

European Platform on Mobility Management



Mobility Management, en definition

Definition av Mobility Management och kategorisering av Mobility Management-åtgärder, godkända av MAX-konsortiet och EPOMM

MAX-partners

Austrian Mobility Research, FGM-AMOR (project leader) – Austria	Mobiel 21 – Belgium
Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung, ILS – Germany	Eric N. Schreffler, Transportation Consultant – USA
Equipo de Tecnicos en Transporte y Territorio, ETT – Spain	FIT Consulting – Italy
Lyle Bailie International Limited – United Kingdom	Synergo - Switzerland
Timo Finke Consult Aachen – Germany	Traject – Belgium
Austrian Standards Institute – Austria	Trivector – Sweden

Universities

University of Piraeus Research Centre, UPCR – Greece	University of Maribor, Faculty of Civil Engineering – Slovenia
Cracow University of Technology – Poland	Aristotle University of Thessaloniki – Greece
Centre National de la Recherche Scientifique – France	Edinburgh Napier University – United Kingdom
University of Central Lancashire – United Kingdom	Otto-von-Guericke-University of Magdeburg – Germany
University of Giessen, Institute for applied and empirical social research – Germany	Vilnius Gedimas Technical University – Lithuania

Demonstrators

Agencia Municipal de Energia da Almada, AGENEAL – Portugal	City Council of Almada – Portugal
Compagnia Transporti Laziali Societa' Regionale spa, COTRAL – Italy	Kortrijk Municipality – Belgium
Tallinn Municipality – Estonia	Munich Municipality – Germany

Inledning

Detta dokument definierar och kategoriserar begreppet Mobility Management, ursprungligen som bas för forskning inom forskningsprojektet MAX. MAX – Successful Travel Awareness Campaigns and Mobility Management Strategies är största forskningsprojektet om Mobility Management (MM) inom EU:s sjätte ramprogram.

Att skapa en definition var nödvändigt som fundament för alla MAX-arbetsprojekt, eftersom de befintliga definitionerna inte var lämpliga att arbeta med. Definitionen skapades av ett huvudteam bestående av: Stefanie Baasch, Elke Bossaert, Christer Ljungberg, Stratos Papadimitriou, Panos Papaioannou, Karl-Heinz Posch, Tom Rye och Janina Welsch. I arbetet deltog även hela MAX-teamet.

Definitionen är godkänd av EPOMM (European Platform on Mobility Management).

Innehållsförteckning

Definition av Mobility Management	3
Avgränsning av begreppet Mobility Management.....	3
Definitionens öppna karaktär.....	4
Definition av Mobility Management-åtgärder	5
Mer omfattande definitioner av enskilda åtgärder	8
Förkortningar	12
Referenser.....	12

Definition av Mobility Management

Den nyligen godkända definitionen av Mobility Management (MM) är som följer:

Mobility Management (MM) är ett koncept för att främja hållbara transporter och påverka bilanvändningen genom att förändra resenärers attityder och beteenden. Grundläggande för Mobility Management är "mjuka" åtgärder, som information och kommunikation, organisation av tjänster och koordination av olika partners verksamheter. "Mjuka" åtgärder förbättrar ofta effektiviteten hos "hårda" åtgärder inom stadstrafiken (som t.ex. nya spårvagnslinjer, vägar eller cykelbanor). Mobility Management-åtgärder (jämfört med "hårda" åtgärder) kräver inte nödvändigtvis stora finansiella investeringar och de kännetecknas samtidigt av ett bra kostnads/nyttokvot (BCR – Benefit Cost Ratio).



För att ge en bild av vad detta innebär i praktiken: I en stad där MM används:

- kan du se kampanjer och åtgärder som gynnar gång, cykling och användning av kollektivtrafik;
- kan du erbjudas personlig råd för att se var och hur du kan minska din bilanvändning;
- kan din arbetsgivare betala dina kollektivtrafikutgifter för att uppmuntra dig att avstå från bilåkning till arbetet;

- kan du få möjlighet till bilpool utanför ditt hus ,
- kan det finnas en mobilitetsplan på dina barns skola som ordnar säker gångtrafik till skolan;
- kan du få råd av ett mobilitetscenter för att göra fritidsutflykter med kollektivtrafiken;
- kan byggnadslov villkoras med krav som minskar nya fastigheters påverkan på mobiliteten, t.ex. krav att utarbeta en mobilitetsplan för medarbetare, besökare och varutransporter eller begränsning av antalet parkeringsplatser.

