fokus på arbeidsreiser og tjenestereiser, som ofte er den største andelen av reisene. Arbeidsreiser er de ansattes reiser til/fra jobb. Tjenestereiser er reiser i arbeidstiden. Dersom besøksreiser og transport av varer og gods utgjør en betydelig del av transportomfanget, bør også dette inkluderes. Mobilitetsplanlegging forankres ved å bli en del av virksomhetens rutiner og regler (virksomhetens policy). Veilederen er ment til å beskrive en prosess for mobilitetsplanlegging som kan tilpasses virksomheter av ulik størrelse, med ulik kultur og intern organisering.

Det som skal gjennomføres/utarbeides er:

- Reisevaneundersøkelse (før tiltak)

- Handlingsplan med tiltak
- Reisevaneundersøkelse (etter tiltak)

### 3. FREMGANGSMÅTE OG PROSESS

Arbeidet med å utarbeide en mobilitetsplan og følge den opp tar et drøyt år. Arbeidsgruppen lager i første omgang en enkel fremdriftsplan som bidrar til at handlingsplan med tiltakene kommer på plass. Basert på erfaringer med pilotbedriftene er det utarbeidet en liste over viktige suksesskriterier og forslag til en ideell tidsplan.

#### Suksesskriterier:

- Det etableres en arbeidsgruppe som har ansvar for at mobilitetsplanleggingen videreføres i virksomheten i årene fremover. Ildsjelen/ambassadører\* kan motivere andre og drive prosessen frem.
- Ledelsen må være representert i arbeidsgruppen slik at mobilitetsplanleggingen forankres i virksomheten. Med forankring vil man sikre at mobilitetsplanleggingen blir en del av de faste rutinene.
- Ikke vent med gode tiltak som kan iverksettes straks. Reisevaneundersøkelsen gir grunnlag for å kartlegge effekten av tiltak, men prosessen skal ikke stå i veien for rask endring.
- God svarprosent i reisevaneundersøkelsene – få fram fakta
- God arbeidsprosess og informasjon – engasjement blant ansatte er nøkkelen til endring
- Prosessen kobles til virksomhetens budsjettprosess

*\*En ildsjel/ambassadør er en engasjert person som velger miljøvennlig transport. Han/hun kan formidle den gode historien og dele erfaringer knyttet til å reise miljøvennlig, slik at andre oppmuntres til å endre reisevaner. Dette kan være en vanlig ansatt eller en fra ledelsen.*

#### Prosesen gjennomføres i følgende rekkefølge:

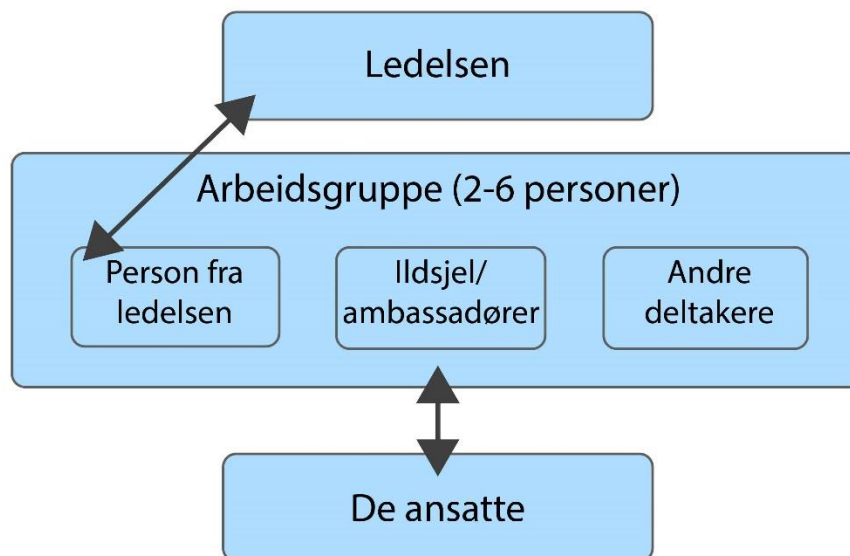
1. Oppstart – arbeidsgruppe etableres
2. Reisevaneundersøkelse før tiltak
3. Utarbeide handlingsplan / iverksette strakstiltak
4. Koble mobilitetsplanleggingen til virksomhetens budsjettprosess
5. Iverksette tiltak
6. Reisevaneundersøkelse etter tiltak
7. Etter at mobilitetsplanen er etablert revideres den og følges opp årlig eller annet hvert år

Tabellen nedenfor er et eksempel på en ideell tidsplan. Prosessen kan justeres i forhold til hva som er hensiktsmessig for virksomheten, men det er helt sentralt å koble tidsplanen med budsjettprosess. Uten budsjettmidler kan få tiltak gjennomføres.

<b>Eksempel på en fremdriftsplan</b>	<b>Periode</b>
<b>1. Oppstart – etablere arbeidsgruppe</b>	Februar/mars
<b>2. Reisevaneundersøkelse før tiltak</b>	April
<b>3. Funn fra reisevaneundersøkelsen - Idédugnad</b>	April
<b>4. Gjennomføre enkle tiltak</b>	April-januar
<b>5. Handlingsplan</b>	Juni/august
<b>6. Gjennomføre budsjetterte tiltak</b>	Januar-mai påfølgende år
<b>7. Reisevaneundersøkelse etter tiltak</b>	Juni påfølgende år
<b>8. Evaluering av prosessen, revidering og oppfølging</b>	Juni/august påfølgende år. Deretter hvert år/hvert andre år

### 3.1 Oppstart – etablere arbeidsgruppe

Det nedsettes en arbeidsgruppe med 2-6 personer, avhengig av størrelsen på virksomheten. Det er avgjørende å ha med engasjerte personer i arbeidsgruppen. Ildsjeler/ambassadører som allerede har integrert miljøvennlig transport i sin hverdag, er gode kandidater. Andre kandidater er AMU- og HMS-ansvarlige, HR-avdeling, bedriftsidrettslaget, miljøutvalget, fagforeningen eller andre kompetente personer. En motivert og pådrivende prosjektleder kan skape engasjement og sørge for god kommunikasjon internt i virksomheten. Ledelsen må delta fra starten for å sikre forankring i virksomheten, og at det avsettes midler til å gjennomføre tiltak.



