



MOBILITETSHÅNDBOGEN

En håndbog til hjælp ved formulering og implementering af mobilitetsprojekter, marts 2022.

HVORFOR EN MOBILITESHÅNDBOG?

Denne håndbog er tænkt som inspiration og vejledning til, hvordan kommuner kan forbedre mobiliteten for deres borgere gennem lokalt forankrede mobilitetsprojekter.

Håndbogen er et resultat af den kollektive trafikplan for de midt- og vestjyske kommuner, som Midttrafik, Region Midtjylland, Viborg, Skive, Struer, Lemvig, Holstebro, Ringkøbing-Skjern, Ikast-Brande og Herning kommuner igangsatte i efteråret 2020. I forbindelse med trafikplanens arbejde med mobilitet opstod der et ønske om og behov for at lave en fælles vejledning til brug i kommunerne i forbindelse med mobilitetsprojekter. NIRAS har leveret input til håndbogens indhold.

Hvorfor arbejde med mobilitet?

Mobilitet er en helt central del af hverdagslivet. Mobilitet får hverdagen til at hænge sammen, gør det muligt at uddanne sig, arbejde, købe ind, dyrke sine fritidsinteresser og se sine venner og familie. Det er dog en stor udfordring at få mobiliteten til at passe sammen med de ønsker og behov, der er for at være mobil i et lokalområde, ikke mindst i landdistrikterne, hvor tilbuddene ofte er begrænsede. Mobilitet er mere end busser, biler og tog, og for at kunne imødekomme lokale borgeres mobilitetsbehov og -ønsker skal mobilitet tænkes bredere, samtidig med

at løsningerne skal forankres lokalt. Det er en stor opgave, og derfor har Midttrafik, Region Midtjylland og de otte midt- og vestjyske kommuner udarbejdet denne håndbog til brug i forbindelse med mobilitetsprojekter.

Håndbogen har til formål at sikre en succesfuld gennemførelse af lokale mobilitetsprojekter og indeholder således en vejledning fra opstart til implementering og drift. Til håndbogen hører desuden en eksempelsamling (se bilag), der kan give inspiration til valg af hvilke(t) mobilitetsprojekt(er), der egner sig bedst til de forhold, der er i projektområdet.

Læsevejledning

Håndbogen er inddelt i fem kapitler, og under hvert kapitel er der en tjekliste med emner, der bør overvejes, og på denne måde fungerer håndbogen som en 'opskrift' til gennemførelse af lokale mobilitetsprojekter. Håndbogen kan følges kronologisk, men i praksis vil kapitlerne have et naturligt overlap eller køre sideløbende. Når håndbogen læses, er det desuden vigtigt at huske på, at et konkret mobilitetsprojekt altid skal tilpasses og målrettes den lokale kontekst. Der er ikke to mobilitetsprojekter, der er identiske, og derfor vil der også være emner, der fylder mere i nogle projekter end i andre.

INDHOLDSFORTEGNELSE

- 1. FASTLÆGGELSE AF RAMMER** **S. 6**
Indledningsvist skal projektets grundlæggende rammer fastlægges, herunder mål og succeskriterier, hvilke aktører, der skal involveres i projektet og hvordan, økonomiske og tidsmæssige ressourcer samt eventuelle afgrænsninger.
- 2. KORTLÆGNING OG BEHOVSAFKLARING** **S. 10**
Dernæst skal områdets geografiske og demografiske forhold kortlægges. Herved er det målet at undersøge, hvilke mobilitetsudfordringer og -behov, der findes i området. Dette kapitel indeholder en liste over analyser, der bør foretages i et mobilitetsprojekt.
- 3. EKSEMPELSAMLING, BYTYPER OG PERSONAER** **S. 14**
I dette kapitel præsenteres et skema over 'bytyper' kombineret med 'personaer' og hvilke mobilitetsprojekter, der vil være egnede i de forskellige kombinationer. De mulige mobilitetsprojekter er samlet i en eksempelsamling, der fungerer som en værktøjskasse og til inspiration. Den fulde samling findes som et bilag til denne håndbog.
- 4. KOMMUNIKATION OG LANCERING** **S. 22**
Efter valg af mobilitetsprojekt skal dette implementeres, kommunikeres og lanceres, og der er derfor en række praktiske forhold, man bør overveje og tage stilling til. Dette kapitel indeholder en guide til, hvordan mobilitetsprojektet får de bedste forudsætninger fra start.
- 5. DRIFT OG EVALUERING** **S. 26**
I dette kapitel gives gode råd til drift og evaluering af hhv. et pilotprojekt og et blivende mobilitetsprojekt. Under driften kan der være behov for løbende justeringer og tilretninger, hvorfor det er vigtigt, at der lægges en plan for, hvordan projektet overvåges. Slutteligt evalueres projektet ift. de opsatte mål og succeskriterier.

BILAG: EKSEMPELSAMLING

Som et bilag til denne håndbog findes en eksempelsamling, der beskriver mulige mobilitetsprojekter indenfor tre kategorier: *fysisk miljø*, *transportløsninger* og *samarbejde og kommunikation*. Under hver kategori er der en række projektark, og til hver projektark er der en række cases med eksempler på udførte mobilitetsprojekter.

01

FASTLÆGGELSE AF RAMMER

Alle (mobilitets)projekter, store som små, bør starte med en fastlæggelse af de grundlæggende rammer for projektet. Det er her vigtigt at tage stilling til, hvilke mål og succeskriterier der er for projektet, da det er disse, projektet i sidste ende skal evalueres på og holdes op imod. Ligeledes bør man i opstarten gøre sig klart, hvordan projektet skal organiseres; hvem der skal involveres i projektet, hvornår og hvordan. Der kan nedsættes forskellige arbejdsgrupper, en styregruppe, en følgegruppe osv., og det kan være relevant med involvering af fx forskellige kommunale forvaltninger, trafikskabet og eksterne partnere. I et mobilitetsprojekt bør man altid involvere de lokale borgere, da det i sidste ende er dem, der skal benytte et nyt mobilitetsstilbud. Alt efter hvilket projekt der er tale om, kan borgerinvol-

ringen være mere eller mindre omfattende. I opstarten bør man desuden danne sig et overblik over projektets ressourcebehov ift. både tid og økonomi. Endeligt bør man også tænke over eventuelle projektafgrænsninger og risici i projektet.

Mål

Det er vigtigt af fastlægge, hvad målet med mobilitetsprojektet er og at opstille succeskriterier, så projektet senere kan evalueres ift. om dette/disse er blevet opfyldt. Ofte igangsættes initiativer som pilotprojekter, og derfor bliver succeskriterierne vigtige, når der skal træffes beslutning om, hvorvidt projektet skal fortsætte. Dette er særligt vigtigt, når man involverer frivillige borgere. Borgerne skal vide, hvilke mål og succeskriterier projektet har og skal leve op til for at kunne



De fleste organisationer ligger inde med projektstyringsværktøjer, der gennemgår nogle af de samme emner, der beskrives i dette kapitel. Mobilitetshåndbogens første kapitel kan anvendes som et supplement hertil eller som en huskeliste i forbindelse med opstart af et mobilitetsprojekt.