MM-åtgärder genomförs sällan ensamma, utan förekommer istället ofta som åtgärdspaket, t.ex. genom att informationskampanjer kombineras med infrastruktur, prissättningspolitik eller regleringar.

Avgränsning av begreppet Mobility Management

Även om det ovan nämnda räcker som definition kan det uppstå frågor när man arbetar med MM. MAX ger därför riktlinjer om var gränserna för begreppet MM går.

- **MM handlar om att påverka efterfrågan istället för utbudet.** Detta innebär att byggande av nya spårvagnslinjer, cykelbanor, vägar osv. inte ses som MM-åtgärder, eftersom dessa ligger på utbudssidan. Detta återspeglas t.ex. i Nederländernas och Sveriges regelverk där man i många fall först måste titta på MM-potentialen innan åtgärder som hör till utbudssidan, såsom vägbyggande, beviljas. Det speglas även i det faktum att MM i USA och några andra länder kallas för Travel Demand Management (TDM).
- **Infrastrukturåtgärder kan vara MM-stödåtgärder.** I många länder ses MM oftast som en aktivitet som är bunden till en viss plats – kopplad till en trafikgenererande verksamhet, som ett företag, en skola eller en sevärdhet. På

sådana ställen, som sjukhus eller företagsparker, kan ett överenskommet paket med MM-åtgärder omfatta infrastruktur (cykelparkering, spårvagnshållplatser, bilparkering, pendelbussar – typiska utbudsåtgärder). Dessa anses vara stödjande åtgärder (men inte MM-åtgärder).

- **MM behöver inte begränsas till en plats.** Stads-, region- eller landsomfattande tillämpningar som *bilpooler*, *samåkning*, mobilitetscentra, informationspaket för nya invånare, integrering av ett antal tjänster i ett och samma biljettsystem är också MM.
- **Planer för hållbar stadstrafik är inte MM, men de bör omfatta MM.** MM omfattar inte hela spektrumet av trafik- och transportplanering. Transportplaner blir en del av MM om de förläggs till en bestämd plats, och t.ex. omfattar reseplanering på en arbetsplats eller planer för skolresor. Det officiella begreppet för detta, myntat av EU-projektet Momentum, är **mobilitetsplan**. Körfält där endast bilar med fler än en passagerare och motorcyklar får köra (HOV-lanes), trängselavgifter, parkeringsstyrning och vägtullar är, trots att de är typiska efterfrågestyrda åtgärder, inte MM, men de kan vara åtgärder som stödjer MM. Eftersom parkeringsstyrning ofta är central för platsbaserad MM, ses det - som en del av ett MM-åtgärds paket - som en integrerad del av MM.
- **Generell trafikstyrning, traffic management, anses inte vara en del av MM.** De delar av trafikstyrningen som har som mål att påverka efterfrågan och förändra attityder, speciellt när de syftar till att göra användning av andra alternativ än bilar attraktivare, exempelvis genom att tillhandahålla tidtabeller för tåg via mobiltelefon, Internet eller med hjälp av olika variabla meddelandeskyltar eller navigations-system, anses dock vara MM.

- **Insiktshöjande åtgärde för ökad resmedvetenhet, utbildning i strategiskt resande och marknadsföring av hållbara transportmedel anses vara en del av MM.** Vissa MM-teoretiker betraktar dessa saker som tydligt åtskilda. I praktiken är det nästan omöjligt att dra några gränser här.
- **MM anses innefatta varutransport** så länge den är knuten till en viss plats och de åtgärder som berör godstrafik är en del av en mobilitetsplan som även tar hänsyn till passagerare. Systemet omfattar i alla fall transport av passagerarbagage. Uppfylls dessa krav inte, ses organisation av varutransport som logistik, där det redan finns en mycket specialiserad industri.
- **Olika lagstiftningar och ekonomiska styrmedel är delar av MM**, om de stödjer konkreta MM-åtgärder som ryms inom den beskrivna avgränsningen.

Definitionens öppna karaktär

Denna definition är ett arbetsdokument som är godkänt av EPOMM:s styrelse. Eftersom MM är ett koncept som kan anpassas och utvecklas, gör denna definition inget anspråk på att vara heltäckande, och är öppen för ändringar.

