

DONOSTIA –
SAN SEBASTIÁN

KRAKOW

MÜNCHEN

ODENSE

SALZBURG




aeneas

SAMMENFATNING

Forbliv mobil

Vejledning til mobilitetsmanagement i et aldrende samfund



Om AENEAS-projektet

AENEAS (Attaining Energy-Efficient Mobility in an Ageing Society, dvs. Energigivenlig mobilitet i et aldrende samfund) er et EU-projekt, der blev startet i august 2008 og slutter i maj 2011. Projektet er samfinansieret af Forvaltningsorganet for Konkurrenceevne og Innovation (EACI) i rammerne af programmet "Intelligent Energi — Europa" (ec.europa.eu/energy/intelligent).

Målet ved AENEAS er af fremme såkaldte "bløde" midler (fx træning, individualiseret rejsemarketing, bevidstgørelse og begivenheder) i fem europæiske byer for at opfordre ældre mennesker til at anvende alternative løsninger frem for brugen af den private bil, samt at gøre dette muligt for dem. Projektets ledere har givet deres erfaringer videre til andre byer, og har skabt kontakter mellem dem, der arbejder inden for dette felt i Europa og andre områder. Man kan downloade træningsmaterialer og case studies om god praksis på engelsk, baskisk, dansk, fransk, tysk, polsk og spansk fra AENEAS' hjemmeside www.aeneas-project.eu.

Denne folder er en sammenfatning af AENEAS' publikation *Forbliv mobil — Vejledning til mobilitetsmanagement i et aldrende samfund*, der blev skrevet for at fremhæve spændende programmer og projekter, som hjælper ældre borgere med at forblive aktive og mobile. Vejledningens målgruppe er først og fremmest eksperter og interessenter, der overvejer at anvende lignende midler. Udgivelsen kan downloades fra projektets hjemmeside <http://www.aeneas-project.eu/?page=download>.

Hvem opfattes som gammel?

Med hensyn til mobilitet er der stor forskel på den aktive befolkning og pensionister. AENEAS fokuserer på den sidstnævnte gruppe, og som referencepunkt har det fastlagt 50-års alderen, fordi i denne alder er antallet af pensionister og dem, der stadig er på arbejdsmarkedet stort set det samme i Europa. Der blev også trukket en anden skillelinje i 75-års alder, hvor folks mobilitet ofte bliver indskrænket. AENEAS' målgruppe kan altså inddeles i to grupper: "de unge gamle" (50-75 år) og de "ældste borgere" (over 75 år). Den fysiske alder blev dog hovedsagelig brugt til orientering, og det var de individuelle muligheder og præferencer med hensyn til mobilitet, der var afgørende.

Generelle trends og udfordringer

I Europa har man allerede beskæftiget sig med indvirkninger af de demografiske ændringer og det aldrende samfund på bytrafikken og mobiliteten i en længere periode. De lokale myndigheder og transportudbydere er klare over, hvad for nogle udfordringer de skal se i øjnene. Men på grund af målgruppens mangfoldighed er mange eksperter og beslutningstagere usikre, fordi de ikke rigtig ved, hvordan problemet skal håndteres.

Medlemmer af den aldrende baby-boom generation kan ikke sammenlignes med generationen af deres forældre. Den forventede levetid er blevet længere og folk er generelt i bedre

SÆRLIG OPMÆRKSOMHED: Nyuddannede fra et træningsprogram i Manchester (UK) får deres eksamensbevis. Billede: CTC

GØR DET SAMMEN: Det at rejse er sjovere med en ven.**Billede: Gábor Bodó**

form. Mange gamle er stadig aktive, de ser fremad og er parate til at deltage i samfundets liv. Antallet af de ældre bilejere — især kvindelige — er steget i Europa. Nutidens ældre fik deres kørekort, da de var 18, og de fleste af dem har aldrig benyttet de offentlige transportmidler, som de ikke har en positiv opfattelse af. Det at være gammel i dag betyder ofte et liv i forstæderne, men livsformen i disse er også ved at ændre sig: Mange små forretninger og tjenesteydelser i forstæderne lukker eller flytter ind i de nye indkøbscentre, som er vanskelige at få adgang til uden bil. Alt dette gør nutidens ældre meget forskellige fra de tidligere generationer, hvilket resulterer i, at de danner en målgruppe, der stiller krav.