Figur 1: En person fra ledelsen sørger for forankring i virksomheten. Arbeidsgruppen, særlig ambassadører/ildsjeler har hovedansvar for å kommunisere budskapet til de ansatte i virksomheten.

Når arbeidsgruppen har fått sitt mandat og utarbeidet en fremdriftsplan, bør prosjektet presenteres for de ansatte i et «kick-off». Dette kan gjøres på en enkelt måte med en presentasjon i kantinen eller i forbindelse med interne møter. **Formålet er at alle ansatte får vite hva en mobilitetsplan er, og hva som skal gjennomføres i prosessen.** Det er sentralt at alle får beskjed om å delta i reisevaneundersøkelsene.

### 3.2 Reisevaneundersøkelse før tiltak

Den første reisevaneundersøkelsen utføres for å få et bilde av dagens situasjon, de ansattes reisevaner og potensiale for endring. Resultatene gir grunnlag for å sette mål som inkluderes i handlingsplanen. Etter at tiltaket er iverksatt utføres det en ny reisevaneundersøkelse for å kunne måle effekten av det og undersøke hvordan vanene har endret seg. Det er et poeng at den samme gruppen besvarer begge reisevaneundersøkelsene.

Ved hjelp av gratisverktøy som for eksempel Google Forms kan man opprette en reisevaneundersøkelse som kan besvares anonymt. Svarene oppsummeres i et skjema der man kan hente ut data direkte til excel.



Eksempler på nettsider for å opprette en gratis spørreundersøkelse:

- [Google Forms](#)
- [Survey Monkey](#)
- [Easy Quest](#)

ATP-samarbeidet /Kristiansand kommune kan bistå i gjennomføring av reisevaneundersøkelse på internett. Se kap. 3.5 for kontaktinformasjon.

**Verktøy:** [Mal for reisevaneundersøkelse før tiltak](#)

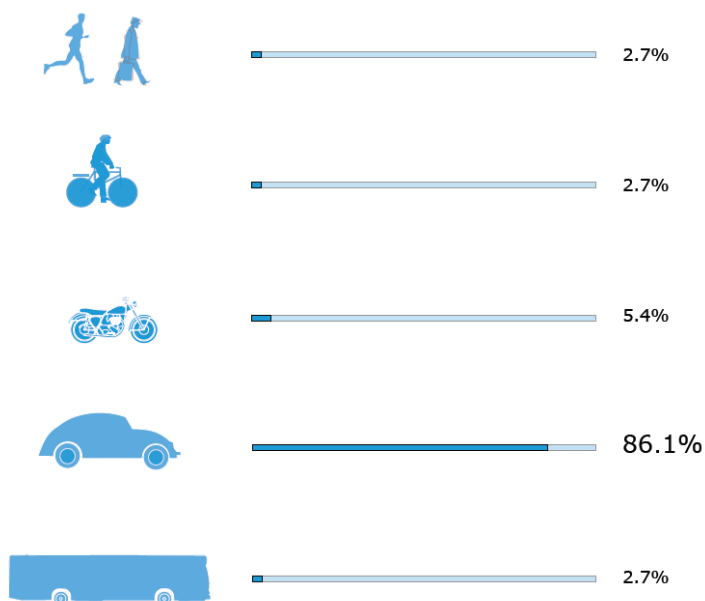
- Bruk malen som et utgangspunkt til å utforme en undersøkelse som passer til virksomheten. Fjern, legg til og tilpass spørsmålene etter ønske. For eksempel er ikke tjenestereiser aktuelt for alle virksomheter.
- Gjør undersøkelsen kort og enkel
- Det er viktig at spørsmålene er identiske i reisevaneundersøkelse før/etter tiltak slik at resultatene kan sammenliknes
- I reisevaneundersøkelsen før tiltak kan det legges til spørsmål om holdninger og be respondentene komme med forslag til tiltak de mener vil gi god effekt

Reisevaneundersøkelsen kan formidles på ulike måter, for eksempel ved å sette opp en pc der de ansatte kan komme innom å svare eller utsending på e-post. **Ha fokus på å nå ut til de ansatte slik at flest mulig svarer på reisevaneundersøkelsen.** Dersom man ikke oppnår en høy svarprosent med en gang kan det gis påminnelser muntlig eller via e-post. For større virksomheter trengs det innsats for å få informasjonen frem til alle avdelingene.

### 3.3 Presentasjon av funn fra reisevaneundersøkelsen

Arbeidsgruppen for mobilitetsplanleggingen får i gang idédugnad, workshop, inspirasjonsforedrag eller annet for å utvikle og diskutere gode argumenter og muligheter for endring. Dette kan gjennomføres som en del av et internt møte eller som en egen workshop. **Informasjon om mobilitetsplanen og prosessen videre tas opp på møtet.** Det er viktig å involvere alle ansatte, både for å engasjere og for å finne de gode tiltakene.

Hovedfunnene fra reisevaneundersøkelsen presenteres for de ansatte på idédugnaden. Dette vil gi de ansatte et mer bevisst forhold til sine reisevaner. Resultatene kan være med å motivere til å gjøre en større innsats, eller å fortsette med gode reisevaner som allerede er innarbeidet.



Figur 2: Eksempel på fremstilling av fordeling av transportmidler.