EPOMM och MAX-konsortiet rekommenderar dock att använda denna definition när man arbetar med MM.



Definition av Mobility Management-åtgärder

Mobility Management omfattar ett helt spektrum av åtgärder som beskrivits ovan. Här försöker vi att utförligt lista och kategorisera dessa åtgärder. Först listar vi MM-åtgärderna i korthet. Sedan beskrivs de i detalj om det behövs. Listan har utarbetats med hänsyn till tidigare EU-studier inom MM-området och har därefter jämförts med en USA-studie (Meyer, 1999), systemet Toolbox for Mobility Management Measures in Companies (www.mobilitymanagement.be) och Victoria Transport Policy Institute's TDM Encyclopaedia (www.vtpi.org).

Listan är ett arbetsdokument som är godkänt av EPOMM:s styrelse. Eftersom MM är ett koncept som kan anpassas och utvecklas, gör dessa definitioner inget anspråk på att vara heltäckande och är öppna för ändringar. EPOMM och MAX-konsortiet rekommenderar dock att använda dessa definitioner när man arbetar med MM.

Informationsåtgärder

Dessa åtgärder bygger ytterst på resenärers efterfrågan och de ger (potentiella) resenärer information och råd, med hjälp av många olika medier. Till exempel:

- Ett lokalt mobilitetscentrums tjänster i form av information och råd om resor.
- Reseinformation levererad med hjälp av olika tekniker före och under resan.
- Marknadsföring av hållbara transportmedel med hjälp av reklam och andra marknadsföringstekniker, som utdelning av flygblad till enskilda hushåll.

Reklamåtgärder

Grundläggande för denna kategori av åtgärder är idén att uppmuntra till frivilliga beteendeförändringar genom att öka medvetenheten, stödja alternativa transportmedel och leverera information. Detta innebär att denna grupp av åtgärder i sig inte ger några alternativ till privatbil, utan aktivt försöker öka medvetenheten och uppmuntra till att man använder alternativ som redan finns. Åtgärderna omfattar:

- Personlig resehjälp (PTA - Personalised Travel Assistance) som hjälper resenärer att komma fram till hur de själva, med sina egna rese mönster som utgångspunkt, kan reducera sin bilanvändning.
- Reklamkampanjer och andra typer av marknadsföring (t.ex. European Car Free Day) som har som mål att uppmuntra människor till att prova på att promenera, cykla och/eller åka kollektivt (ibland kopplat till friskvårdaktiviteter).
- Riktad information om alternativa färdmedel och hur man kan reducera antalet resor, eller alternativa reskedjor. Sådana åtgärder kan vara initiativ där kollektivtrafikföretag genomför projekt med skolbarn, eller direktbearbetning av alla hushåll i ett område med erbjudande av ett stort urval tillgängliga "resurser" (t.ex. lokala reseguider, lokala shoppingguider) för att på så sätt hjälpa dem att upptäcka på vilka sätt de kan förändra sitt resebeteende.

Verkliga exempel kan vara sådana aktiviteter som Cykla till jobbet-kampanjen som genomfördes storskaligt i Danmark eller Tyskland (Cycling to work campaign: www.eltis.org) och Österrike, men också programmet med beteendeförändring som mål som genomförts för nya invånare i München.

Åtgärder inom organisation och koordinering

Som själva namnet antyder, erbjuder, organiserar och koordinerar denna kategori olika typer av MM-tjänster i ett visst område för att ge ett alternativ till att varje person åker ensam i sin bil.

- *Samåkning* - regions- eller områdebaserade tjänster för att sammanföra dem som åker en viss sträcka med bil med dem som vill göra samma resa och är villiga att dela bil.
- *Bilpooler* i ett visst område (och flexibel uthyrning av cyklar). Dessa utgör ett alternativ till egen bil (eller cykel) – man kan hyra bilar eller andra fordon på väl tillgängliga ställen inom ett visst område. Sådana system brukar kräva en registrering först och ofta även ett medlemskap, varför själva bokningen och uthyrningen sedan går mycket snabbt via Internet. Bilen görs sedan tillgänglig t ex med hjälp av mobiltelefon.
- Anropsstyrd kollektivtrafik, ibland kallad för "paratransit", t.ex. Anrufsammeltaxi i Tyskland, Österrike och Schweiz eller Treintaxi (tågtaxi) i Nederländerna.