Adgangsmuligheder og mobilitetsmanagement

Adgangsmuligheder betyder mere end fysisk adgang til transportydelser: De betegner også en vis grad af tillid og sikkerhed. Trafiksystemet — inklusive det at gå, cykle, samt innovative koncepter som delebiler — skal være nemt tilgængeligt, nemt at benytte og være tiltrækkende for alle, både unge og ældre, handicappede og ikke-handicappede.

De offentlige transportselskaber skal tage hensyn til krav

og behov fra ældre borgere, og behandle disse som et ligeberettiget markedssegment. Indtil videre har man først og fremmest fokuseret på de fysiske adgangsmuligheder ved fx at indføre køretøjer med lavt gulv og andre tekniske hjælpemidler. Ældre mennesker blev simpelthen sat i bås med fysisk handicappede passagerer.

Mobilitetsmanagement forsøger ved hjælp af “bløde midler”, som markedsføring, kommunikation, træning og koordinering af aktiviteter at forandre passagerernes attitude, påvirke deres opførsel og livsstil, gøre bæredygtig transport populær, og takle efterspørgslen efter bilen.

Da disse livsstilmæssige faktorer normalt ikke kræver omfattende økonomiske investeringer, er de omkostningseffektive løsninger på ændringer i infrastrukturen.

Indtil nu har man ikke sat fokus på ældre mennesker med hensyn til mobilitetsmanagement, mest fordi de dannede en mere stabil og ikke bilorienteret gruppe, og opfattedes som et “modtageligt publikum”. Imidlertid fandt man ud af, at denne målgruppe er svært tilgængelig med de traditionelle markedsføringsmidler. Producenter af fjernsynsreklamer hævder, at aldersgrænsen for effektiv tilgængelighed er 49 år. Det at gøre bæredygtig mobilitet populær blandt ældre mennesker kræver derfor veludviklede kommunikationsevner og tillokkende produkter. AENEAS’ mål er at skabe “multimodale” ældre passagerer, dvs. folk, der kan træffe beslutninger vedrørende deres mobilitet uafhængigt og fleksibelt, og som har bæredygtige alternativer til privatbilismen.





Ældre menneskers behov og forventninger

Ældre menneskers behov og forventninger kan ikke alene tilfredsstilles ved hjælp af ændringer i infrastruktur. Seniorborgere ønsker at leve uafhængigt, aktivt og sundt, de vil gerne deltage aktivt i samfundet, og benytte et nemt anvendeligt transportsystem, som tilbyder serviceydelser af høj kvalitet, tryghed og sikkerhed, og om nødvendigt, yder assistance. Samtidigt kan de ikke lide, hvis man taler ned til dem, og har negative associationer omkring alderdom.

I løbet af de sidste år har man startet flere projekter i Europa, som anvender innovative "bløde midler" og henvender sig til ældre mennesker. Disse projekter har erkendt målgruppens mangfoldighed og vigtighed. I projekterne involveres organisationer, som allerede har arbejdet med ældre mennesker, og i deres arbejde ikke længere anvender termen "ældre mennesker", når de henvender sig til seniorborgere.

Implementering af gode praksisser

I dette afsnit præsenteres kort de syv kapitler af AENEAS' vejledning *Forbliv mobil*, som fremhæver mange af de innovative projekter rundt omkring i Europa vedrørende ældre borgere og mobilitet.

Benyttelse af offentlige transportmidler

Rejsetræning gør det muligt, at ældre passagerer er selvstændige, selvsikre og ikke bange, når de benytter de offentlige transportmidler. I løbet af træningen lærer de nye teknologier, som e-billet eller mindre kendte funktioner, som knapper til ind- og udstigning med barnevogn at kende. De fleste kurser fokuserer på benyttelse af busser, da ældre mennesker først og fremmest har problemer med at stige ind

og ud af disse eller at bevæge sig rundt i dem. Anvendelsen af billetautomater eller e-billetter, samt det stigende antal af ulykker, der går ud over ældre mennesker i de offentlige transportmidler, signalerer, hvor vigtigt det er, at arrangere kurser i benyttelse af offentlige transportmidler.

Fordele:

- Ældre mennesker føler sig mere sikre og trygge, når de benytter sig af de offentlige transportmidler.
- Man hjælper folk ved at forblive uafhængige så længe det er muligt.
- Antallet af ulykker, der går ud over ældre mennesker i de offentlige transportmidler, formindskes.
- Meningen om de offentlige transportudbydere bliver bedre, derved stiger antallet af passagerer.

Målgruppe: Ældre mennesker, der stadig er i stand til at rejse selvstændigt, men ikke ved, hvordan man benytter de offentlige transportmidler, og/eller ikke føler sig tryk ved dem.

