

Transportplaner for virksomheder - en evaluering af igangsætterrollen

Speciale af Maria Pedersen, Institut for miljø, teknologi og samfund, Roskilde Universitetscenter.

Baggrund

Metode/Empiri

Teori

Analysedesign

Konklusioner

Transportplaner for virksomheder har gennem flere år været anvendt i f.eks. England og Holland med en vis succes, mens vi i Danmark ikke er nået så langt. Der har dog i de seneste år været en række projekter, som har handlet om at opnå erfaringer med transportplaner for virksomheder. En generel erfaring er imidlertid, at det har været svært for igangsætteren fra kommune eller anden enhed at få virksomhederne med på idéen om at lave transportplaner. Min indgangsvinkel til at se nærmere på konceptet en transportplan var, at jeg mente der lå et meget afgørende job hos den igangsætter, der kommer ud til virksomheden, og skal have denne overbevist om de fordele, der kan være for dem ved at lave en transportplan. Min problemformulering lyder: *Hvordan kan igangsætteren via sin rolle i processen omkring tilblivelsen af en transportplan for en virksomhed medvirke til at skabe de bedste betingelser for ændringer i de ansattes transportmønstre?*

Som baggrund for problemstillingen, har jeg gennemgået litteratur om de udenlandske og danske erfaringer med mobility management og transportplaner. Jeg har undersøgt de tre danske projekter, hvor en udefrakommende igangsætter har skullet få virksomhederne i gang med at lave transportplaner. Dette har jeg gjort ved at samle skriftligt materiale om projekterne og ved at interviewe centrale aktører i projekterne. Som teoretisk udgangspunkt for analysen af igangsætterens rolle i transportplan-processen har jeg brugt Rogers' *Diffusion of Innovations*-teori samt Jeppe Læssøes analyse af Mobilitetsbehov, kulturelle læreprocesser og bæredygtighed. På baggrund af det empiriske materiale er igangsætterens rolle i transportplanprocessen analyseret i forhold til fire hovedområder: Virksomheden, kommunikation, transportplanen og igangsætteren.

I de undersøgte projekter er forankringen i virksomheden generelt dårlig, og virksomhederne arbejder ikke selv videre med transportplanen. Planerne bliver i flere tilfælde ikke implementeret, og sætter sig i det hele taget ikke dybe spor i virksomhederne. Man kan sige, at projektet stopper, før det rigtig når dertil, hvor det skulle begynde at have en effekt.

En konklusion er, at igangsætteren over for virksomheden skal satse mere på en målrettet indsats, hvor den aktuelle virksomheds specifikke forhold og eventuelle problemer adresseres, end det har været gjort, i de projekter jeg har undersøgt. I den indledende fase, hvor virksomheden skal tage stilling til eventuel deltagelse i projektet, skal igangsætteren lægge en stor indsats i, at identificere virksomhedens mulige incitament for at lave en transportplan. Dette incitament er et meget individuelt spørgsmål. Der er dog nogle incitamenter, som går igen. Det er særligt muligheden for at profilere sig miljømæssigt og at gøre noget for sine medarbejdere. Det kan også være en virksomhed, der skal til at flytte eller en virksomhed der har problemer med mangel på parkeringspladser. Virksomheder, hvor nogle af disse forhold gør sig gældende, vil sandsynligvis være mere motiverede for at lave en transportplan. Og hvis målet, som jeg mener det bør være i Danmark på nuværende tidspunkt, er at opnå gode erfaringer med pionervirksomheder med henblik på at få udbredt konceptet, så er det vigtigt, at gå efter de virksomheder, hvor chancen for succes er størst.

Det er endvidere vigtigt, at igangsætteren er meget tydelig i sin kommunikation med virksomheden, om at det er essentielt, at virksomheden inddrages aktivt i processen. Igangsætteren skal ikke levere en færdig plan til virksomheden, som virksomheden ikke har været med til at lave, men skal i højere grad virke som katalysator i processen. Ved en effektiv indsats i den indledende fase skal igangsætteren få virksomheden gjort engagerede i idéen og hjælpe dem i gang med at lave en transportplan.

Processen omkring udarbejdelsen af en transportplan kræver meget af igangsætteren. En af mine klare konklusioner er, at der skal være mindst to personer på sådanne projekter. Det skyldes for *det første*, at arbejdsbyrden er for stor til én person (selvfølgelig afhængigt af projektets omfang). For *det andet* er det et vanskeligt tværfagligt arbejdsområde, hvor det vil være gavnligt at have en person at sparre med om de vanskelige situationer der kan opstå. For *det tredje* vil to personer på opgaven sikre kontinuitet i processen, hvis den ene person stopper, eventuelt som konsekvens af et bedre tilbud end en projektansættelse.

Igangsætteren skal være en person, som formår at skabe en god kontakt til virksomheden, som kan sætte sig ind i virksomhedens situation, og forstå dennes behov og ønsker. Det handler bl.a. om at målrette sin kommunikation mod den specifikke virksomhed, at finde den rette kontaktperson i virksomheden og at indgå i en dialog med virksomheden, både ledelse og medarbejdere. Et forhold som kan have stor betydning er, om igangsætteren evt. kender virksomhederne i forvejen, og der således er en kontakt at bygge videre på. Dette kan f.eks. være tilfældet hvis igangsætteren er fra kommunen, og man således har kontakt til virksomhederne i andre sammenhænge. Kommunen som igangsætter kan endvidere bl.a. have den fordel, at man har en kontakt til de kollektive trafikudbydere, som er meget vigtigt i forbindelse med arbejdet med transportplaner. Samtidig kan en kommunal igangsætter være et incitament for virksomheden, fordi virksomheden måske ser igangsætteren, som en det kan betale sig at bevare et godt samarbejde med også i andre sammenhænge.

Det er vigtigt at overveje i hvert enkelt tilfælde, om man skal lave en *transportplan* for virksomhederne, eller om det vil være mere givtigt at satse på mere afgrænsede mere specifikke tiltag, som f.eks. en samkørselsdatabase, pendlercykler, pendlerbus eller andre mere afgrænsede tiltag, hvor man kan sikre at målet står mål med ressourcerne, og hvor formålet med initiativet er klarere og nemmere at formidle.

Endelig skal det pointeres, at arbejdet med transportplaner skal se som en langsigtet proces, og det er vigtigt at igangsætteren accepterer og forstår det i tilrettelæggelsen af processen. Der sker ikke noget på et par år, men med små skridt kan idéen udbredes og konceptet forbedres. Der er tale om et koncept/produkt som kræver nytænkning på flere niveauer, hos stat, kommune, virksomhed og individ, og det er en proces der tager tid.