TJEKLISTE TIL FASTLÆGGELSE AF RAMMER:

- ✓ **Mål**
Hvilke(t) mål skal mobilitetsprojektet opfylde (fx politiske, sociale, miljømæssige eller økonomiske), og hvad er projektets succeskriterier?
- ✓ **Kommunal forankring**
Hvor er projektet forankret, og hvem har ansvaret? Skal projektet organiseres i en formel arbejds- og styregruppe?
- ✓ **Lokal forankring og samarbejde**
Hvordan forankres mobilitetsprojektet hos de lokale borgere, og hvilke formelle samarbejder skal der opbygges?
- ✓ **Finansiering**
Hvilke økonomiske ressourcer er der brug for og adgang til i projektet? Kan der evt. søges om medfinansiering af projektet ved relevante puljer?
- ✓ **Tid**
Hvilke tidsmæssige ressourcer er der behov for, og hvilken tidsplan skal mobilitetsprojektet følge?
- ✓ **Projektafgrænsning**
Har mobilitetsprojektet afgrænsninger ift. fx målgruppe eller geografi?
- ✓ **Risikoanalyse**
Hvilke risici er der i projektet, og hvordan kan de forebygges?

fortsætte efter piloten. Mål for et mobilitetsprojekt kan fx være politiske, miljømæssige, økonomiske eller sociale, og de kan være målbare såvel som mere værdibaserede, fx:

- At reducere CO₂ (et succeskriterie knyttet hertil kan fx være, at udledningen reduceres med X %).
- At fremme landdistriktsudvikling og bosætning (et succeskriterie hertil kan fx være, at liggetiden for huse til salg i området falder med X dage).
- At forbedre den oplevede mobilitet (et succeskriterie knyttet hertil kan fx være et måltal før og efter projektet samt et mål for udviklingen).
- At have fokus på særlige målgrupper (et succeskriterie knyttet hertil kan fx være, at en bestemt målgruppe oplever en bedre mobilitet, eller at ældre bliver boende længere i landsbyen, fordi mobiliteten forbedres).
- At opnå synergier i den kollektive trafik og at øge brugen heraf (et succeskriterie knyttet hertil kan fx være at få X % flere kunder i bussen).
- At øge kendskabet til den eksisterende kollektive trafik (et succeskriterie hertil kan fx være, at brugen af Flextrafik øges med X %).
- At nytænke den kollektive trafik eller mobiliteten på landet, eksempelvis organisering, finansiering og samarbejde (et succeskriterie knyttet hertil kan fx være, at det samlede mobilitetstilbud i området øges).

I forbindelse med udarbejdelsen af mål for mobilitetsprojektet anbefales det at overveje, hvordan det enkelte projekt skal evalueres, når projektet er afsluttet. Her kan der med fordel opstilles nogle mere målbare succeskriterier for hvert mål. Er projektets

mål fx at få flere passagerer i den kollektive trafik, kan succeskriteriet hertil fx være et måltal for antal brugere (husk at foretage en førmåling). Nogle mål og succeskriterier vil være lette at evaluere på, mens andre vil kræve en større analyse.

Kommunal forankring

Det er vigtigt at tænke over, hvor i kommunen projektet kræver opbakning og engagement. Projektet kan derfor med fordel starte med en intern miniproces, på tværs af kommunale forvaltninger, for at skabe opbakning og involvering af de vigtigste parter. Fremadrettet i den interne proces er det vigtigt, at der er plads til meningsudvekslinger, fejring af fælles sejre og fælles tackling af modstand, så der bliver skabt en fælles motivation for projektet. Dette kan involvere:

- At projektet har et klart mål, som alle forstår – jo bedre deltagerne forstår og deler det overordnede billede, desto bedre kan de træffe de rigtige beslutninger.
- Effektiv deling af viden – hvordan sikres det, at alle er opdaterede? Det kan fx være ugentlige Teams-møder på 15-30 min., hvor sidste nyt i projektet bliver delt.
- Tydelig ansvarsfordeling – hvem står for hvad, internt i de enkelte afdelinger og på tværs af afdelinger? Hvem har beslutningsmandatet ved intern uenighed eller ved behov for hurtige beslutninger? Hvem er projektejer og tovholder på projektet?

I større projekter kan det være nødvendigt at nedsætte en arbejdsgruppe og en styregruppe samt at afklare, hvordan arbejdsopgaverne fordeles herimellem. Mindre projekter behøver ikke nødvendigvis samme

faste struktur. Det er dog altid vigtigt at få afklaret, hvilke personer der skal være med i arbejdet med mobilitetsprojektet, i hvilket omfang og hvornår i processen. Når projektet organiseres, kan følgende spørgsmål overvejes:

- Hvilke kommunale forvaltninger er det relevant at involvere? I hvilken grad og hvornår?
 - Er det relevant at involvere trafikelskabet (fx hvis det kræver justeringer og tilpasninger i den øvrige kollektive trafik)?
 - Hvilke eksterne personer eller organisationer bør sidde med i en arbejdsgruppe/styregruppe?
 - Hvilke lokale repræsentanter (fx fra ældrecenter, skole, kirke, ungdomsskole, foreninger, virksomheder, borgerforeninger eller klyngesamarbejder) skal sidde med i en arbejdsgruppe/styregruppe? Og hvem hos kommunen har kontakten til de lokale repræsentanter?
- Hvordan skal samarbejdet organiseres, skal der laves en samarbejdsaftale, oprettes en forening, et netværk, en lokal aktionsgruppe, lokale ambassadører, en referencegruppe eller lignende?

Det er vigtigt at huske på, at også borgere/borgergrupper som ikke 'råber højt' kan have et mobilitetsbehov, der ikke er dækket, og at disse behov ofte er anderledes end hos dem, der gerne deltager i sådanne projekter. Det er desuden vigtigt at forventningsafstemme den tid, borgere i lokalsamfundet forventes at skulle bruge i projektet, da de fleste borgere vil medvirke i projektet i deres fritid.

Finansiering

Det kræver penge at få et mobilitetsprojekt gennemført, og derfor er det vigtigt, inden start, at skabe et overblik over, hvilke ressourcer der er brug for og adgang til. Dette indebærer:

- Udarbejdelse af budget til evt. anlæg og drift af mobilitetsprojektet.
- Afdækning af hvilke puljer, der evt. kan søges til medfinansiering.

Mange mobilitetstiltag og -forsøg har behov for økonomisk støtte, enten i et projektførløb eller i en driftssituation. Til dette formål kan der ofte søges om medfinansiering i dertilindrettede puljer. Puljer kan være offentlige puljer eller donationer fra private legater/organisationer. Ofte er der krav om 50 % medfinansiering ved de offentlige puljer, hvorfor de resterende midler skal findes hos enten kommunen eller byen/mobilitetsforeningen ved indsamlinger eller donationer. I mobilitetsprojekter er det væsentligt alle-



Forud for involveringen af de lokale borgere kan der med fordel udarbejdes en interessenanalyse. Ved hjælp af denne kan personer med interesse i projektet identificeres, og det bliver muligt at lægge en plan for, i hvilket omfang og hvordan de skal involveres i projektet.

Lokal forankring og samarbejde

Det er vigtigt, at mobilitetsprojekter forankres lokalt i det område, som projektet dækker. Det er derfor vigtigt at overveje, hvordan projektet skal forankres hos de lokale borgere, og hvilke samarbejder der vil gavne projektet. En interessenanalyse kan evt. hjælpe med at skabe overblik over, hvem der er relevante at inddrage, og hvad de hver skal bidrage med. I denne fase bør det overvejes:

- Hvilke private og offentlige lokale aktører (fx ældrecenter, skole, kirke, ungdomsskole, foreninger, virksomheder, borgerforeninger eller klyngesamarbejder) er det relevant at inddrage?

rede i projektfasen at tænke på finansiering og drift efter en forsøgsperiode og et eventuelt tilskuds ophør.

Tid

Foruden økonomi er det væsentligt at afklare, hvilke tidsmæssige ressourcer, der er behov for og adgang til i projektet. Dette indebærer:

- Oversigt over projekttimer hos medarbejdere i kommunen/projektdeltagere i området og en forventningsafstemning af indsatsen.

For at kunne styre mobilitetsprojektet er det vigtigt, at der udarbejdes en tidsplan. Her indskrives projektets milepæle og andre væsentlige elementer såsom møder, evalueringer, kommunikationstiltag, ansøgninger etc. Det vil ofte være et krav til eventuelle ansøgninger om puljemidler til et mobilitetsprojekt, at der foreligger en overordnet tidsplan, som kan indeholde følgende:

- Milepæle, evt. stop-go nedslag.
- Organisatoriske milepæle (arbejdsgruppemøder, styregruppemøder).
- Tidspunkter for inddragelse af borgere og andre aktører.
- Kommunikationsmilepæle.
- Deadlines for ansøgninger om tilskud.
- Tidsplan for evaluering.