### 3.4 Gjennomføre enkle tiltak



Figur 3: Sykkelservice (Songdalen Rådhus) og kampanjen «sykle til jobben» (opphavsrett: Bedriftsidretten).

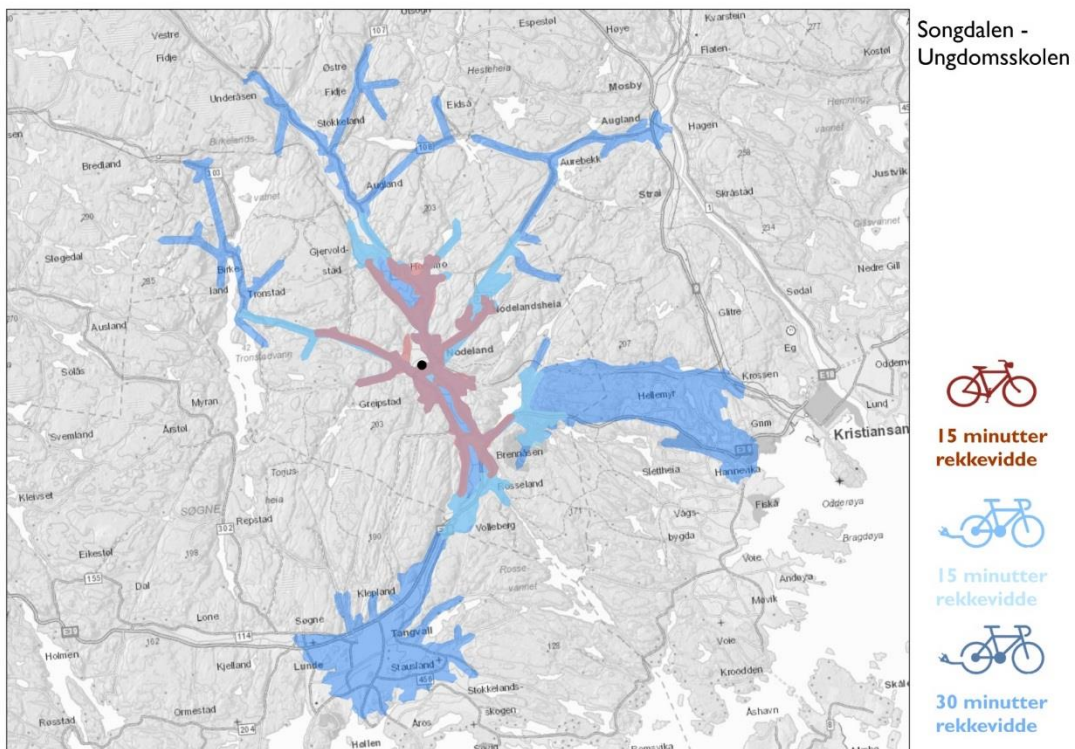
Ikke vent med å iverksette tiltak som ikke krever budsjettvedtak. Dette kan være for eksempel deltakelse i kampanjer som «Jeg kjører grønt» eller «Sykle til jobben» eller promotere apper rettet mot kollektivtransport, sykling og gåing. **Slike tiltak bidrar til at de ansatte ser forbedringer raskt og blir engasjert tidlig i prosessen.** Konkurranser er ofte engasjerende, og kan få prestisjen til å slå inn.

### Eksempler på tiltak som kan iverksettes straks

- Plakater og/eller informasjon på virksomhetens nettside. Promoter mobilitetsplanen og fordelene ved å reise miljøvennlig
- Deltakelse i kampanjer
- Informasjon om busskort/månedskort og bussavganger
- Dag med gratis sykkelservice
- Dag for prøving av el-sykkel
- Se [Idébanken](#) for flere forslag.

## 3.5 Handlingsplan

På bakgrunn av resultater fra reisevaneundersøkelsen og idédugnad med ansatte, utarbeider arbeidsgruppen en handlingsplan. Bruk [malen](#) og fyll ut punktene steg for steg. Handlingsplanen inneholder en oversikt over dagens situasjon, virksomhetens forutsetninger, mål og muligheter, samt konkrete tiltak som skal iverksettes for å nå målene. Den skal utarbeides i sammenheng med budsjettarbeid. Det anbefales at prosjektleder har ansvar for å fylle ut malen for handlingsplan.



Figur 4: Eksempel på kartlegging av lokalisering og avstander i handlingsplanen. Kristiansand kommune kan bistå med utarbeidelse av slike kart.



Figur 5: Eksempel på illustrasjon av kollektivholdeplasser og rutetilbud i handlingsplanen. Kristiansand kommune kan bistå med utarbeidelse av slike kart.

## Mulighet for veiledning og bistand

I utgangspunktet er intensjonen med veilederen at virksomhetene skal kunne gjennomføre arbeidet med mobilitetsplanen uten bistand. Men er det likevel behov, kan **ATP-samarbeidet /Kristiansand kommune bistå med:**

- Gjennomføring av reisevaneundersøkelse
- Lage kart og illustrasjoner i handlingsplanen (temakart, rekkeviddekart og lignende)

### Kontaktinformasjon:

- [E-post ATP-sekretariatet](#)

Mobilitetsplanlegging kan også gjøres i forbindelse med miljøsertifisering. Det finnes ulike typer miljøsertifiseringer, for eksempel Miljøfyrtårn, Emas og ISO 14001. Felles for dem er at de bygger på standarder i ISO 14000-serien som gir krav til miljøledelse. Om virksomheten er miljøsertifisert eller ønsker slik sertifisering finnes det fagfolk som er kvalifisert til å være prosessveiledere og rådgivere for virksomheter. Finn mer informasjon på:

- [Miljøfyrtårn](#)
- [ISO 14001](#)
- [Emas](#)



**Verktøy:** [Mal for handlingsplan](#)

- Malen brukes som et utgangspunkt og redigeres etter det som passer for virksomheten. For eksempel kan tjenestereiser utelates dersom dette ikke er aktuelt, eller man kan legge til varelevering dersom dette er en viktig del av transportomfanget i virksomheten.

