

WORKSHOP

HÅLLBARA LIVSSTILAR

– HUR DU LYCKAS MED INSATS & UTVÄRDERING

Att planera insats och utvärdering samtidigt är för många ett nytt sätt att arbeta. Men genom att samla din arbetsgrupp och jobba med detta workshopmaterial lägger ni en mycket bra grund för insatsen och för utvärderingen så att ni kan få större effekt och dra mer lärdomar av ert arbete.

Innan ni sätter igång är det bra att höra runt bland kollegorna om det har gjorts liknande insatser tidigare som ni kan lära av. Sök även gärna på nätet om någon annan har forskat kring, genomfört och utvärderat liknande insatser.

Ni behöver ca två timmar till *Workshop del 1 – Ta fram en plan för insatsen* och ca två timmar till *Workshop del 2 – Ta fram en plan för utvärderingen*. Boka gärna in båda tillfällena direkt, så det inte går alltför lång tid emellan dem, men lägg dem olika dagar, eller åtminstone med en ordentlig lunchrast emellan. Boka ett rum där ni kan sitta kring ett bord och arbeta ostört tillsammans. Om det bara är du som jobbar med insatsen så går det jättebra att använda workshopmaterialet tillsammans med ett gäng kollegor som jobbar med andra frågor, men avsätt då lite tid till att inledningsvis ge dem en kort bakgrund.

För att arbetet skall gå så bra som möjligt är det bra att ha följande dokument med er i tryckt/utskriven form:

- Workshopmaterialet, enkelsidigt, i färg, i formatet A3
- Handboken ”Hållbara livsstilar – hur du lyckas med insats & utvärdering”
goteborg.se/hallbaralivsstilar
- (Om det redan finns en) projektplan eller liknande för insatsen

Det är bra om du som ska leda workshopen läser igenom handboken innan. På så sätt kan du känna dig trygg i de olika stegen ni ska jobba med och underlätta för deltagarna om frågor uppstår.

Då är det bara att köra igång – och ha så roligt!

Lycka till!

EXEMPEL 5

Typ av insats: KOMMUNIKATION

Livsstilskategori: TRAFIK

Med en utvärdering som visar vilken effekt och nytta er insats ger, blir det enklare att se om den har potential att skalas upp och spridas. Dessutom får ni ett konkret kvitto på resultatet av ert arbete som t ex kan underlätta vid redovisning, eller för att söka mer resurser. Glöm inte att dela med er av era resultat och lärdomar efteråt så att andra kan bygga vidare på era erfarenheter!

Text och innehåll: Projektgruppen Hållbara livsstilar – Yrsa Dahlman, Karin Wallin, Emma Dalväg, Kadri Koppel

Illustrationer och grafisk form: Johan Runze, Annika Lundholm Moberg

Workshopmaterialet är framtaget inom projektet **Hållbara Livsstilar: genomförande, utvärdering och lärande** som har finansierats av Energimyndigheten.

Materialet finns att hämta gratis på goteborg.se/hallbaralivsstilar

WORKSHOP DEL 1 – TA FRAM EN PLAN FÖR INSATSEN

CA 2 TIM

INSATSENS NAMN:

RES IHOP

STEG 2

Vad är syftet med insatsen? Vilket konkret beteende vill vi påverka för att tackla problemet?
Få folk att åka kollektivt i innerstan

STEG 1

Vad är det för problem vi vill lösa med vår insats? Om det redan finns en färdig idé så backa ett steg och fundera över det bakomliggande behovet!

Vårt uppdrag är att hantera följande problem:
Bilarna i centrum

STEG 3

Vad har vi för arbetstid till planering, genomförande och efterarbete? Hur ser det ut i termer av pengar, kunskap, andra resurser? Finns andra förutsättningar vi behöver ta hänsyn till?
- återkommande kommunikationsinsats mars varje år (förarbete 2 mån)
- rejäl budget
- flera kommunikatörer i projektgruppen
- fri utformning inom ramarna
"kommunikation+kollektivtraffik"

STEG 4

Vem riktar vi oss direkt till med vår insats? Finns det andra vi vill påverka i ett nästa led?
innerstadsbilisterna

STEG 5

Vilka faktorer kan påverka vår målgrupp?
Positiva Negativa
- det finns välfungerande kollektivtrafik - smidigare att åka kollektivt än bil i stan
- vanan (köra själv)
- identiteten (köra själv)
- årstiden+vädret (trist att vänta på bussen i regnet)

T.ex
attityd/vanor,
årstid eller var
målgruppen bor.
Se Handboken
sidan 12

STEG 6

Vilken typ av insats vill vi jobba med? Kryssa för vald typ.
☐ Tjänst
☐ Testgrupp
☐ Nudging
☐ Utbildning
☒ Kommunikation
☐ Annan

Se
Handboken
sidan 14

STEG 7

Vad vill vi göra för insats för att lösa problemet? Om vi redan hade en idé när vi kom hit idag, känns den fortfarande bra?
pedagogiska roliga, fyndiga budskap om poängerna med att åka kollektivt istället för egen bil – sprids genom fysiska affischer och på sociala medier

STEG 8

Beteendeförändring är en process som sker över tid (se trappan nedan).