Når projektet skal evalueres, er det vigtigt at huske på, at adfærdsændringer tager tid, så det er vigtigt, at der afsættes en acceptabel driftsperiode, så mobilitetsprojektets potentialer har tid til at blive udfoldet.

Projektafgrænsning

Et mobilitetsprojekt kan hurtigt blive 'for stort',

så derfor er det vigtigt fra start at have gjort sig nogle tanker om, hvordan projektet kan afgrænses. Gode spørgsmål at stille er:

- Hvad er den relevante geografiske afgrænsning?
- Hvilke målgrupper er relevante for projektet?
- Hvilke typer mobilitetsudfordringer er relevante for projektet?

Risikoanalyse

Inden et projekt bliver sat i gang, er det en god idé at foretage en analyse af, hvad der kan gå galt, og hvilke forholdsregler der kan tages. Det handler også om at afstemme forventningerne til, hvornår der evt. skal gribes ind. En risikoanalyse kan gennemføres relativt hurtigt gennem en brainstorm på alt det, der kan gå galt i projektet. Herefter vurderes emnerne ud fra om det, der kan gå galt, har en høj konsekvens eller en lav konsekvens for projektet, og om sandsynligheden, for at det sker, er høj eller lav. Mulige risici kunne fx være, at der bliver skåret i budgettet undervejs, pludselig udskiftning af medarbejdere, lederen af kampagnen bliver syg, pludselig lokal modstand, regnvejr på lanceringsdagen, nyt politisk udspil, etc. Herefter kan det være nyttigt at diskutere risici med høj sandsynlighed og høj konsekvens, fx:

- Kan nogle af problemerne forbygges ved at inddrage bestemte chefer?
- Kan der skabes større opmærksomhed omkring projektet, for at sikre sig imod reduktioner i budgettet?
- Kan der laves en plan B, som minimerer konsekvensen?
- Hvad sker der, hvis projektet vokser ud over rammerne?

02

KORTLÆGNING OG BEHOVSAFKLARING

Udgangspunktet for et mobilitetsprojekt er først og fremmest at forstå den kontekst, hvori projektet skal implementeres. Det er derfor relevant at kortlægge de geografiske og demografiske forhold samt de fysiske strukturer og funktioner for at få en forståelse for, hvilket eller hvilke mobilitetsudfordringer og -behov, der findes i området.

Dette kapitel indeholder derfor en række analyser, der bør foretages i forbindelse med et mobilitetsprojekt. Vha. analyserne, er det muligt at komme hele vejen rundt om det pågældende områdes karakteristika, potentialer og udfordringer. Nogle analyser kan foretages fra skrivebordet, vha. tilgængeligt kortmateriale og data. Andre analyser kræver lokalkendskab, og at man engagerer lokalbefolkningen i afdækningen.

Geografi og demografi

Alle lokalområder er forskellige og har forskellige forudsætninger for at indgå i et mobilitetsprojekt. Det er derfor vigtigt at få afdækket særlige forhold for området, inden mobilitetsprojektet tilrettelægges endeligt. Dette involverer en række analyser:

- Områdets geografi (fig. 11.1). Hvor er området placeret, hvordan er sammenhængen internt i området og eksternt til andre byer? Er området en del af et fællesskab eller en landsbyklynge?
- Områdets serviceudbud (fig. 11.2). Hvilke servicefunktioner; dagligvarebutikker, handel, skole, uddannelse, læge, kulturmiljøer mv. indeholder området? Hvor langt er der til nærmeste by med de nævnte servicetilbud (det kan både være relevant at kigge på afstand i km og transporttid)?
- Mobilitet i området i dag (fig. 11.3). Har området tog- og/eller busforbindelse - og i hvilket omfang (antal daglige afgang, hvortil er forbindelserne)? Findes der andre mobilitetsløsninger som fx Flextrafik, delebiler/-cykler? Hvor stor er brugen af den kollektive trafik og øvrige tilbud i området i dag?
- Områdets demografi. Hvad er områdets indbyggertal (og evt. ændring i indbyggertal), befolkningstæthed og befolkningssammensætning (fx alder, køn, socialklasse, indkomstniveau, uddannelsesniveau og beskæftigelsesniveau)?



Mappings kan være en god metode i forbindelse med kortlægningen af et områdes geografi. Ved at lægge tilgængeligt data ind på et eller flere kort, bliver det muligt visuelt at aflæse de fysiske forhold i området. Herudfra kan det aflæses, hvor de potentielt store rejsestrømme er, og om der er et uforløst mobilitetsbehov i forbindelse med disse. Illustrationerne på modstående side er eksempler på mappings i forbindelse med kortlægningen af et (her fiktivt) områdes geografi.

TJEKLISTE TIL KORTLÆGNING OG BEHOVSAFKLARING:

- ✓ **Geografi og demografi**
Hvad karakteriserer områdets geografiske og demografiske forhold? Har området fx en særlig placering ift. sammenhæng med nabobyer, eller er området fx karakteriseret ved befolkningsvækst/-frafald?
- ✓ **Lokalsamfund**
Hvor stærkt er lokalsamfundet ift. bl.a. frivillighed, foreningsliv og engagement? Hvor meget kan og skal de lokale borgere selv være med til løfte i et mobilitetsprojekt?
- ✓ **Behovsafklaring**
Hvilke(n) målgruppe(r) har en mobilitetsudfordring? Er udfordringen afgrænset ift. geografi eller særlige formål?

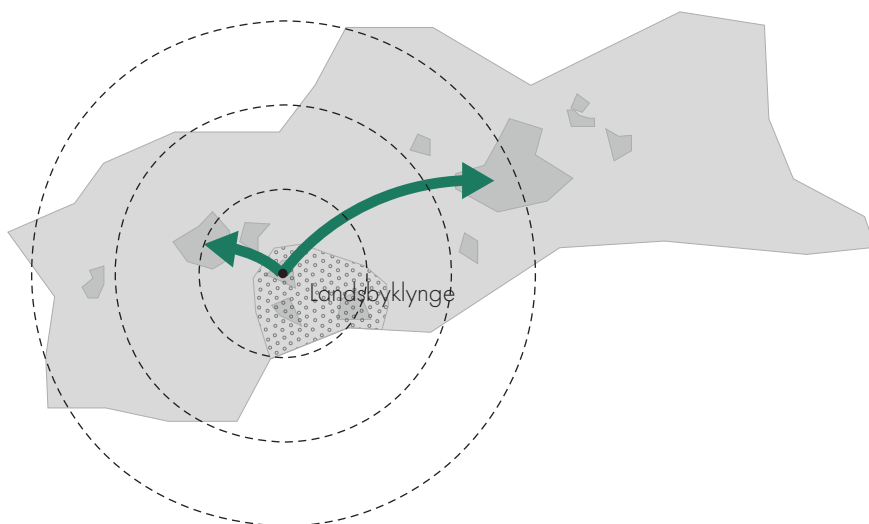


Fig. 11.1: Kortlægning af et (her fiktivt) områdes geografi og sammenhæng med nærliggende byområder kan afdække, hvilke mobilitetsbehov borgerne i området har. Der bør ligeledes zoomes ind på selve projektområdet for at kortlægge de lokale, fysiske forhold.