**Handlingsplanen inneholder:**

- Dagens situasjon, fasiliteter/tiltak virksomheten har allerede og transporttilbudet i området
- En enkel presentasjon av data fra reisevaneundersøkelsen
- Målsettinger for miljø, transport og økonomi
- Informasjon om virksomhetens reisepolicy
- Hvilke tiltak som skal iverksettes
- Det inkluderes et enkelt budsjett, fremdrift/frister og hvem har ansvar for gjennomføringen av tiltak

### 3.6 Gjennomføre budsjetterte tiltak



Figur 6: Elsykkel i resepsjonen (Songdalen Rådhus) og eksempel på garderobeløsning med dusj, Erik Kallekleiv og Veronica Luyt (Extra Tangvall).

Neste steg er å planlegge og klargjøre tiltaket. Eksempler på tiltak som kan gi god effekt er gå- og sykkelkampanjer, forbedret garderobeløsning og sykkelparkering. Det er viktig at tiltakene er overkommelige og lar seg gjennomføre. Tiltakene promoteres slik at de ansatte blir oppmerksomme på det som blir gjort.

**Verktøy:** [Idébank](#)

Idébanken inneholder forslag til hvilke tiltak som kan gjennomføres. Mest avgjørende for en god prosess er at tiltaket er enkelt å gjennomføre og passer inn i de økonomiske rammene for prosjektet. Tiltak som er aktuelle avhenger av størrelsen på virksomheten.

**Eksempler på budsjetterte tiltak**

- Forbedret garderobeløsning
- Etablere sykkelparkering
- Rabatt på bruk av kollektivtransport
- Gjennomføre intern konkurranse med premier

### 3.7 Reisevaneundersøkelse etter tiltak

Omtrent 3-4 måneder etter at tiltakene er iverksatt, utføres en ny reisevaneundersøkelse. Reisevaneundersøkelsen kartlegger om tiltaket har hatt effekt, og om reisevanene har endret seg. ATP-samarbeidet / Kristiansand kommune kan bistå i gjennomføring av reisevaneundersøkelse.

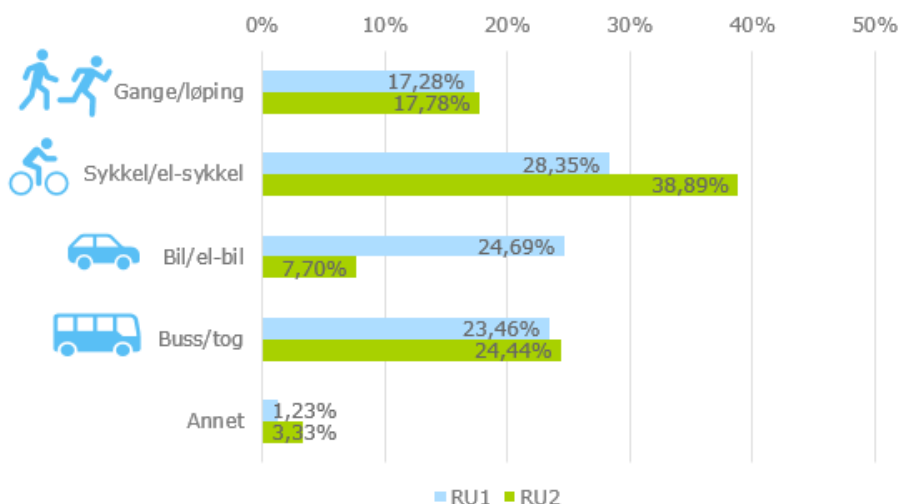
#### Verktøy: [Mal for reisevaneundersøkelse etter tiltak](#)

- Bruk malen som et utgangspunkt til å utforme en undersøkelse som passer til virksomheten. Fjern, legg til eller tilpass spørsmålene etter ønske.
- Gjør undersøkelsen kort og enkel
- Det er viktig at spørsmålene er identiske i reisevaneundersøkelse før/etter tiltak slik at resultatene kan sammenliknes.
- I reisevaneundersøkelsen etter tiltak kan det legges til spørsmål om hvordan tiltaket har påvirket reisevanene

### 3.8 Evaluering av prosessen, revidering og oppfølging

Følgende oppgaver gjennomføres i forbindelse med revisjon og evaluering:

- Arbeidsgruppen bearbeider funn fra ny reisevaneundersøkelse
- **Arbeidsgruppen presenterer resultatene fra reisevaneundersøkelsen for ansatte.** Dette gir de ansatte mulighet til å se forbedringene, dele erfaringer og gi innspill til prosessen som har vært
- **Handlingsplanen revideres – nye tiltak inkluderes**
- Resultater og revidert handlingsplan samles i et dokument og oppbevares internt slik at mobilitetsplanleggingen fortsetter i virksomheten



Figur 7: Resultatene fra den første reisevaneundersøkelsen og oppfølgingsundersøkelsen sammenliknes.

### Eksempler på tema som bør drøftes i evalueringen:

- Prosessen gjennom året. Hvordan har kommunikasjon, planlegging og gjennomføring fungert? Hva bør unngås, og hva kan videreføres til neste gang?
- Det settes opp et enkelt regnskap - vurder økonomi, kostnader og besparelser. Bruk handlingsplanen til å sammenlikne målene med resultatene.
- Sammenlikne reisevaneundersøkelsene og vurder tiltakenes effekt. Hvordan har transportvanene endret seg?
- Hva kan gjøres bedre neste gang? Kan tiltakene forbedres eller finnes det andre tiltak som kan iverksettes?