Utbildningsinsatser

Denna kategori av åtgärder har som mål att integrera MM i utbildningen samt att utbilda personal inom MM-området. Till exempel:

- Att träna personal på hotell eller shoppingcentra i att informera om strategiskt resande.
- MM-kurser för målgrupper såsom personal på mobilitetscentra eller mobilitetskoordinatorer.
- Utbildning i strategiskt resande där resvanor och sätt att reducera bilanvändning blir en del av läroplanen i skolan och på andra håll.

Platsbaserade åtgärder

I många länder är MM huvudsakligen en platsbaserad aktivitet, förknippad med trafikallstrare som ett företag, en skola, konserter, matcher, mässor, sjukhus, förvaltningar med flera filialer, fritidsanläggningar osv. I dessa fall syftar MM till att påverka hur människor reser till platsen i fråga. Till denna kategori hör ett antal olika åtgärder.

- En skolbaserad mobilitetsplan liknar andra platsbaserade MM-aktiviteter, med det undantaget att den brukar engagera barn och föräldrar/arbetsgivare och arbetstagare i större utsträckning, både under planerings- och genomförandefasen.
- Platsbaserade tjänster och infrastruktur – väl anpassade till platsens/anläggningens karaktär och de människor som reser dit – som cykelparkering, faciliteter för fotgängare, spårvagnshållplatser, parkeringsplatser för bilar, pendelbussar, bussar för de anställda, utökade servicebussar, pendlarparkering (park and ride) och/eller samåkning i minibussar (vanpooling). En utförligare lista med åtgärder finns i nästa avsnitt.

Telekommunikation och flexibel tidsplanering

Organisationer kan vidta vissa åtgärder för att reducera behovet av att resa genom att ersätta resor med telekommunikation, omorganisera arbetsrutiner eller både och. Till exempel:

- Att ändra det antal patientbesök på sjukhus som krävs av patienten för att genomgå en viss behandling. Detta har testats t.ex. på sjukhuset Gelre i Nederländerna.
- Att ändra det antal besök på en myndighet som krävs för att genomföra ett ärende, t.ex. att registrera en födsel, få äganderättshandlingar för ny bostad m.m.
- Att handla, arbeta, umgås och köpa tjänster per telefon eller Internet utan att behöva lämna hemmet. I Grekland kan man exempelvis få födelseattest per post efter att ha beställt det på telefon, medan det för tio år sedan krävdes tre resor till den centrala myndigheten i Aten för att ordna detta.
- Att ändra öppetiderna på vissa institutioner för att minska påverkan på rusningstrafiken; att införa flextid på arbetet eller komprimerad arbetsvecka. I det sistnämnda fallet arbetar man fler timmar men har en kortare arbetsvecka eller -månad, vilket reducerar restiden.

Stödjande/integrerande åtgärder

Dessa åtgärder kan inte vidtas direkt inom MM-systemet, men de kan ha betydande påverkan på MM-effektiviteten. De kan påverka kostnaden för bilresor eller andra transportmedel, eller göra miljön mottagligare för MM-åtgärder. Slut användaren ser dem kanske inte direkt, men de påverkar ändå resebeteendet. Därför kallas de här för stödjande/integrerande åtgärder.

- Parkeringsstyrning (prissättning, ransonering, reduktion, Cash Out - ersättning istället för fri parkering) för att begränsa antalet

parkeringsplatser och/eller styra minskad tillgång och därmed påverka mängden människor som väljer att köra bil till en plats.

- I de flesta länder krävs tillstånd från den offentliga sektorn för nybyggnationer. I vissa länder utgör tillståndsprocessen en möjlighet för den offentliga sektorn att uppmuntra/tvinga byggherren till MM-åtgärder. Med andra ord kan byggnadstillstånd ibland (beroende på nationell lagstiftning och praxis) kopplas med krav som ställs på byggherren, ägaren och/eller användaren. De måste i sådana fall minska projektets påverkan på mobiliteten genom en eller flera av de åtgärder som nämnts i "Platsbaserade MM-åtgärder".
- Skatteändringar som gör arbetsgivarens reseförmåner mer eller mindre attraktiva. Om, till exempel, de parkeringsplatser som arbetsgivaren erbjuder måste deklarerar som löneförmån, blir parkeringen mindre attraktiv, vilket i slutändan kan leda till att den anställda avstår från att köra bil till arbetet. Om skatteavdraget för tågpendling är högre än för bilkörning, blir tåget också ett attraktivare transportmedel.
- I vissa länder kan man dra av kostnaden för pendling på skatten - och här finns olika lösningar: vid hållbara resalternativ kan större avdrag medges än vid icke-hållbara transporter; man kan även ändra gränsen för vilka pendlingssträckor som får dras av m.m.
- Huslån vars ränta är beroende av var bostaden i fråga ligger, med lägre ränta om man väljer ett område som reducerar beroendet av bilresor.
- Trängselavgifter (på vägar där det tidigare inte funnits sådana avgifter).
- Integrerade biljetter. Till exempel:
 - Integrerade biljetter för olika transporter inom kollektivtrafiken i en viss region -