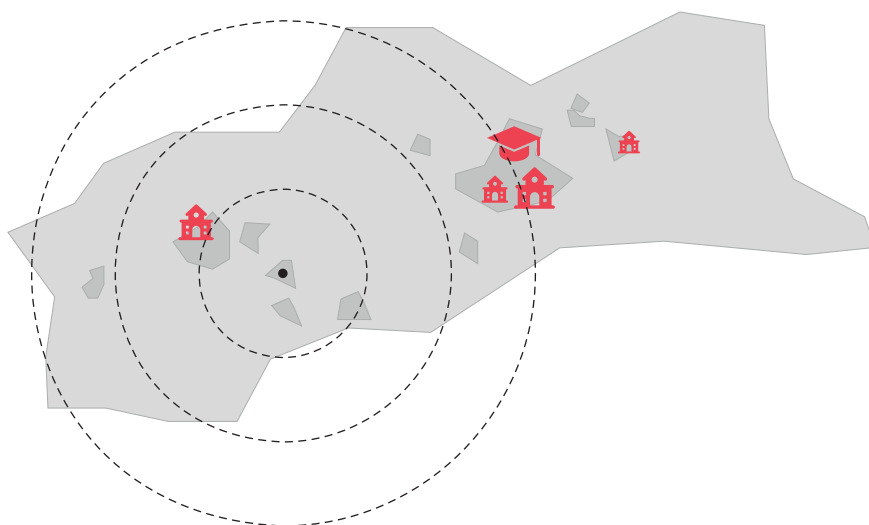


Fig. 11.2: Det er relevant at kortlægge de basale servicefunktioner, såsom skole, uddannelse, handel, læge, kultur- og fritidstilbud, og afstanden hertil, for at undersøge, hvor de potentielt store rejsestrømme er. Her er det eksemplificeret ved en fiktiv kortlægning af omkringliggende skoler og uddannelsesinstitutioner.

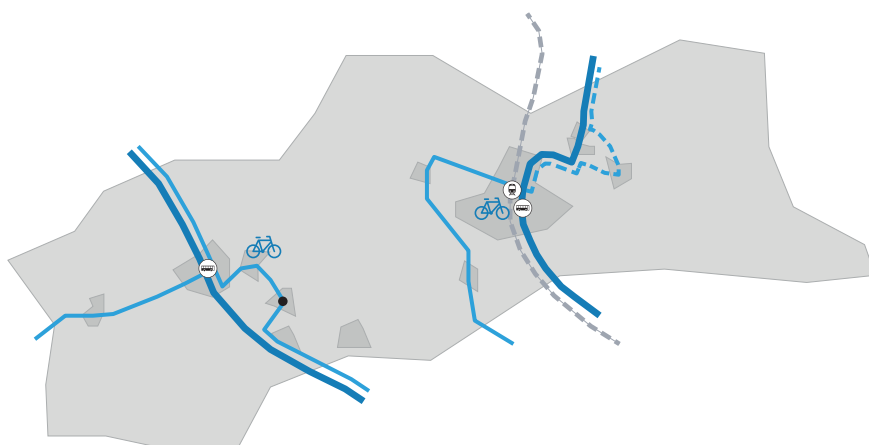


Fig. 11.3: En kortlægning af hvilke mobilitetsmuligheder (kollektiv trafik og øvrige mobilitetsformer) der findes i området, kan afsløre, om der er rejsestrømme, der ikke understøttes i tilstrækkelig grad.

Lokalsamfundet

Et mobilitetsprojekt etableres for at give de lokale borgere bedre mulighed for at få opfyldt deres mobilitetsbehov. Det kræver til gengæld, at det lokale samfund har ressourcer og mulighed for at tage imod mobilitetsprojektet og er i stand til at benytte og støtte projektet. Derfor er det vigtigt at foretage en vurdering af de lokale borgeres vilje og evne til at indgå i projektet. Det er som regel nødvendigt at involvere lokale borgere i af-dækningen af følgende forhold:

- Ressourcer og aktivitet. Hvor aktivt er området indenfor bl.a. frivillighed, foreningsliv, fællesskaber, aktiviteter og initiativer?
- Engagement. Hvor meget kan områdets borgere selv være med til at løfte i et mobilitetsprojekt?
- Informationsniveau. Hvor meget kender borgerne til nuværende mobilitetsstilbud, bl.a. kollektiv trafik, herunder Flextrafik?
- Foregår der organiseret/uorganiseret samkørsel i dag? Hvor er de formelle/uformelle knudepunkter? Hvor højt er bilejerskabet?
- Områdets potentialer. Er der fx et stærkt lokalfællesskab, der vil bakke op om et mobilitetsprojekt?
- Områdets udfordringer. Er det fx svært at rekruttere ildsjæle til projektet (husk at ildsjæle kan være engagerede i flere tiltag på samme tid og kan brænde ud)?

Behovsafklaring

Et mobilitetsprojekt udspringer ofte af, at et mobilitetsbehov ikke bliver dækket. Det er vigtigt at få afdækket dette behov og de udfordringer, de lokale har i forbindelse med deres mobilitet. Ift. behovsafklaringen er det vigtigt igen at inddrage lokalbefolkningen og at kigge på:

- Målgruppe. Hvilke(n) målgruppe(r) har et uforløst mobilitetsbehov (fx unge, ældre, borgere uden bil/kørekort, turister, borgere der ønsker et alternativ, borgere der har fokus på klima)? Vær her opmærksom på, hvorvidt den målgruppe, der har et uforløst mobilitetsbehov, også er borgere, der henvender sig med ønsker til mobilitet og er aktiv i projektet. Ofte har de "stille" det største, uforløste behov.
- Geografi. Er behov/udfordringer lokalt ml. landsbyer eller til og fra større byer?
- Formål. Er behov/udfordringer forbundet med fx arbejdspendling, uddannelsespendling, fritidsmobilitet eller erhvervspendling?
- Tid. Er mobilitetsbehov/udfordringer knyttet til en bestemt tid på dagen, ugen eller året (fx sommerperiode eller vinterperiode)?

Spørgeskemaundersøgelse af civilsamfundets styrke

1. Engagement og frivillighed

1.1 Er der generelt et bredt forankret engagement i byen? (F.eks. i modsætning til at få ildsjæle driver eventuelle aktiviteter i landsbyen)

1.2 Kommer der løbende nye frivillige kræfter til foreningerne og landsbyens øvrige organiseringer?

2. Foreninger og uformelle organiseringer

2.2 Har landsbyen foreninger, der udviser særligt lokalt engagement, og dermed spiller en særlig rolle for landsbyens udvikling?

2.3 Har landsbyen uformelle organiseringer, der udviser særligt lokalt engagement, og dermed spiller en særlig rolle for landsbyens udvikling?

2.4 Nævn gerne specifikt navnet på landsbyens lokale borgerforening og/eller lokalråd, og hvor mange medlemmer har den/det ca.?

3. Lokalsamfundsorienterede virksomheder

3.1 Har landsbyen borgerdrevne organiseringer, der spiller en særlig rolle for landsbyens udvikling? (F.eks. brugsforeninger, delebilsordninger, anpartsselskaber der foretager nedrivninger af tomme bygninger eller lign.)

3.2 Har landsbyen virksomheder, som spiller en særlig rolle lokalt? (F.eks. lokale håndværkervirksomheder, der udvikler byen, landmænd, der opkøber faldefærdige bygninger og river dem ned, mv.)

4. Samarbejdskultur

4.1 I hvilken grad arbejder de forskellige typer af aktører og organiseringer sammen om projekter, der er forankret i landsbyen?

4.2 Arbejder foreningerne og/eller virksomhederne sammen med kommunen?

5. Faciliteter

5.1 Bruges landsbyens faciliteter som mødesteder?

5.2 I hvor høj grad tager borgerne ejerskab og vedligeholder landsbyens faciliteter?

5.3 Hvilke faciliteter fungerer som mødesteder i landsbyen- og hvordan? (Et mødested kan både være en konkret facilitet f.eks. forsamlingshus, men også 'foran Brugsen', 'parkeringspladsen ved skolen' og 'ved kirken')

6. Fællesskab

6.1 I hvilken grad synes du, der er et stærkt fællesskab i landsbyen?

7. Landsbyens potentialer

7.1 Hvad er landsbyens særlige potentiale(r)? Nævn 1-4 af de største/mest oplagte potentialer for landsbyen?

7.2 Hvad er landsbyens særlige udfordring(er)? Nævn 1-4 af de største udfordringer som landsbyen står overfor?

7.3 Hvad er landsbyens (civilsamfunds) udvikling generelt? (F.eks. om nye initiativer bliver løbende sat i gang, og flere og flere borgere engagerer sig i byens udvikling)

7.4 Opleves landsbyen generelt som en god landsby?

Fig. 13.1: I afdækningen af lokalsamfundets ressourcer og engagement kan man med fordel benytte en spørgeskemaundersøgelse som denne fra Realdanias rapport "Længe leve landsbyerne", s. 39 (det fulde spørgeskema kan findes på realdania.dk).