Etablering av reiseregler (reisepolicy) i virksomheten kan bidra til å forankre mobilitetsplanen og konkretisere virksomhetens mål. Utvikling av reiseregler kan inngå i mobilitetsplanleggingen som et tiltak i handlingsplanen.

### Reiseregler i en virksomhet kan for eksempel inneholde:

- Eksempler på hvilket transportmiddel som skal benyttes ved ulike formål og avstander på reisen. For eksempel:
  - Tjenestereiser under 5 km skal tas med sykkel/gange.
  - De som har arbeidsreise mindre enn 45 min med kollektivtransport, får parkeringskort kun 15 ganger i året.
- Regler for bruk av taxi, bilpool og leiebil
- Avveininger om tidsbruk og kostnader ved bruk av reisemiddel
- Når man skal benytte videokonferanse fremfor å reise til møte
- Egne retningslinjer for vare- og godstransport

### Senere revisjoner og oppfølging

Handlingsplanen revideres hvert år/hvert andre år. Med revisjon menes å sikre at ikke fullførte tiltak gjennomføres, og at det planlegges nye tiltak. Dette gjøres i sammenheng med budsjettarbeidet i virksomheten.

For å sjekke at virksomheten er på rett vei, gjennomføres ny reisevaneundersøkelse med jevne mellomrom – for eksempel annet hvert år. Det viktigste er det gjøres jevnlig, og at det ikke går for lang tid mellom hver gang.

Det anbefales å opprettholde arbeidsgruppen, slik at noen med erfaring kan fortsette arbeidet og holde mobilitet på dagsorden. Hvis ikke arbeidsgruppen kan fortsette må det etableres en ny.

Det må sikres at **mobilitetsplanen forankres i virksomheten**, for eksempel som en del av kvalitetssystemet eller som en del av AMU-rutiner. Dersom virksomheten har et folkehelseforum, kan dette være en aktuell plattform for å evaluere handlingsplanen.

## 4. PILOTPROSJEKT I KRISTIANSANDSREGIONEN

Etter invitasjon fra ATP (Areal- og transportplansamarbeidet i Kristiansandsregionen) ble fem virksomheter engasjert i mobilitetsplanlegging med veiledning fra Kristiansand kommune og Rambøll, våren 2017. Rapporten "[Mobilitetsplanlegging for fem virksomheter i Kristiansandsregionen, pilotprosjekt](#)" gir et innblikk i hvordan dette arbeidet ble gjennomført og hva som førte til endring. I dette kapitlet gis en kort oppsummering av prosessen og hvilke resultater det førte til.

### Suksesshistorier fra pilotprosjektet:

- Virksomhetene begynner å diskutere og bli bevisste på sine reisevaner
- Systematisk oppfølging for å skreddersy tiltak bidro til gode løsninger
- Veiledning og pådriv førte til fremgang i prosjektet
- Aktive deltakere i virksomhetenes arbeidsgrupper skapte god stemning og engasjement blant de ansatte
- Økonomisk bistand fra Kristiansand Kommune i tillegg til budsjettering i virksomhetene gjorde tiltakene realiserbare
- Prosjektet førte til en nedgang i bilbruk og en økning i bruk av miljøvennlig transport for alle virksomhetene som var med
- Etter at prosjektperioden var over hadde virksomhetene et ønske om å videreføre mobilitetsplanleggingen for å oppnå klimamål og vise en miljøprofil utad
- Virksomhetene ble bevisste på de økonomiske besparelsene ved å legge til rette for miljøvennlig transport

### Resultater fra reisevaneundersøkelsen - fellestrekk for de fem virksomhetene:

- Den største motivasjonen for å gå og sykle mer var å komme i bedre form og få et sunnere liv
- Mange benyttet allerede miljøvennlig transport 1-2 dager i uka, som er et godt utgangspunkt å bygge videre på
- Mange var interesserte i å prøve el-sykkel, et transportmiddel som kan passe godt for de med lang avstand til jobb.
- Tiltakene viste seg å ha god effekt for alle virksomhetene, selv om ikke alle deltakerne mente at tiltakene hadde påvirket reisevanene i stor grad



## 4.1 Glencore Nikkelverk

### Reisevaneundersøkelsen før tiltak

Hos Glencore Nikkelverk var det i den første reisevaneundersøkelsen en relativt høy andel på 27 % av deltakerne som benyttet seg av sykkel eller gange/løping for å komme seg til og fra arbeidsplassen. 176 respondenter svarte på den første reisevaneundersøkelsen og 231 svarte på oppfølgingsundersøkelsen.

### Tiltak

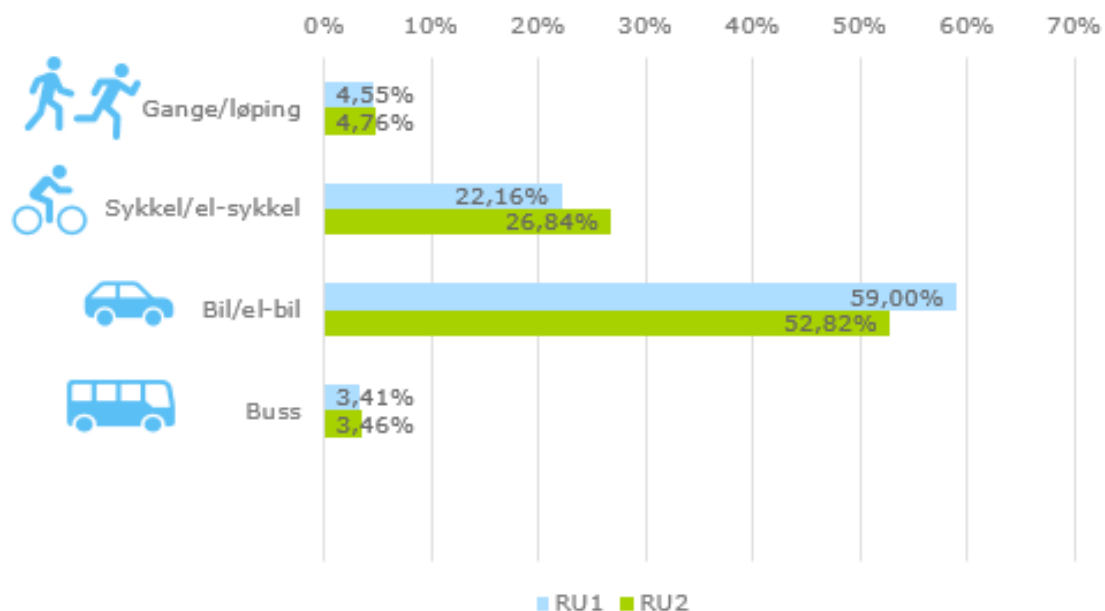
Glencore Nikkelverk har vært i en unik posisjon til å få gjennomført tiltakene i forbindelse med ny utbygging. Det ble lagt til rette for en helt ny adkomstløsning med sykkelspressvei og adskilte felt for fotgjengere og syklistene. Ved inngangen ble det etablert et stort og moderne sykkelparkeringshus. I forbindelse med endringene ble det utgitt en brosjyre slik at tilreisende kan lære om det nye trafikkmønsteret.



