

# Fra pedaler til præmier

ATKINS

## Tema: Adfærd

Projekt: "Kom grønt frem"  
- Gamification kampagne på ungdomsuddannelser i Roskilde

Vil du cykle dig til gratis biografbilletter?

I april kæmper Roskildes ungdomsuddannelser om at transportere sig grønnest. Og der er fede præmier på spil. Pizza til de tre klasser med flest tilmeldte, gratis frokost, billetter til biografen og til Tobias Dybvad.

De 10 klasser med flest tilmeldte bliver udvalgt til at være med i projektet Kom grønt frem! Og så handler det ellers om at optjene point ved at transportere sig grønt til og fra skole.



### Formål

Formålet er at motivere unge i alderen 15-20 år til at bruge bæredygtig transport fremfor bil. Bæredygtig transport er her defineret som gang, cykel, kollektiv trafik og samkørsel med klassekammerater.

### Hvad er det nye i projektet

Kampagnen der har forløbet på 6 ungdomsuddannelser i Roskilde Kommune i april 2022 har taget udgangspunkt i såkaldt "gamification", hvor vi forsøger at ramme de unge ved at implementere spil-elementer og påvirke deres adfærd. Ved at score point var der udsigt til præmier som er attraktive i dagligdagen, spurtpræmier på ugebasis og den store gevinst som samlet klassevinder. Samtidigt er de største gevinster kun opnåelige, hvis de arbejder sammen og motiverer hinanden i klasserne.

Vi udviklede en web-app til formålet, hvor eleverne kunne indtaste deres daglige rejse til og fra skole. Når man brugte de mest bæredygtige transportmidler (gang og cykel) fik man flere point og kunne sammenligne sig med andre deltagere i konkurrencen. Samtidigt fik de feedback på hvor meget CO<sub>2</sub> deres tur havde sparet.



### Udfordringerne

Hesten der ikke kan trækkes til truget – sådan er det også med unge som lige har fået bil eller unge mennesker som gerne vil transporteres komfortabelt. Men kan deres vaner ændres og kan de påvirkes uden at de "voksne" er moraliserende og trækker noget ned over hovedet på dem?

### Resultater - Hvad gik godt og hvor ramte kampagnen forkert?

Mere end 500 elever tilmeldte sig under en ugentlig hvervekampagne forud for selve kampagnen. De 18 klasser med flest tilmeldte vandt en plads i kampagnen som forløb i april måned 2022.

83 % af deltagerne synes "Godt" eller "Meget godt" om at deltage. Omtrent halvdelen af deltagerne har ændret transportvaner under kampagnen, og heraf regner langt størstedelen (92%) med "I høj grad" eller "I nogen grad" at fortsætte med de nye vaner.

Under hvervekampagnen faldt nogle af ungdomsuddannelserne fra og størstedelen af deltagerne kom fra de skoler, hvor der også var det største engagement fra lærere og ledelse. Under selve kampagnen faldt flere klasser også fra. Her var det ofte udsigten -eller mangel på samme- til de gode præmier som gjorde udslaget.

På Vejforum vil vi gå mere i dybden med hvad der virkede og hvad der ikke virkede og fortælle om resultaterne fra kampagnen, en efterfølgende internetundersøgelse for deltagerne i kampagnen samt resultaterne fra fokusgruppeinterview med udvalgte deltagere.

**Målgruppen** er kommuner og forvaltninger der har interesse i adfærdspåvirkning af unge mennesker til fremme af bæredygtig transport.

Med venlig hilsen ATKINS

v. Andreas Fessler og Rune Rasmussen

27.05.2022