03

EKSEMPELSAMLING, BYTYPER OG PERSONAER

Dette kapitel er tænkt som en hjælp til udvælgelse og formulering af et mobilitetsprojekt. Formålet hermed er således at give inspiration og at sikre, at det valgte projekt passer til konteksten og de mobilitetsudfordringer, der er registreret i analysen.

Kapitlet indeholder dels et skema med mulige projekter, hvor området placeres i stereotype bytyper og stereotype persongrupper (personer), såvel som en eksempelsamling med overblik over potentielle mobilitetsprojekter. Bytyperne tager afsæt i den geografiske kortlægning, mens personerne udspringer af den demografiske kortlægning.

Bytyper

Med baggrund i den geografiske analyse, inddeles området i en af fire generiske bytyper. Bytyperne er primært baserede på det serviceudvalg, der findes i området, da dette definerer, hvor meget områdets indbyggere er afhængige af at pendle til omkringliggende byer for at få deres hverdagsliv til at hænge sammen. De fire bytyper er:

- Landsby
- Mindre serviceby

- Større serviceby
- Handelsby

Personer

Håndbogens brug af personer er inspireret af Energibyens Skives arbejde i Interreg projektet *Stronger Combined*. Her har man i samarbejde med konsulentvirksomheden Pro-vins ApS, gennem kvalitative og kvantitative undersøgelser, defineret en række generiske personer, der samlet set repræsenterer et områdes befolkning. Se mere om tilgangen hertil i Energibyens publikation: "Hverdagens mobilitet. Mobilitetsfortællinger fra et landområde", Energibyens Skive 2021.

Med baggrund i den demografiske kortlægning, inddeles borgerne i fem generiske persongrupper, og det estimeres, hvor stor en andel, hver gruppe ca. udgør for det analyserede område. De fem personer er:

- Børn og unge
- Borgere med adgang til bil
- Borgere uden adgang til bil
- Immobiler borgere
- Turister og besøgende



På modstående side ses en beskrivelse af de fire bytyper, og på side 16 beskrives de fem personer. Både bytyper og personer er stereotype inddelinger, og der kan derfor være områder/personer, som ikke udelukkende passer til én kasse. Vælg den inddeling, der giver mest mening i det pågældende projekt.

METODE TIL VALG AF MOBILITETSPROJEKT:

- **Bytype**
Hvilken bytype karakteriserer projektområdet?
- **Persona**
Hvordan fordeler borgerne i det analyserede område sig ift. de fem persongrupper? Hvilke(n) persongruppe(r) er målgruppe for mobilitetsprojektet?
- **Bruttoliste**
Af skemaet aflæses bruttolisten for egnede mobilitetsprojekter for den valgte kombination af bytype og persongruppe.
- **Eksemplering**
Læs mere om de egnede projekter i eksempelsamlingen, som findes som bilag til denne håndbog.

BYTYPER



Landsby

Landsbyen er ofte udelukkende en ren bosætningsby og indeholder ingen eller meget få servicefunktioner. Der er typisk ikke skole eller arbejdspladser i byen, og mobiliteten er derfor præget af daglig transport ud af byen til skole, arbejde, indkøb og fritidsaktiviteter.



Mindre serviceby

Den mindre serviceby indeholder få basale servicefunktioner, fx skole eller dagligvareindkøb. Indeholder byen en skole, vil der være intern transport hertil, mens den øvrige transport foregår ud af byen i forbindelse med bl.a. overbygningen, uddannelse, arbejde, handel og fritidsaktiviteter.



Større serviceby

Den større serviceby indeholder flere af de basale servicefunktioner, fx skole, dagligvareindkøb og læge. Derudover er der typisk et mindre udvalg af aktiviteter og fritidstilbud i byen. Hverdagslivet kan leves i byen, og mobiliteten er derfor præget af intern transport. Der vil dog fortsat være transport ud af byen til funktioner og arbejdspladser i større byer.



Handelsby

Handelsbyen indeholder alle basale servicefunktioner og derudover et større udvalg af handel, fritidsaktiviteter, kultur og arbejdspladser. For mange leves hverdagslivet her, og mobiliteten er derfor præget af intern transport.

PERSONAGRUPPER



Børn og unge

Denne gruppe benytter sig af gang, cykel, kollektiv trafik og af at blive kørt i bil af andre. Deres mobilitet er karakteriseret ved, at faste ture, til fx skole og uddannelse, for størstedelen, fungerer uden større udfordringer, mens de ofte er afhængige af andre (fx forældre, venner eller venners forældre) ift. at blive kørt til og fra aktiviteter, der ligger herudover. Afhængigt af børnenes alder, er det ikke nødvendigvis dem selv, men derimod forældrene, der oplever mobilitetsudfordringer.



Borgere uden adgang til bil

Denne gruppe dækker over voksne (forældre, par eller enlige med/uden børn og seniorer), med eller uden kørekort, der ikke har adgang til en bil. Gruppen kan bestå af personer, der selv har afvalgt at eje en bil, såvel som personer, der ikke har midlerne hertil. Gruppen benytter sig af gang, cykel, kollektiv trafik, af at blive kørt af andre eller lejlighedsvist at låne eller leje en bil (såfremt de har kørekort).



Borgere med adgang til bil

Denne gruppe dækker over voksne (forældre, par eller enlige med/uden børn og seniorer) med kørekort, der råder over en bil. Deres mobilitet vil ofte være karakteriseret ved, at en stor del af deres daglige transport løses af bilen, hvilket giver dem en stor frihed. Gruppen transporterer ofte også andre, fx børn, unge eller ældre, i deres omgangskreds.



Immobil borgere

Denne gruppe dækker over personer med psykiske eller fysiske udfordringer, fx gangbesværede. Deres mobilitet er karakteriseret ved, at de er afhængige af andre (fx familie, venner eller visiterede offentlige tilbud) for at få deres mobilitetsbehov dækket.



Turister og besøgende

Denne gruppe dækker over de borgere, der ikke er fast bosat i området. Det kan være sommerhusejere eller -lejere, besøgende og turister fra ind- og udland. Deres mobilitet skiller sig ofte ud fra de øvrige personagrupper, idet deres mobilitetsbehov ikke er til faste hverdagsaktiviteter, men til mere sporadiske og lystbaserede ture. Gruppen kan råde over en bil, men kan også have behov for og/eller lyst til at benytte sig af andre mobilitetsformer.

Metode til valg af projekt

Ud fra inddelingen af området i en bytype og befolkningen i personagrupper samt behovsafklaringen fra analysen vælges en eller flere personagrupper, hvis behov/udfordringer, mobilitetsprojektet skal søge at løse.

Det er nu muligt at aflæse skemaet på side 17-18, hvor eksempelsamlingens emner er inddelt efter, hvilke bytyper og personaer de hver især egner sig bedst til. Bytype aflæses øverst vandret, hvorefter valgt persona aflæses lodret. Der er for hver kombination en bruttoliste med potentielle projekter, hvor titlerne i listen refererer til titlerne på projekterne i eksempelsamlingen (se oversigt på side 21).

I eksempelsamlingen er de forskellige mo-

biliteitsløsninger vurderet ift. deres potentielle værdi for bytyper og personaer på en skala fra 1-5. De løsninger, der er listet op i skemaet på side 17-18, er løsninger fra eksempelsamlingen med en værdi på enten 4 eller 5. Der er tale om en subjektiv vurdering af løsningernes værdi, og der kan således være andre løsninger, der kan være relevante i et konkret projekt.

Ud fra bruttolisten af potentielle mobilitetsprojekter, i den valgte kombination af bytype og persona, kan der læses mere om de forelåede projekter i eksempelsamlingen (se bilag). Her beskrives hver løsning med bemærkninger til organisering, finansiering, tid, styrker/svagheder og OBS-punkter, og der henvises desuden til, hvor der kan findes mere information om tilsvarende projekter.