Vigtige partnere: Udbydere af offentlig transport og partnerselskaber, lokale myndigheder og offentlige transportmyndigheder, samt ældre menneskers interessegrupper.

Andre interessenter: Lokale politikere, medier, sundhedsydelser, offentlige myndigheder.

At gøre cykling populær

Ældre mennesker cykler mindre, og i de fleste europæiske lande har der ikke eksisteret en cykelkultur dengang, nutidens seniorborgere var unge. Selv om de ældre har fysiske barrierer

PÅSTIGNING: Træning i at tage bussen er en god måde at orientere seniorborgere i de nye billetsystemer og funktioner i de offentlige transportmidler på. Billede: Salzburg AG

HJÆLPENDE HÅND: Et projekt i Paris tilbyder personlig ledsager til ture med offentlig transport.

Billede: Compagnons du Voyage

for at cykle, kan de, der holder sig i form, benytte sig af deres cykler længere, og cykling hjælper dem med at forblive sunde. Aldersspecifikke analyser har påvist, at cykling har størst relative fordele blandt ældre mennesker.

Fordele:

- Takket være cykling får ældre mennesker større selvtillid, og de bliver mere fleksible og selvstændige.
- De får mulighed for at deltage i gruppeaktiviteter, hvilket hjælper dem med at overvinde den sociale isolation.
- Træningsmøder — om trafikregler, passende tøj og cykling — bidrager til øgning af trafikken og den enkelte cyklists sikkerhed.
- Regelmæssig cykling giver bedre helbred, også blandt folk med kroniske sygdomme.
- Afhandlingen *På cykel rundt i England* påpeger, at man ved at opfordre folk mellem 45 og 64 år til at cykle, giver ca. 270 euro økonomisk gevinst per cyklist om året.

Målgruppe: Ældre mennesker, som stadig er aktive, men har problemer med at benytte sig af standardcykler; seniorborgere, som føler sig overbebyrdede med nutidens trafik;

unge ældre, som lider af kroniske sygdomme forårsaget af alt for lidt fysisk aktivitet; samt unge ældre, som aldrig har lært at cykle.

Vigtige partnere: NGO'er eller specielle organisationer til at implementere cykeltræning; cykel- eller naturfredningsgrupper eller agenturer, der har specialiseret sig i sport og helbred og kan deltage i at arrangere; endvidere lokale myndigheder, samt eksperter, der beskæftiger sig med ældre mennesker.

Andre interessenter: Sociale eller kulturcentre, lokale cykelklubber, sundhedsydere, cykelhandlere, udlejninger og cykelproducenter, politiet, fysioterapeuter, cykelmekanikere og de lokale medier.

Arrangementer og kampagner for at øge mobilitet

Mange livsstilsrelaterede sygdomme kan forebygges ved at få ældre mennesker til regelmæssigt at dyrke fysisk aktivitet. Kampagner og programmer kan opfordre til benyttelse af bæredygtige transportmuligheder i forbindelse med deres fritidsaktiviteter. Det er ikke udvikling af færdigheder, men hellere øgning af motivation, man sætter fokus på ved at tilbyde interessante programmer. Disse lægger vægt på at skabe fællesskab, og samtidigt kræver fysisk aktivitet.

Fordele:

- Kampagner for at gøre vejene mere sikre gør bilisterne mere opmærksomme på ældre fodgængere og deres særlige behov. Ældre mennesker får tips om vejsikkerhed, så de gerne spadserer og opdager deres omgivelser.





- Mobilitetsdage giver de offentlige transportydere mulighed for at vise, at de virkelig tager sig af deres lokale kunder, og gør offentlige transportmidler, som er en energieffektiv måde at være mobil på, populære.
- Kampagner for vandreture kan bidrage til, at lokale gåklubber opstår, og fortsætter med at arrangere træningsworkshops i at gå.
- Kort for seniorborgere er mere brugbare, hvis de er lavet ved hjælp af de involverede ældre mennesker.

Målgruppe: De forskellige arrangementer og ture kan henvende sig til forskellige grupper. Også folk med begrænset mobilitet ville have gavn af skræddersyede fysiske (og sociale) aktiviteter. Cykelkampagner skal henvende sig til folk, der tidligere cyklede regelmæssigt, og stadig føler sig nogenlunde sikre på cykel. Vejsikkerhedskampagner skal henvende sig til bilister i alle aldersgrupper. Arrangementer og kampagner kan også rettes mod byplanglæggere, hvis disse — ved at udvikle byfaciliteterne — støtter folk i at spadsere.