buss, spårvagn, tunnelbana m.m. på samma biljett (vanligt i många EU-länder, men sällsynt på andra håll).

- o Biljetter för konserter, matcher, mässor m.m. som samtidigt fungerar som biljetter för kollektivtrafiken (resultat av förhandlingar mellan kommun, lokal trafikoperatör och evenemangets organisatör).
- Multimodala kort/taxor: om du är medlem i ett samåkningsystem, får du rabatt på kollektivtrafiken och tvärtom; liknande lösningar för "paratransit" och cykelhyra (t.ex. cyklar som en del av kollektivtrafiken i Nederländerna (OV-Fiets)).

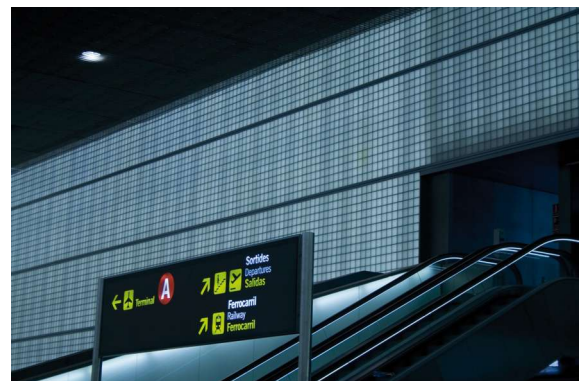
Mer omfattande definitioner av enskilda åtgärder

I föregående del beskrevs enskilda kategorier av MM-åtgärder. Detta avsnitt utvidgar vid behov dessa korta definitioner.

Informationsåtgärder

Ett **mobilitetscenter** handhar information och tjänster inom mobilitetsområdet, som t.ex. biljettförsäljning, vanligtvis för ett antal offentliga transportmedel (bussar, tunnelbana, spårvagnar, tåg), men också för andra faciliteter (parkering, samåkning, bilpooler). Ibland tar mobilitetscentra också fram mobilitetsplaner för trafikallstrare som skolor, företag m.m. Om ett mobilitetscenter är förlagt till ett stort företag, kallas det ibland för ett **mobilitetskontor**.

En **mobilitetskonsult** är en person som ger personlig resehjälp (och då ofta arbetar för ett mobilitetscenter), eller en person som utarbetar mobilitetsplaner och liknande. I detta fall kallas de ibland för mobilitetsmanager eller rese-/mobilitetskoordinatorer – speciellt då de arbetar för en konkret plats.



Reklamåtgärder

Personlig resehjälp (PTA - Personalised Travel Assistance) innebär att man rekryterar människor som är intresserade av att förändra sitt resebeteende. De kan nås på arbetsplatser, men oftast används denna metod på så sätt att man arbetar med hushåll i ett givet område (i synnerhet i Australien i ett program som heter TravelSmart). Man skickar ett informationsbrev om kampanjen till alla hushåll som ligger i området. Sedan ringer man upp eller besöker alla som fått brevet. De hushåll som visar intresse erbjuds olika lösningar och tjänster, ett exempel kan vara personlig resehjälp (PTA). Inom PTA-försök får hushållet ibland skriva en loggbok om sina resor i en vecka. Sedan diskuterar de detta med en reserådgivare och försöker hitta lösningar på hur de kan förändra sina resmönster genom att oftare använda bilpooler, cykla mer, promenera eller åka kollektivt, använda nya resekedjor eller IT.

Åtgärder inom organisation och koordinering

Samåkning är när två eller flera personer åker tillsammans i en privatbil (Car Pooling, i Storbritannien kallat *Carsharing*).