BYTYPE / PERSONAGRUPPE	LANDSBY	MINDRE SERVICEBY
<p>BØRN OG UNGE</p>	<p>Knudepunkter Nye services i landsbyen Forbindelser for bløde trafikanter Byrumsinventar Cykelløsninger Digitale platforme til samkørsel Mobilitetsforeninger Lokal information Adfærdsregulerende tiltag</p>	<p>Knudepunkter Forbindelser for bløde trafikanter Byrumsinventar Cykelløsninger Mobilitetsforeninger Lokal information Adfærdsregulerende tiltag</p>
<p>BORGERE UDEN ADGANG TIL BIL</p>	<p>Knudepunkter Nye services i landsbyen Forbindelser for bløde trafikanter Byrumsinventar Landsbybus Delebil Cykelløsninger Digitale platforme til samkørsel Mobilitetsforeninger Lokal information Adfærdsregulerende tiltag</p>	<p>Knudepunkter Forbindelser for bløde trafikanter Byrumsinventar Cykelløsninger Mobilitetsforeninger Lokal information Adfærdsregulerende tiltag</p>
<p>BORGERE MED ADGANG TIL BIL</p>	<p>Mobilitetsforeninger Lokal information Adfærdsregulerende tiltag</p>	<p>Mobilitetsforeninger Lokal information Adfærdsregulerende tiltag</p>
<p>IMMOBILE BORGERE</p>	<p>Nye services i landsbyen Forbindelser for bløde trafikanter Byrumsinventar Mobilitetsforeninger Lokal information</p>	<p>Forbindelser for bløde trafikanter Byrumsinventar Mobilitetsforeninger Lokal information</p>
<p>TURISTER OG BESØGENDE</p>	<p>Knudepunkter Cykelløsninger Lokal information</p>	<p>Knudepunkter Cykelløsninger Lokal information</p>

	STØRRE SERVICEBY	HANDELSBY
	<ul style="list-style-type: none"> Knudepunkter Byrumsinventar Cykelløsninger Lokal information Adfærdsregulerende tiltag 	<ul style="list-style-type: none"> Knudepunkter Forbindelser for bløde trafikanter Byrumsinventar Cykelløsninger Mikromobilitet Lokal information Adfærdsregulerende tiltag
	<ul style="list-style-type: none"> Knudepunkter Byrumsinventar Cykelløsninger Lokal information Adfærdsregulerende tiltag 	<ul style="list-style-type: none"> Knudepunkter Forbindelser for bløde trafikanter Byrumsinventar Cykelløsninger Mikromobilitet Lokal information Adfærdsregulerende tiltag
	<ul style="list-style-type: none"> Lokal information Adfærdsregulerende tiltag 	<ul style="list-style-type: none"> Lokal information Adfærdsregulerende tiltag
	<ul style="list-style-type: none"> Byrumsinventar Lokal information 	<ul style="list-style-type: none"> Forbindelser for bløde trafikanter Byrumsinventar Lokal information
	<ul style="list-style-type: none"> Knudepunkter Cykelløsninger Lokal information 	<ul style="list-style-type: none"> Knudepunkter Cykelløsninger Lokal information

Eksempelsamling

Eksempelsamlingen er inddelt i tre kategorier: *fysisk miljø, transportløsninger og samarbejde og kommunikation*. Hver kategori indeholder en række projektark, hvor der på hvert ark beskrives en løsning med en vurdering af løsningens potentiale ift. de fire bytyper og fem personagrupper. Derudover beskrives organisering, finansiering, tid, styrker/svagheder og OBS-punkter, og der gives konkrete eksempler på udførte projekter med en række cases.

- Fysisk miljø. Denne kategori omhandler fysiske tiltag, der har potentiale til at styrke mobiliteten i et område. Emnerne herunder er: *knudepunkter, nye services i landsbyen, forbindelser for bløde trafikanter og byrumsinventar*.
- Transportløsninger. Denne kategori omhandler selve transporten og de tiltag, der kan øge borgernes muligheder for at komme rundt. Emnerne herunder er: *Midttrafiks produkter, landsbybus, delbil, cykelløsninger, mikromobilitet og digitale platforme til samkørsel*.
- Samarbejde og kommunikation. Den sidste kategori indeholder emnerne: *mobilitetsforeninger, lokal information og adfærdsregulerende tiltag*.

Eksempelsamlingen tjener udelukkende til inspiration, og der kan således være nye idéer, der ikke er nævnt heri, som kan være relevante at udfolde i et konkret mobilitetsprojekt.

Den fulde eksempelesamling findes som et bilag til denne håndbog. På modstående side gives et overblik over samlingens emner.

Forberedelse af valgt(e) projekt(er)

Når der er truffet beslutning om, hvilke(t) mobilitetsprojekt(er), der skal tilbydes i området, kan kapitel 1 med fordel genbesøges, idet der kan være behov for at tilrette projektets formål, succeskriterier, organisering, finansiering, tidsplan mm.

Det handler i høj grad om at have en god plan for, hvem der gør hvad, og for hvordan kommune, borgere og andre relevante aktører samarbejder om implementering og kommunikation. Afhængigt af organiseringen af projektet kan det være en fordel at udarbejde en forpligtigende samarbejdsaftale. Det er her, at projektidéer overgår til virkelighed, og der er derfor en række praktiske ting, der skal tages stilling til. Dette involverer:

- Afklaring af praktiske forhold; er der noget der skal bygges, leases, lejes, juridisk godkendes, udbydes mv.?
- Endelig afklaring af projektets finansiering. Har der været ændringer i indhold undervejs, der påvirker de samlede udgifter, har projektets rammer ændret sig, er der kommet nye puljer, der kan søges eller lignende?
- Eventuel tilretning og detaljering af overordnet tidsplan for projektet.
- Afklaring af samarbejde under drift; hvem gør hvad (der kan med fordel udarbejdes en decideret samarbejdsaftale mellem kommune og borgere, hvis dette er relevant)?
- Overblik over eventuelle eksterne leverandører og deres leverancer.
- Overblik over hvordan projektet kan køre videre efter en pilot, så tidsplanen kan afstemmes - særligt hvis der er noget, der kræver forberedelse til fx et udbud.

Fig. 21.1: På modstående side ses en oversigt over eksempelesamlingens emner og hvilke bytyper og personaer, de særligt egner sig til. Den fulde eksempelesamling, med uddybende beskrivelser af hvert emne samt cases, findes som et bilag til denne håndbog.

FYSISK MILJØ

Egnede bytyper:

Egnede persongrupper:

KNUDEPUNKTER		
NYE SERVICES I LANDSBYEN		
FORBINDELSER FOR BLØDE TRAFIKANTER		
BYRUMSINVENTAR		

TRANSPORTLØSNINGER

MIDTRAFIKS PRODUKTER		
LANDSBYBUS		
DELEBIL		
CYKELLØSNINGER		
MIKROMOBILITET		
DIGITALE PLATFORME TIL SAMKØRSEL		

SAMARBEJDE OG KOMMUNIKATION

MOBILITETSFORENINGER		
LOKAL INFORMATION		
ADFÆRD		

04

KOMMUNIKATION OG LANCERING

Når der er truffet beslutning om, hvilke(t) mobilitets tiltag der skal gennemføres, hvordan mobilitetsprojektet skal udformes, og der er taget stilling til ressourcer, samarbejde og afgrænsning af mobilitetsprojektet, så er næste skridt at få mobilitetsprojektet implementeret. Implementeringen og kommunikationen af nye mobilitets tiltag er afgørende for projektets succes. Kommunikationsstrategien skal udarbejdes, hvor det skal bestemmes, hvordan, til hvem og via hvilke kanaler, der skal kommunikeres, og det skal afstemmes, hvem der er ansvarlige for hvilke aktiviteter.