Vigtige partnere: Aktiviteterne kan arrangeres af kommuner, organisationer af seniorborgere, vejsikkerheds- og sundhedsorganisationer, eller NGO'er.

Andre interessenter: Læger eller fysioterapeuter; vejsikkerhedsorganisationer eller politiets vejsikkerhedsenheder; (frivillige) ledere af gå- eller cykelgrupper; historiske selskaber, naturselskaber eller andre grupper, der organiserer temature; organisationer, som tilbyder mobilitetsrelaterede oplysninger eller ydelser; samt køreskoler.

Træning af buschauffører

Der er flere seniorborgere end nogensinde, der har kørekort. Udbydere af offentlige transportmuligheder skal derfor gøre deres ydelser så tiltrækkende som muligt for dem, der selv har lejlighed til at køre. Hvis ældre passagerer ofte har dårlige erfaringer med at køre med bus, vil de holde op med at tage bussen, hvilket enten vil resultere i, at de mister deres mobilitet og selvstændighed, eller forøger antallet af biler på vejene ved at køre i egen bil. I begge tilfælde mister transportselskabet en kunde. En venlig og smilende buschauffør til gengæld skaber et godt indtryk af hele selskabet.

Fordele:

- Busselskaber møder færre klager (og flere komplimenter) fra passagerer, der kører med de trænede buschauffører.
- Antallet af ulykker reduceres, hvis chaufførerne forstår og tager hensyn til de udfordringer, en ældre passager møder i bussen (fx giver de dem tid til at sætte sig ned, før de kører).
- Anerkendelsen af udbydere af offentlige transportmidler kan stige markant, hvis de gør deres serviceydelser for seniorborgere bedre.

Målgruppe: Buschauffører.

Vigtige partnere: Kommuner, seniorborger-organisationer, non-profit selskaber eller udbydere af offentlige transportmidler kan tage initiativ til at arrangere træningsprogrammer.

KABELGENERATION: Internetkurser i München (se ovenfor) viser, hvordan passagerer kan få rejseinformationer. Billede: Green City



Uafhængigt af hvem der tager initiativ til disse, kan de kun have succes, hvis udbyderen af offentlige transportmidler støtter dem.

Serviceydelser, der hjælper passagerer i den offentlige trafik

Benyttelse af offentlige transportmidler kan være en stor udfordring for alle uanset alder, hvis man ikke har erfaringer med dem. Frygt for personlig sikkerhed kan føre til, at man ikke benytter sig af busser og sporvogne. Da antallet af ældre mennesker støt stiger, skal udbydere af offentlige transportmidler se i øjnene, at det er nødvendigt, at tilbyde serviceydelser for dem, så de kan køre trygt og sikkert. Det betyder blandt andet, at man hjælper dem med at stige ind og ud af køretøjet, og sikrer, at de har siddeplads; de skal have mulighed for ledsagede prøveture; samt at få oplysninger og tips om køreplaner, forbindelser og billetter; man skal endvidere vise dem, hvordan billetautomater fungerer. Hvis ældre passagerer ved, at køretøjerne er rene, de kan få hjælp, og at de møder hjælpsomme og venlige mennesker, vil det være mere sandsynligt, at de benytter sig af den offentlige transport.

Fordele:

- Anerkendelsen af udbydere af offentlige transportmidler kan stige markant, hvilket resulterer i, at transportselskabernes omsætning stiger.

HVOR FORANDRINGERNE SKER: Patenticket-programmet i Köln (se ovenstående billede) går ud på, at man opfordrer folk med månedskort til at vise serviceydere til deres venner. Billede: Birgit Kasper

- Baseret på deres praktiske erfaringer kan hjælpere give råd til udbydere af offentlige transportmidler om at finde mangler i serviceydelserne.
- Unge, der hjælper seniorborgere, sætter et eksempel for andre.
- De skræddersyede tips om den optimale anvendelse af trafiksystemet højner de ældres tilfredshed med transportydelserne.
- Træning for de unge og det, at deres opmærksomhed bliver rettet mod de ældres behov, giver dem erfaringer for resten af livet.

Målgruppe: Ældre mennesker, der stadig er i stand til at færdes alene, men kun sjældent benytter sig af den offentlige trafik, fordi de har svært ved det, eller simpelthen har brug for hjælp. Det ene program er unikt, fordi dets målgruppe er børn, som ofte ikke er opmærksomme på folks behov omkring dem.