Bilpooler är ett system där man betalar per timme/dag o.s.v. för en bil som ägs av ett företag eller förening. När det handlar om ett företag bedrivs verksamheten i vinstsyfte. Bilarna står inte på en plats, utan är utspridda i staden eller till och med i flera städer. Bilpooler kan även finnas inom en organisation/förening där man då har ett bokningssystem (i Storbritannien heter den första varianten Car Clubs och den sistnämnda - Car Pooling). Bilpooler skiljer sig från traditionell biluthyrning genom att bilen kan användas under mycket kort tid, att ingen personal krävs för att tillhandahålla bilarna och att bilar finns tillgängliga på många ställen.

Samåkning i minibussar (vanpooling) innebär att en grupp medarbetare åker minibuss till arbetet och delar på priset för bilen och dess användning. Ibland betalar arbetsgivaren en del av kostnaden. Vanpooling kan också bedrivas av tredje part.



Platsbaserade åtgärder

En **mobilitetsplan** är platsbaserad och syftar till att förvalta och ofta förändra rese-mönster hos de som reser till och från platsen (till exempel medarbetare på ett företag, kunder i en butik eller elever och lärare på en skola). I många länder kallas det för **resplan** eller **plan för resreduktion**. En mobilitetsplan består oftast av ett helt åtgärds paket, speciellt då platsen är mycket stor. Mobilitetsplanen måste vara skraddarsydd för platsen, dvs. den omfattar ett urval av de åtgärder som beskrivs nedan (denna lista är dock inte helt uttömmande).

- Marknadsföring av andra sätt att resa till platsen så att människor blir medvetna om att det finns alternativ.
- Multimodal upplysning om hur man kan nå platsen (information på Internet, skyltar som visar gångvägar m.m.).
- En samåkningsplan som matchar pendlarnas behov, dvs. pendlare kan resa tillsammans.
- Bilpool inom företaget (företagets egna bilar används både i verksamheten och ibland även för privat bruk).

- Resegaranti - så att människor som samåker kan ta sig hem om något oväntat händer, t.ex. om ett barn plötsligt blir sjukt.
- Komprimerad arbetsvecka (9 dagar istället för 10 med fler arbetstimmar per dag) eller ändrade arbetstider eller mottagningstider för att undvika rusningstrafiken och/eller anpassa restiderna till kollektivtrafiken.
- Att tillåta och hjälpa medarbetare att delvis arbeta hemifrån, eller att erbjuda en tjänst där man t.ex. kan handla hemifrån och på så sätt slipper åka till en viss plats.
- Att omorganisera och rationalisera bort tjänsteresor och/eller använda telekommunikation i stället för att minska antalet tjänsteresor.
- Att omorganisera och rationalisera bort leveranser som görs av företag och/eller leverantörer för att minska leveransresorna till och från platsen.
- Att ändra den ersättning som personalen får när de kör egen bil på tjänsteresor för att istället gynna miljövänligare sätt att resa (t.ex. att vid längre resor betala endast tågprisersättning oavsett transportmedel och inte kilometertaxa för bil, högre kilometertaxa för cykel än bil). Detta ska främja valet av andra transportmedel när man åker på tjänsteresa samt uppmuntra personalen att inte välja att köra bil till arbetet bara för att "tjäna" på bilersättningen.
- Duschar, omklädningsrum, förvarings-skåp, strykjärn, locktänger och hårtorkar för de som väljer att promenera, jogga, åka skateboard eller rullskridskor eller cykla till arbetet.
- Trygg cykelparkering.
- Delvis ersättning för inköp/skattegymsamt inköp av cyklar och annan utrustning för långsamma transportmedel.
- Tillhandahållande av företagsscyklar.
- Cykelservice på plats i början av cykelsäsongen.
- Trygga och korta cykelbanor och promenadvägar som förbinder enskilda hus med ingångar från alla sidor.
- Att betala eller förhandla med kollektiva trafikoperatörer för att:
 - Erbjuder pendelbussar mellan platsen i fråga och näraliggande kollektivtrafikterminal eller pendlarparkering (det kan vara pendlarparkeringsplatser som drivs av kommunen eller som är avsedda endast för en viss organisation).
 - Köra tätare turer.
 - Erbjuder nya turer för att direkt förbinda platsen med områden där många användare av platsen bor.
 - Erbjuder användare av platsen biljett-rabatter.
 - Erbjuder pendlare tjänstebiljetter och sänka biljettpriserna i kollektivtrafiken.
 - Erbjuder provbiljetter så att de som inte brukar åka kollektivt kan prova billigt eller gratis i en vecka eller månad.
- Sälja biljetter till kollektivtrafiken på plats.
- Samåkning i minibussar då en grupp medarbetare åker minibuss till arbetet, ibland delvis betalat av arbetsgivaren.
- Betala de anställda en premie (per dag) när de väljer alternativa transportmedel till arbetet (detta brukar fungera endast med arbetsplatser).
- Anställa en mobilitetskonsult och starta ett mobilitetskontor på plats.
- Tillhandahålla en infrastruktur som gör att man inte behöver lämna området under rasterna.