Figur 8: Adkomstområdet ble oppgradert i forbindelse med ny utbygging.

### Reisevaneundersøkelse etter tiltak

Nedenfor er det samlede resultatet for hvilke reisemidler som oftest ble benyttet, før og etter at tiltakene ble iverksatt. Resultatene viser noe reduksjon i bilbruk og økning av syklende. 13 % av respondentene mente at den nye sykkelparkeringen påvirket i svært stor grad.



Figur 9: Det samlede resultatet for hvor mange som benyttet ulike transportmidler i reisevaneundersøkelse før og etter tiltak.

## 4.2 Nordea

### Reisevaneundersøkelsen før tiltak

I oppstarten ble det gjennomført møter i alle enheter for å forankre handlingsplanen og sette fokus på temaet blant de ansatte. Dette var et positivt grep for å få med hele bedriften. 81 respondenter svarte på den første reisevaneundersøkelsen og 90 svarte på oppfølgingsundersøkelsen.

### Tiltak

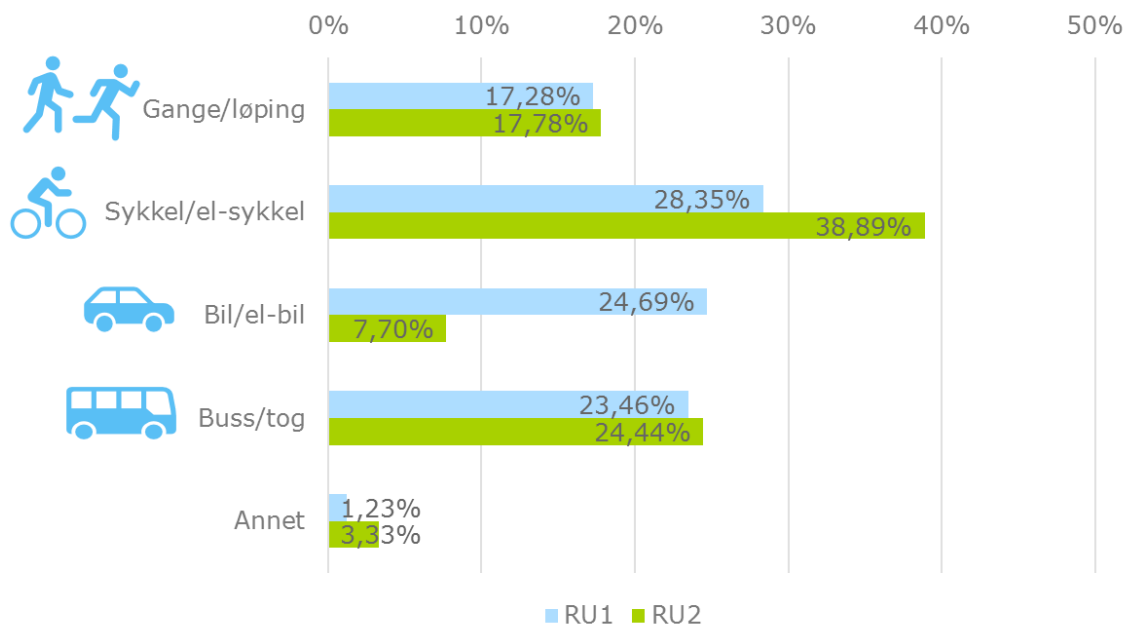
I Nordea var holdningsendring det viktigste grepet. Det var et positivt fokus på holdningskampanjer, bevisstgjøring og å få med seg folk. Tiltak som ble gjennomført var innkjøp av el-sykler til utlån og «inhouse» kampanje med klistremerker og premiering.



Figur 10: Line og Simen viser frem nye el-sykler til utlån i resepsjonen.

### Reisevaneundersøkelse etter tiltak

Det ble spurt om hvordan tiltakene hadde påvirket reisevanene. Hele 25% mente at kampanjen hadde påvirket i svært stor grad, mens rundt 10 % mente at kampanje og utlån av elsykkel påvirket i noen grad. Nedenfor er det samlede resultatet for hvilke reisemidler som oftest ble benyttet, før og etter at tiltakene ble iverksatt. Resultatene viser en stor reduksjon i bilbruk og høy økning av syklende.



Figur 11: Det samlede resultatet for hvor mange som benyttet ulike transportmidler i reisevaneundersøkelse før og etter tiltak.