Vigtige partnere: Kommuner, seniorborgerorganisationer, NGO'er eller kommunale frivillige kan tage initiativ til programmerne. Men uden støtte fra udbydere af offentlige transportmidler kan sådan nogle projekter kun have begrænset chance for succes. I orienterende programmer for unge, der kører med bus, er skoler og ungdomscentre vigtige partnere.

Andre interessenter: Medierne spiller en vigtig rolle i udbredelse af oplysninger og i at opmærksomheden rettes mod problemet.

Skræddersyet rejsemarkedsføring

Skræddersyede materialer om rejsemarkedsføring giver oplysninger om de forskellige transportalternativer. Det at sætte sådanne materialer sammen kræver ikke (nødvendigvis) udvikling af nye programmer angående mobilitet: Det vigtigste er at samle oplysninger om allerede eksisterende aktive ydelser i forbindelse med mobilitet, træning, seminarer eller aktiviteter, som er relevante for ældre borgere; endvidere at skabe personlige kontakter og oplysninger, samt at starte træning (hvor det er nødvendigt) i de mest passende muligheder for hvert enkelt individ.

Fordele:

- Det gør de allerede eksisterende programmer, projekter og serviceydelser populære, i stedet for at skabe nye, der kan konkurrere med dem.
- Folk snakker om projektet og viser materialerne til deres venner og familie.
- Det giver et positivt billede af byens ledere, hvis de som "budbringere" oplyser borgerne om nyhederne.
- Selv om materialet henvender sig til seniorborgere, kan oplysningerne også anvendes af andre befolkningsgrupper.
- Antallet af brugere af offentlige transportmidler stiger.
- Der udbygges forbindelser mellem allerede eksisterende serviceudbydere, hvilket gør det lokale netværk bedre.

Målgruppe: Folk, der er ved at gå på pension og/eller forholdsvis aktive seniorborgere (mellem 60 og 75 år).

Vigtige partnere: NGO'er, seniorborgere eller byens ledelse. Støtte fra den sidste kan væsentlig øge programmets troværdighed for målgruppen.

Andre interessenter: Miljøgrupper, udbydere af offentlige transportmidler, politiet og cykelklubber.

Jævnbyrdighedsprincippet i tilgang til offentlig transport

Ældre mennesker opfattes med hensyn til mobilitetsmanagement som en svært tilgængelig gruppe. De kan finde det mærkeligt at blive undervist om aldersrelaterede problemer af en ung person.

Jævnbyrdighedsprincippet i tilgangen til emnet bygger på, at seniorborgere kan forstå hinandens behov. De er mere tilbøjelige til at acceptere ideen om et månedskort eller et billedingsskema, hvis den kommer fra en ven i stedet for en folder.

Fordele:

- Stigning af antallet af passagerer og månedskortejere, inklusive "yngre ældre".
- Udbydere af offentlig transport kan bruge de erfarne passagerers viden, og kursledere, der anvender jævnbyrdighedsprincippet, vil værdsætte, at de kan kigge bag kulisserne i deres lokale offentlige transportsystem.
- Ældre mennesker har et fælles sprog og kan drage nytte af andres erfaringer.
- De fleste trænere er glade for at kunne give deres viden videre til andre, og hjælpe dem med at forbedre deres mobilitet.

Målgruppe: Tilgangen, baseret på jævnbyrdighedsprincippet, har to vigtige målgrupper: seniorborgere, der kan forklare anvendelsen af de offentlige transportmidler, og gør den populær (dvs. trænere), og seniorborgere, som får oplysninger, råd og støtte (dvs. træningsdeltagere).

Vigtige partnere: Den lokale transportmyndighed, (muligvis) andre lokale eller regionale myndigheder, en vejleder eller rådgiver, der fremmer processen, og ældre borgere som frivillige trænere eller "ambassadører".

Andre interessenter: Dette kan involvere medieerne og muligvis NGO'er, der beskæftiger sig med bæredygtige transportformer.

Kontakt

Rupprecht Consult — Projektkoordinator
Matthias Fiedler
Tel: +49 221 60 60 55 22
E-mail: m.fiedler@rupprecht-consult.eu

Støttes af



Ansvar for indholdet af denne brochure hviler alene på forfatterne. Det afspejler ikke nødvendigvis holdningen hos de enkelte europæiske samfund. Den Europæiske Kommission er ikke ansvarlig for nogen brug af den information, som er indeholdt i brochuren.

Szentendre ● Marts 2011 ● Udgivet af: The Regional Environmental Center for Central and Eastern Europe

Forsidefoto: Green City