A) Vad är det långsiktiga målet med insatsen för vår specifika målgrupp?
...bilfri innerstad

B) Vår ambitionsnivå måste stämma överens med de förutsättningarna vi identifierade i steg 3. Utifrån detta: vad är det realistiska målet med insatsen?
...mindre bilresor och mer användande av kollektivtrafiken

STARTA
HÄR

1
BEHOVSANALYS

2
SYFTET MED
INSATSEN

3
FÖRUTSÄTTNINGAR

4
MÅLGRUPP

5
FAKTORER
SOM PÅVERKAR
MÅLGRUPPEN

6
TYP AV INSATS

7
SPECIFIK INSATS

8
AMBITIONS-
NIVÅ & MÅL

Genom att tänka igenom vår insats ordentligt från start blir den lättare och roligare att arbeta med och ges bättre förutsättningar att nå sina mål!

INSATSEN NÄR
FRAM TILL
MÅLGRUPPEN
SOM ÖNSKAT

MÅLGRUPPEN
REAGERAR
SOM ÖNSKAT
PÅ INSATSEN

MÅLGRUPPEN
ÄNDRAR SITT
BETEENDE
SOM ÖNSKAT

EFFEKTEN AV
MÅLGRUPPENS
ÄNDRADE BETEENDE
BLIR SOM ÖNSKAT

WORKSHOP DEL 2 – TA FRAM EN PLAN FÖR UTVÄRDERINGEN

CA 2 TIM

STEG 15

Hur ska vi använda oss av resultaten av insatsen och utvärderingen? Blir detta ett underlag till kommande insatser? Hur ska vi dela lärdomar med kollegor i vår kommun och i andra kommuner?

- lägga upp på [forummiljosmart.se](#)
- sprida på sociala medier
- presentera insatsen på vårens trafik-konferens i kommunen

STEG 14

När insatsen och utvärderingen är genomförda är det viktigt att stanna upp och se hur det gick för oss. Bestäm gärna redan nu ett datum för att jobba med sammanställning, analys och slutsatser!

Datum: 12 april

HUR GICK INSATSEN?
HUR GICK UTVÄRDERINGEN?
VAD LÄRDE VI OSS?

15
LÄRANDE &
NÄSTA STEG

14
SAMMAN-
STÄLLNING

13
PRAKTISK
PLANERING

12
INNEHÅLL

11
SÄKERSTÄLLA
UTVÄRDERINGEN

10
UTVÄRDERINGS-
METOD

9
SYFTET MED
UTVÄRDERINGEN

STARTA
HÄR

INSATSENS NAMN:
RES IHOP

Ha workshop del 1 ifylld på bordet. Tänk igenom om förutsättningarna har förändrats och uppdatera i så fall i workshop del 1.

STEG 9

Varför vill vi utvärdera? Vad vill vi veta?
vill se om vi fått fler att resa kollektivt
och färre att köra bil

Se
Handboken
sidan 23

STEG 10

Vilken utvärderingsmetod(er) ska vi jobba med? Kryssa i tabellen utifrån vilken typ av insats som kommer jobbas med.

Olika utvärderingsmetoder fungerar bra (mörkgrön) vid olika typer av insatser

UTVÄRDERINGS- METOD ▶	SKRIVBORDS- ANALYS	OBSERVATION	ENKÄT	INTERVJU	ANVÄNDARE RAPPORTERAR
INSATS ▼					
TJÄNST					
TESTGRUPP					
NUDGING					
UTBILDNING					
KOMMUNIKATION	✗	✗	✗		

STEG 13

Hur ska vi praktiskt genomföra vår utvärdering? Gör en tidslinje med vad som behöver göras, när det ska göras och vem som ansvarar för vad.

registrera stickprov registrera
kollektivtrafik + insats (muntlig enkät) kollektivtrafik +
bilar i innerstan på stan bilar i innerstan

STEG 12

Vad ska vi specifikt titta på när vi utvärderar? Beteendeförändringar sker i steg, så vi behöver utvärdera i steg för att förstå hur långt vår insats nått! Tänk på att välja SMARTA mål.

SPECIFIKT
MÄTBART
ACCEPTERAT
REALISTISKT
TIDSATT

A) Sätt upp delmål som visar om insatsen rört sig steg för steg mot huvudmålet.

Delmål: människor ser + gillar infon
Delmål: människor mer positiva till kollektiv
Delmål: fler åker kollektivtrafik
Delmål: mindre bilar i innerstan

B) När har delmålen nåtts? Välj indikatorer (konkreta mått) för varje delmål!

Indikator: svarar så vid stickprov på stan
Indikator: svarar så vid stickprov på stan
Indikator: + 20 % (registreras i resesystemet) + plankare
Indikator: - 25% (registrerar genom trängselskatten)

Tex.

Delmål: 20 pers nyfikna på cykelkampanj
Indikator: 20 pers kommer på infoträff
Se Handboken sidan 30 för guide av delmål och indikatorer!

STEG 11

Se
Handboken
sidan 29

Hur säkerställer vi att utvärderingen blir tillförlitlig? Kryssa för de metoder som kommer användas.

- ☐ Kontrollgrupp
☒ Före- och efter mätning
☐ Annat