## 4.3 Songdalen Rådhus

### Reisevaneundersøkelsen før tiltak

Songdalen Rådhus satt seg klare mål om 10 % mindre bilbruk, og 5 % økning i kollektiv og sykkel som hoved-transportmiddel til/fra jobb. Nærmere 50% av ansatte med bosted innenfor en avstand på 3-15 % brukte bil som hovedreisemiddel. Også i denne virksomheten var det et stort potensial for en overgang til mer miljøvennlig transport. I henhold til målsettingene klarte Rådhuset målsettingene for økningen av buss og sykkel, og kom et stykke på vei for reduksjon for bilbruk.

### Tiltak

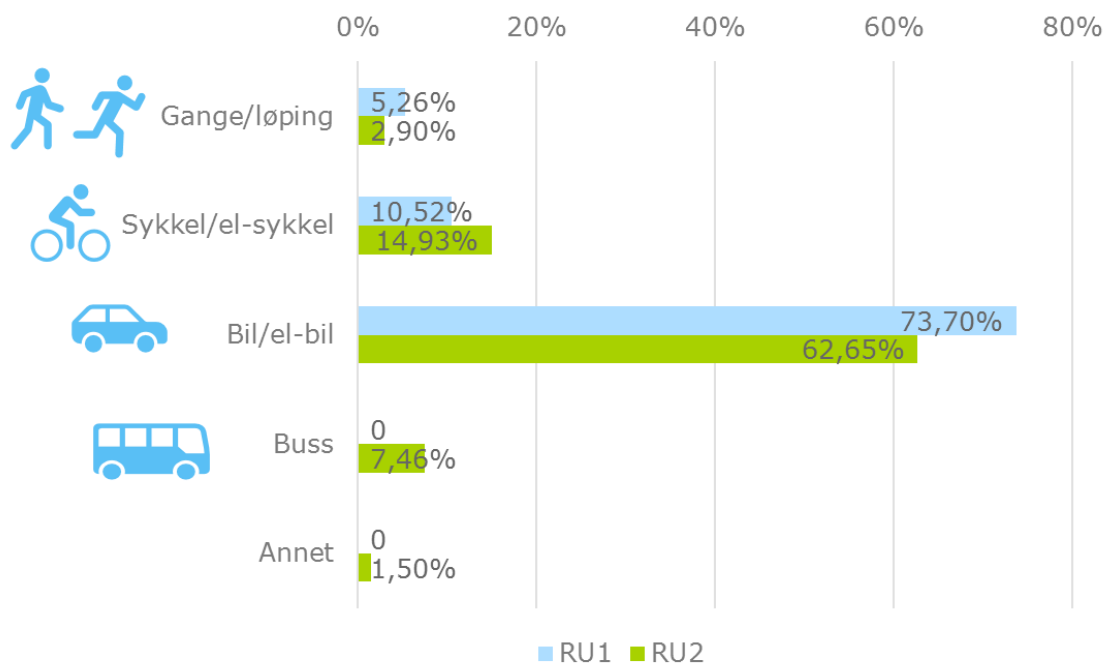
Tiltak som ble gjennomført var gratis sykkelservice på vårparten, el-sykkel plassert i resepsjonen, fokus på kampanjer (Jeg kjører grønt, sykle til jobben og egen 30 min om dagen-aksjon) samt informasjon og busskort i resepsjonen. De ansatte var positive til kampanjer og premiering, og satt pris på en påminnelse om transportvalg.



Figur 12: Busskort og utlån av el-sykkel i resepsjonen var blant tiltakene som ble iverksatt.

### Reisevaneundersøkelse etter tiltak

Det ble spurt om hvordan tiltakene hadde påvirket reisevanene. Flest mente at kampanje og gratis sykkelservice hadde påvirket i noen grad. Nedenfor er det samlede resultatet for hvilke reisemidler som oftest ble benyttet, før og etter at tiltakene ble iverksatt. Resultatene viser noe nedgang i bilbruk og en økning i bruk av sykkel og buss.



Figur 13: Det samlede resultatet for hvor mange som benyttet ulike transportmidler i reisevaneundersøkelse 1 og 2.



## 4.4 Songdalen Ungdomsskole

### Reisevaneundersøkelsen før tiltak

Mobilitetsplanlegging på skoler bidrar til å gjøre ansatte, lærere og elever mer bevisste på sine reisevaner. Ungdomsskolen hadde en ganske høy andel av kjørende i den første reisevaneundersøkelsen, men også et stort potensial for forbedring.

### Tiltak

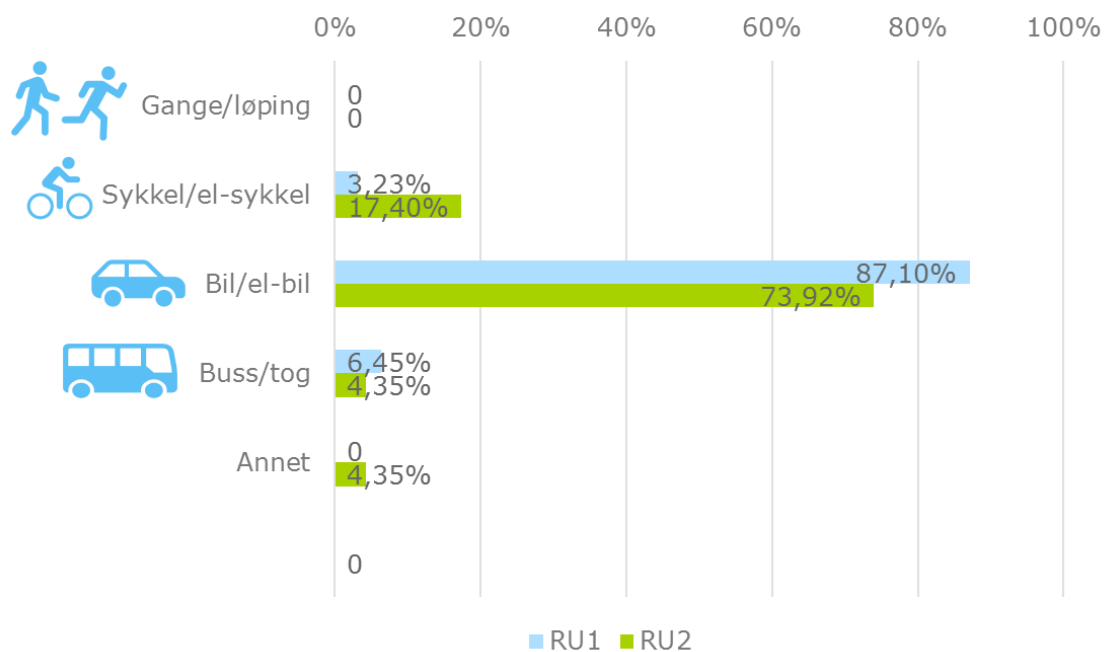
Tiltak som ble gjennomført var innendørs sykkelparkering, forbedret garderobeløsning og innkjøp av el-sykkel til utlån. Dette bidro til at prosentandelen som fikk prøvd el-sykkel økte fra 32 til 60 %.