Endeligt er det også i denne fase, at mobilitetsprojektet lanceres, og det bør derfor overvejes, hvordan lanceringen skal foregå, så projektet får den bedst mulige start. Jo større den lokale forankring er, jo bedre, da det har indflydelse på det lokale ejerskab efterfølgende.

Kommunikation

En væsentlig del af et mobilitetsprojekt er den kommunikation, der knytter sig til projektet. Når projektet skal kommunikeres, er det først og fremmest vigtigt at være bevidst om, om det er intern kommunikation eller ekstern kommunikation. Ligeledes om der ønskes en envejs- eller tovejskommunikation af projektet. Dette vil påvirke, hvilken form for kommunikation man bør gøre brug af. Hvis der fx ikke er ressourcer til at håndtere en dialog, skal man ikke lægge op til en tovejskommunikation, men i stedet benytte sig af envejskommunikationsmidler. Eksempler på forskellige kommunikationsmidler er:

- Envejskommunikation internt – stormøde (fx tale fra ledelse)
- Envejskommunikation eksternt – presse (fx artikel)
- Tovejskommunikation internt – møder med få deltagere
- Tovejskommunikation eksternt – sociale medier

TJEKLISTE TIL KOMMUNIKATION OG LANCERING:

- ✓ **Kommunikation**
Hvem siger hvad til hvem via hvilken kanal, hvornår og med hvilken effekt?
 - ✓ **Lancering**
Hvordan skal projektet lanceres? Skal der planlægges et særligt event på lanceringsdagen, og hvordan skal denne kommunikeres?
-

Hvilket kommunikationsmiddel, der vil fungere bedst, afhænger af den konkrete kontekst. I nogle områder er der en aktiv Facebook-gruppe, som alle orienterer sig imod, og andre steder er det måske kun en mindre del, der benytter Facebook aktivt. Nogle steder står lokalavisen som en stærk meningsdanner, andre steder er lokalavisen kun et talerør for den ældre del af befolkningen.

Der kan være mange typer af mål for det, der skal kommunikeres omkring mobilitetsprojektet. Fx kan et kommunikationsmål være, at målgruppen skal have et større kendskab til en indsats, et mobilitetstilbud eller et budskab. Ligeledes kan målet med kommunikationen være at give modtagerne mere forståelse for et bestemt synspunkt, at afsender får et bestemt image hos målgruppen, at få målgruppen til at ændre holdning eller at få målgruppen til at ændre adfærd på en bestemt måde. I forbindelse med formuleringen af kommunikationsmål, bør man udarbejde en kommunikationsplan, hvor føl-

gende spørgsmål overvejes:

- Hvem er afsender? Er det fx kommunen, borgergruppen, skolen?
- Hvad er budskabet? Hvad siges der og på hvilken måde?
- Hvem er målgruppen – hvem skal budskabet nå ud til?
- Hvilke kanaler skal der kommunikeres via? Skal der fx laves særlige events, inddragelse af skole, foreninger eller lignende?
- På hvilke(t) tidspunkt(er) skal der kommunikeres?
- Hvilken effekt eller virkning ønskes der? Skal målgruppen fx involveres i dialog, skal de orienteres, skal de overbevises eller skal de ændre adfærd?

Ved intern kommunikation skal kommunikationsveje under driften afklares. Her afstemmes det også, hvem der er ansvarlig for hvilke kommunikationsaktiviteter samt økonomien og ressourcerne hertil.

23.1: Skabelon til kommunikationsplan.

AFSENDER	BUDSKAB	MÅLGRUPPE	KANAL	TIDSPUNKT	EFFEKT
<p>Hvem er afsender af kommunikationsindsatsen?</p> <p>Vær bevidst om afsenders rolle. Der er forskel på, om kommunikationen fx kommer fra en privatperson, en virksomhed eller en offentlig myndighed.</p>	<p>Hvad er budskabet?</p> <p>Budskabet skal formuleres, så det er forståeligt og meningsfuldt for målgruppen. Tag højde for, hvor meget målgruppen ved/ikke ved i forvejen, og hvilke emner der interesserer dem.</p>	<p>Hvem er den primære målgruppe for kommunikationsindsatsen? Er der flere målgrupper?</p> <p>Kommunikationen skal målrettes målgruppen.</p>	<p>Via hvilke kanaler skal der kommunikeres?</p> <p>Overvej her, hvilken formidlingsform, der er den bedste ift. målgruppen, fx om den skal være skriftlig/mundtlig, og om der ønskes envejs- eller tovejskommunikation.</p>	<p>Hvornår skal der kommunikeres?</p> <p>Ofte skal et projekt kommunikeres flere gange, og måske skal nogle målgrupper informeres før andre. Der kan med fordel laves en tidsplan med delelementer for kommunikationsindsatsen.</p>	<p>Hvilket mål/effekt ønskes der af kommunikationsindsatsen?</p> <p>Målret kommunikationen ift. det mål, der ønskes, fx at øge kendskabet til projektet eller at få borgerne til at ændre adfærd eller holdninger.</p>

KOMMUNIKATIONSTIPS

Vær fysisk tilstede hvor målgruppen er

Tænk ud af egne rammer og tænk i stedet på, hvor målgruppen befinder sig. Hvis målgruppen fx ikke er aktive brugere af kommunens hjemmeside, så kommer information her aldrig ud til dem. Informationen skal være der, hvor målgruppen 'snubler' over den, som fx på en stand ved kasseapparatet i Brugsen eller ved det lokale fodboldstævne i byen.

Tid på dagen, ugen og året

Det er vigtigt at tænke målgruppens dagligdag ind i kommunikationen, så de bliver fanget på et tidspunkt, hvor de har tid og overskud til at modtage den. Modtagerne kan ikke forventes at kunne tage stilling til noget, når de er tidspressede eller har fokus på andre aktiviteter.

Gør det attraktivt at deltage

Ved afholdelse af workshops, events og lignende skal man altid antage, at der er en omkostning for deltagerne (fx tid, mental energi eller transportomkostninger), som kan være en barriere. Disse barrierer skal fjernes/minimeres, hvis man gerne vil have en bred deltagelse (fx kan man servere tidlig aftensmad og sørge for børnepasning/-underholdning, hvis man gerne vil have børnefamilier i tale).

Få børnene engageret

Forældre engagerer sig i børnenes aktiviteter og, hvad deres børn går op i. Derfor kan det have en stor effekt at samarbejde med bl.a. skoler og fritidsklubber, når man gerne vil have noget bestemt information ud til børnefamilier. Ved fokus på brug af kollektiv trafik, kunne børnene fx være med til at dekorere et buskur.

Spørg målgruppen

Når der skal kommunikeres til en bestemt målgruppe (fx de unge, de ældre, børnefamilier eller pendlere), så start med at spørge et par stykker fra målgruppen om, hvor og hvornår de plejer at indhente information. Det er ærgerligt at bruge en masse ressourcer på at få de unge i tale over Facebook, hvis det viser sig, at de unge slet ikke er aktive på platformen, men i stedet bruger fx Instagram. Ligeledes at printe og hænge plakater op et sted, hvor målgruppen aldrig kommer forbi.

Fig. 24.1: Tips til kommunikation med lokalbefolkningen.

Lancering

Næste skridt er at få lanceret mobilitetsprojektet. Før man går i gang med at finde ud af, hvad formatet skal være, skal det besluttes, hvor lanceringen skal foregå, da det sætter rammerne for, hvad der kan ske. Skal det være digitalt eller et fysisk sted? Her er det vigtigt at overveje, hvor målgruppen er til stede. Hvis projektet bliver lanceret et sted, hvor de ikke "snubler" over det, så er det ikke sikkert, at de opdager, at det er der – ligegyldigt hvor godt et projekt det er.

Dernæst er det vigtigt at få lavet en plan for, hvordan lanceringen skal foregå, så projektet bliver skudt godt afsted. Det kan fx være en udstilling, afholdelse af et event, et gå-hjem-møde, en pressemeddelelse eller over sociale medier. Igen er det vigtigt at have målgruppen for øje: Hvad vil fange deres opmærksomhed mest?