- Styra parkeringsmöjligheterna på platsen (och ibland, i samarbete med kommunen, till och med utanför området). Detta beskrivs i detalj nedan.

Styrning av parkeringsmöjligheterna utgör en mycket kraftig mekanism som påverkar hur man reser till en plats. Om det finns färre parkeringsplatser än vad som efterfrågas, kan parkeringsmöjligheterna styras på följande sätt:

- Alla eller vissa användare får betala en parkeringsavgift – per dag, vecka, månad eller år – en fast avgift eller avgift som beror på vissa kriterier (t.ex. inkomst) eller på parkeringsplatsens kvalitet och läge.
- Begränsningar i tillgång, t.ex. tillåts de anställda parkera endast fyra dagar av fem.
- De bästa parkeringsplatserna kan reserveras t.ex. för de som samåker så att de anställda på så sätt uppmuntras till att samåka.
- Parkeringsplatserna kan tilldelas enligt vissa kriterier, t.ex. befattning, hur lång tid det tar att köra till arbetsplatsen jämfört med att åka kollektivt, familjeansvar och liknande.
- Tillgång till parkeringsplatsen kan tidsbegränsas, t.ex. kan parkeringsplatser i ett shoppingcenter vara stängda till kl. 10 så att pendlare inte väljer att parkera där.
- De anställda kan få ersättning för att de inte använder sina parkeringsplatser (*parking cash out*).

Dessutom kan det bli nödvändigt att platser som har ett begränsat antal parkeringsplatser och större efterfrågan samarbetar med kommunen för att förvalta gatuparkeringen i närområdet så att ingen "överspillningseffekt" uppstår.

Vid **skolbaserade mobilitetsplaner** kan föräldrar hjälpa till med vissa åtgärder genom att de t.ex.

driver "promenadbussar" där barnen promenerar tillsammans till skolan, följda av några föräldrar. Dessutom kan framtagandet, genomförandet och uppföljningen av planen integreras i undervisningen. På så sätt får elever och föräldrar reda på vilka alternativa transportmedel det finns när man reser till skolan, de får kunskaper om strategiskt resande, blir mer medvetna om detta och det är dessutom en bra möjlighet att göra reklam. Några exempel:

- Mobilitetsspel kombinerade med enkäter om strategiskt resande där man kanske kan tänka sig en tävling för barn eller barngrupper.
- Att involvera barnen i att identifiera områden i närheten av skolan där de känner sig otrygga på grund av trafik, och att sedan hjälpa till med åtgärder som kan lösa dessa problem.
- Undervisning i strategiskt resande (däribland studiebesök).
- Cykelträning.
- Särskilda platser avsedda för att stanna bilen så att barn som skjutsas kan kliva av.
- Parkeringsförbud utanför skolan.
- Att organisera samåkning eller "promenadbussar" för barn på väg till skolan.



Förkortningar

MM	Mobility Management
PTA	personlig resehjälp (Personalised Travel Assistance)
TA	ökad resmedvetenhet (Travel Awareness)
TDM	styrning av resfterfrågan (Travel Demand Management)
WP	arbetspaket (Work Package)

Referenser

Cycling to work campaign.

http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1400&lang1=en (Sept 25, 2007)

Meyer, M.D. (1999). "Demand Management as an element of transportation policy: using carrots and sticks to influence travel behaviour." *Transportation Research A*, 33, 575-599.

Victoria Transport Policy Institute (2007). "TDM Encyclopaedia." <http://www.vtpi.org/tdm/index.php> (Aug 14, 2007)

Toolbox for Mobility Management Measures for Companies.

<http://www.mobilitymanagement.be/english/> (Aug 14, 2007)