Figur 14: Sykkelstativ og dusj for ansatte var blant tiltakene som ble iverksatt.

### Reisevaneundersøkelse etter tiltak

Det ble spurt om hvordan tiltakene hadde påvirket reisevanene. Hele 22 % mente innkjøp av elsykkel hadde påvirket i noen grad. Nedenfor er det samlede resultatet for hvilke reisemidler som oftest ble benyttet, før og etter at tiltakene ble iverksatt. Resultatene viser noe nedgang i bilbruk og en økning i bruk av sykkel.



Figur 15: Det samlede resultatet for hvor mange som benyttet ulike transportmidler i reisevaneundersøkelse 1 og 2.



## 4.5 Extra Tangvall

### Reisevaneundersøkelsen før tiltak

Extra Tangvall gjennomførte reisevaneundersøkelser med god svarprosent. De ansatte ga uttrykk for at de var åpne for å endre reisevanene dersom de rette tiltakene ble iverksatt. Flere mente at det som skulle til for å sykle mer var mosjon, flere sikre sykkelveier, bedre parkeringsforhold med tak samt garderobe med dusj. Arbeidsgruppa i Extra Tangvall ønsket derfor å iverksette tiltak for å imøtekomme dette.

### Tiltak

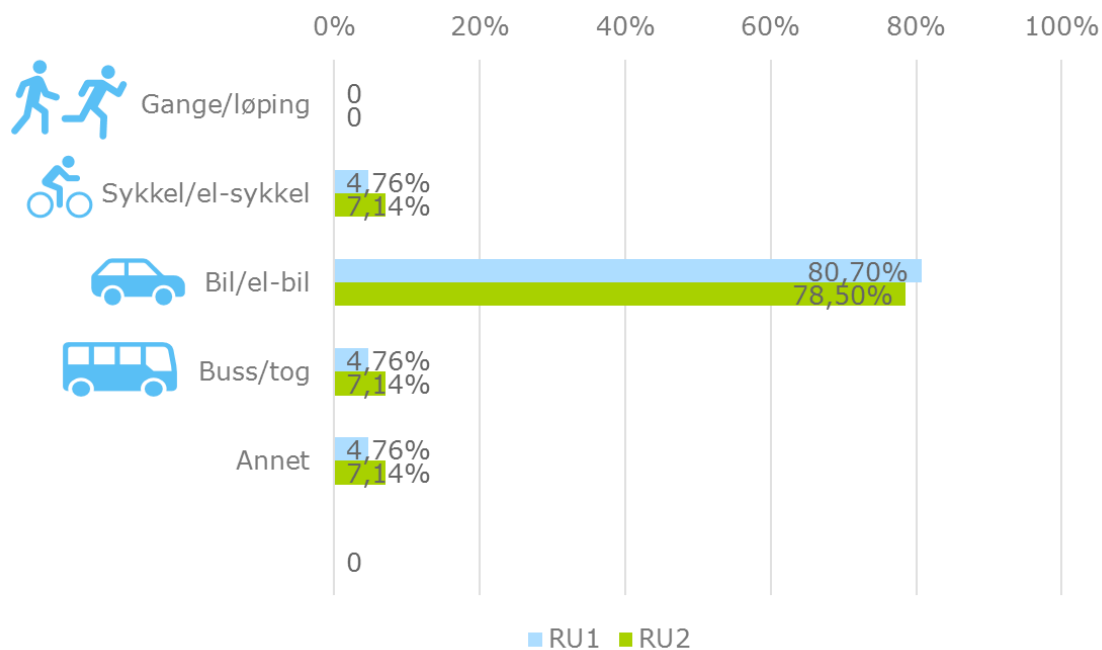
Tiltak som ble gjennomført var sykkelstativ under tak og dusj for ansatte. Det ble også arrangert en dag for testing av el-sykkel for ansatte. Dette bidro til at prosentandelen som fikk prøvd el-sykkel økte fra 14 til 50 %.



Figur 16: Sykkelstativ og dusj for ansatte var blant tiltakene som ble iverksatt.

### Reisevaneundersøkelse etter tiltak

Det ble spurt om hvordan tiltakene hadde påvirket reisevanene. Flest mente at dusj for ansatte hadde påvirket i svært stor grad, mens rundt 15 % mente at alle de tre tiltakene påvirket i noen grad. Nedenfor er det samlede resultatet for hvilke reisemidler som oftest ble benyttet, før og etter at tiltakene ble iverksatt. Resultatene viser noe nedgang i bilbruk og en liten økning i bruk av sykkel og buss.



Figur 17: Det samlede resultatet for hvor mange som benyttet ulike transportmidler i reisevaneundersøkelse 1 og 2.