Når projektet skal lanceres, er det en god idé, at få historiefortællingen om projektet frem for at gøre det interessant og vedkommende for målgruppen. Fremhæv gerne lokale succeshistorier om projektet – er der fx nogen, der har gjort en særlig indsats?

Ofte har lokalsamfundet mange samarbejdere at trække på, og jo bedre den lokale forankring er, jo større bliver ejerskabet til projektet efterfølgende.

I forbindelse med lanceringen skal det overvejes:

- Hvem er målgruppen for lanceringen?
- Hvordan skal lanceringen foregå? Skal der fx være særlige events i forbindelse med lanceringen?
- Hvordan kommunikeres lanceringen?

05

DRIFT OG EVALUERING

Når et projekt er sat i gang, kan det ske, at interessen fra projektdeltagerne bliver mindre. Der kan ligeledes være mange forhold i driftens start, der skal tilpasses eller ikke fungerer som forventet. Derfor er driftsfasen lige så vigtig som projektfasen. I dette kapitel gives gode råd til drift og evaluering af et mobilitetsprojekt, inddelt i hhv. drift og evaluering af et pilotprojekt og drift og evaluering af et blivende projekt.

Mange mobilitetsprojekter igangsættes som et pilotprojekt, der skal danne grundlag for en beslutning om, hvorvidt projektet skal gøres permanent eller ej. Ved pilotprojekter er det vigtigt, at der afsættes tilpas lang tid, inden projektet endeligt evalueres, idet mobilitetsprojekter ofte kræver, at borgerne lærer et nyt tilbud at kende og ændrer ad-

færd. Forløbet fra pilotprojekt til et eventuelt blivende projekt kan se således ud:

- Drift af pilotprojekt
- Evaluering af pilotprojekt
- Igangsætning af blivende projekt
- Drift af blivende projekt
- Evaluering af blivende projekt

Det kan have sine fordele at igangsætte et mobilitetsprojekt som et blivende tilbud med det samme. Ved indførelsen af blivende tilbud er det ofte lettere for borgerne at tage det til sig og evt. ændre adfærd, da de kan regne med, at tilbuddet også vil eksistere i deres lokalområde i fremtiden. Ved blivende tilbud vil der dog fortsat være behov for løbende evalueringer og tilretninger.

TJEKLISTE TIL DRIFT OG EVALUERING:

- ✓ **Drift af et pilotprojekt**
Hvordan overvåges og følges der op på driften?
 - ✓ **Evaluering af et pilotprojekt**
Hvordan lever projektet op til mål og succeskriterier? Under hvilke vilkår kan pilotprojektet overgå til et blivende tilbud?
 - ✓ **Fra projekt til permanent tilbud**
Hvor forankres projektet, hvem overvåger driften og hvem evaluerer projektet?
-

Drift af et pilotprojekt

Efter lanceringen overgår projektet til at være i drift. I en pilotperiode testes konceptet i forhold til de opsatte succeskriterier, og det er her vigtigt, at driften løbende overvåges, så der, om nødvendigt, kan laves tilpasninger. Det er ligeledes vigtigt med en god struktur for møder og opfølgning undervejs og en tydelig ansvarsfordeling mellem projektdeltagerne. Der bør desuden lægges milepæle, hvor projektet evalueres, ind i tidsplanen for pilotperioden. Evalueringerne bruges ift. at træffe beslutning om, hvorvidt projektet opfylder succeskriterierne, og om projektet skal fortsætte efter pilotperiodens ophør. I driften af pilotprojektet bør det overvejes:

- Hvilke milepæle skal der opstilles og hvornår? Kan/skal pilotperioden tilrettes?
- Hvordan overvåges driften? Hvem er ansvarlig for denne overvågning, og hvilke beføjelser har de (kan de fx stoppe projektet)?
- Skal der følges op på projektet, fx iværksættes nye informationskampagner?
- Hvordan sikres en opfølgning på projektets økonomi?
- Hvordan evalueres organiseringen af projektet? Fungerer organiseringen, eller skal der ændres på denne?
- Er der udefrakommende begivenheder, fx en Corona-situation, der påvirker projektets tidsplan? Skal projektet i så fald forlænges?

Evaluering af et pilotprojekt

Når pilotperioden slutter (og i nogle projekter også undervejs) skal projektet evalueres. Dette for at se, om projektet levede op til de succeskriterier, der blev fastsat som en del af rammerne for mobilitetsprojektet i opstarten. Evalueringen vil derfor i høj grad være afhængig af succeskriterierne, og dermed vil nogle projekter være lettere at evaluere end andre. Væsentlige spørgsmål at få svar på i en evaluering er:

- Lever projektet op til de fastsatte succeskriterier og hvordan?
- Vil projektet være levedygtigt efter pilotperioden, hvor der måske er givet tilskud fra kommune eller en pulje?
- Skal succeskriterierne gentænkes, hvis projektet fortsætter ud over sin pilotperiode?

Yderligere er det, ved evaluering af et pilotprojekt, særligt vigtigt at være opmærksom på de erfaringer, som man har gjort sig undervejs, og om de påvirker muligheden for at skalere projektet. Højest sandsynligt vil projektet kræve, at der laves nogle tilpasninger, før det kan fungere i en større kontekst eller på blivende basis. Her kan man med fordel stille disse spørgsmål til den videre proces:

- Er projektet levedygtigt uden medfinansiering/støtte?
- Er der nogle lokale forhold, som gør at projektet muligvis ikke ville opleve samme succes andre steder?

- Hvor stor en del af succesen kan tilskrives nyhedens interesse – vil projektet opleve lige så stor tilslutning, hvis det bliver permanent?
- Er der nogle samarbejder/rammer, som ændrer sig ved at overgå til en permanent løsning, og hvordan vil det evt. påvirke den fremtidige succes?
- Skal tilbuddet tilrettes? Skal der informeres om ændrede forhold?

Hvis pilotprojektet er levedygtigt ift. succeskriterierne kan det implementeres som et blivende tilbud og evt. udbydes eller forankres på ny. Hvis der er tale om et kørselsprodukt kan det overvejes tænkt ind i trafikselskabets øvrige produktportefølje.

Fra projekt til permanent tilbud

Hvis der igangsættes et permanent tilbud, eller hvis et projekt beslutes videreført efter endt pilotperiode, skal der laves en model for den fortsatte drift. Forankringen af et permanent tilbud kan være anderledes end forankringen af et pilotprojekt. Det er ofte, når projektet overgår til endelig drift, at diverse projekt- og arbejdsgrupper nedlægges, og at ansvaret for den videre drift overgår til andre medarbejdere eller lokalområdet selv. I sådanne tilfælde er det vigtigt med en

god overlevering og forventningsafstemning ift. den fortsatte dialog og ansvarsdeling. Det er fortsat vigtigt, at driften løbende overvåges, så der, om nødvendigt, kan laves tilpasninger. Her bør det overvejes:

- Hvor forankres tilbuddet, og hvem har ansvaret for driften?
- Hvordan overvåges driften? Hvem er ansvarlig for denne overvågning, og hvilke beføjelser har de (kan de fx stoppe tilbuddet)?
- Skal driften evalueres, hvornår og hvordan?

Det kan være nødvendigt med evaluering af et permanent tilbud for at se, om det fortsat har sin berettigelse (fx om brugen fortsat lever op til forventningerne), om der skal laves tilpasninger eller, hvis projektet er succesfuldt, om tilbuddet fx kan skaleres og afprøves andre steder. Her bør det derfor overvejes:

- Hvordan evalueres tilbuddet (fx ift. tidligere opsatte succeskriterier)?
- Hvornår og hvor ofte evalueres tilbuddet (fx en gang årligt)?
- Hvem har ansvaret for evaluering, opfølgning og eventuelle tilretninger?



Herning
Kommune



HOLSTEBRO
KOMMUNE



Lemvig Kommune



midttrafik



Ringkøbing-Skjern
Kommune



SKIVEKOMMUNE



STRUER
KOMMUNE



VIBORG
KOMMUNE