

**Sammendrag:**

# Mer aktiv transport blant barn – hvilke effekter har kampanjer?

TOI rapport 1310/2014  
Forfatter: Marika Kolbenstvedt  
Oslo 2014 95 sider

*Økt gang- og sykkelbruk blant barn er et mål for norsk samferdsels-, miljø- og helsepolitikk. Fysisk aktivitet er bra for barns utvikling, helse og læring. Lokale og nasjonale myndigheter og organisasjoner har gjennomført en rekke kampanjer for å få flere barn til å gå eller sykle til skolen. Likevel er det et godt stykke igjen til det konkrete målet om 80% aktiv transport er nådd. Transportplanseksjonen i Vegdirektoratet har derfor ønsket en gjennomgang av kunnskap om kampanjers effekter. I denne rapporten gjennomgås materiale fra kampanjer i ulike land som i noen grad har vært evaluert. Hovedinntrykket er at det er slående at en så omfattende aktivitet som kampanjer for aktiv skoleveg i så liten grad er systematisk evaluert. Det ser ut til at kampanjer fungerer best når de er koplet til fysisk forbedring, målene er realistiske, skolene får ressurser og de gjentas jevnlig. Kampanjer for aktiv skoletransport får ofte høy deltagelse, de kan vekke engasjement lokalt, sette fokus på temaet og bidra til tilrettelegging for gåing og sykling, noe som kan gi gode, langsiktige effekter for helse og miljø.*

## Fra trygg skoleveg til aktiv og sikker transport

Den første store nasjonale norske kampanjen relatert til barns skoleveg var *Aksjon skoleveg* som startet i 1979 – det Internasjonale barneåret. I 1970 ble 100 barn drept i trafikken, mens det i dag nesten ikke er noen barn under 15 år som dør i trafikken selv om trafikken er mangedoblet. På 1970-tallet lekte barn i gata og satt usikret i bilene. I dag er flere farlige steder utbedret, sikring av barn i bil er lovpålagt, barn går i barnehage, de oppholder seg på steder med mindre ulykkes- og skaderisiko, foreldre kjører barn til de ulike aktiviteter og helsevesenet har blitt bedre til å redde liv.

Aksjon skoleveg som fikk registrert farlige steder på skolevegen og bidro til oppmerksomhet om problemet har uten tvil bidratt til å nå målet om å redusere barneulykkene i trafikken. Aksjonen etablerte også kunnskap om barns reisevaner og aktiviteter, dvs en nødvendig basis for å vurdere effekter av tiltak.

Utfordringen i dag er at barn er for lite fysisk aktive og at flere barn er overvektige. Samfunnet har derfor på nasjonalt nivå satt opp mål for fysisk aktivitet og for ønsket omfang på aktiv transport. Mål for barn og unge er at:

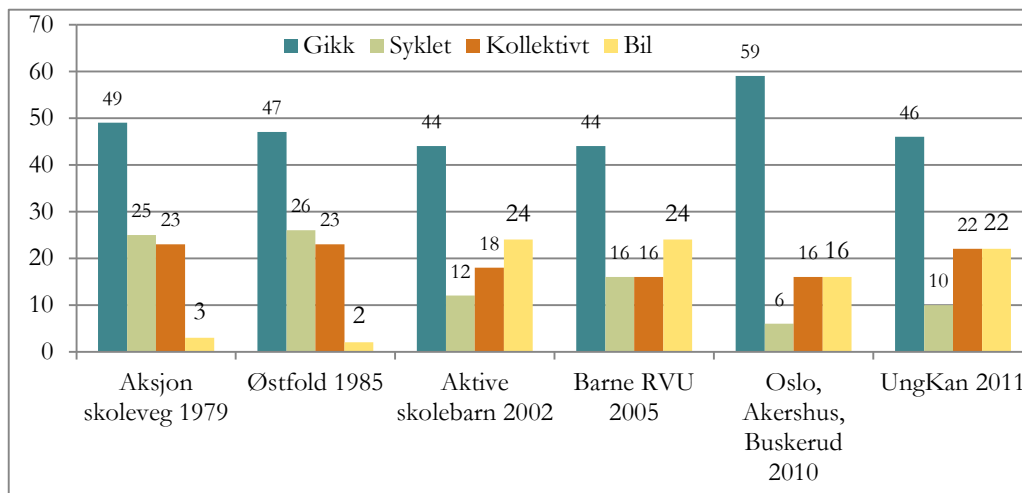
- De bør være fysisk aktive i minst 60 minutter pr dag. Intensiviteten bør minimum tilsvare rask gåing.
- 80% av barn og unge skal gå eller sykle til/fra skolen.

Målet for dagens kampanjer er derfor ikke bare trygge skoleveger, men aktiv og sikker transport. Dette er fastlagt i Nasjonal Transportplan (2014-2023).

## Aktiv transport er viktig for helse og miljø

Det er godt dokumentert at fysisk aktivitet har positive effekter. Det er også vist at aktiv transport i hverdagen kan gi et viktig bidrag til et ønsket aktivitetsnivå og virkninger av dette. I tillegg til dette kommer andre positive virkninger som at aktive transportformer som gåing og sykling er bra for miljø og klima og at det å mestre ting og klare å ta seg fram selv er viktig i barns utvikling til selvstendige individer. Siden mange grunnleggende holdninger og verdier utvikles i barndommen er det større sannsynlighet for å bli en voksen syklist hvis en fra tidlig av blir vant til å sykle.

Barns reisemønster både til skole og fritidsaktiviteter er endret. Kort sagt er det slik at færre barn i dag sykler og går til sine aktiviteter. I stedet blir de kjørt i bil. Den store endringen skjedde mellom 1985 og 2002. Andelen barn som ble kjørt i bil til skolen var 3% i 1979 og 1985, men har fra 2002 ligget på rundt 20%, se figur S1. Andelen barn som kjøres er større for de mindre barna og øker med avstand til skolen og skolevegens kvalitet (antall nødvendig kryssinger, andel uten fortau, farten på strekningene). Data fra 2011 tyder ikke på store endringer. Med data om barns reiser fra den nye nasjonale RVU (reisevaneundersøkelse) som pågår i 2014 vil endringer i andelen aktiv transport blant barn kunne vurderes med større sikkerhet.



Figur S1: Grunnskolebarns reisemåte til skolen fra 1979 til 2011. Prosent. Undersøkelsene fra 1979, 2005 og 2011 er nasjonale.

## Kjennetegn på kampanjer som har effekt

Prosjektet har gjennomgått et omfattende materiale om kampanjer. Mange av disse kampanjene har pågått i flere år og engasjert hundretusener av barn. Det er derfor slående i hvor liten grad man har undersøkt ulike effekter av kampanjene i forhold til målene. I rapporten gjennomgås kampanjer som i noen grad har vært evaluert. De effekter som oftest er rapportert er antallet deltagere og hvordan selve prosessen ble vurdert. Omfanget aktiv transport gjelder, der det er rapportert, oftest bare selve aksjonsperioden. Virkninger på barns atferd over lenger tid er lite undersøkt.

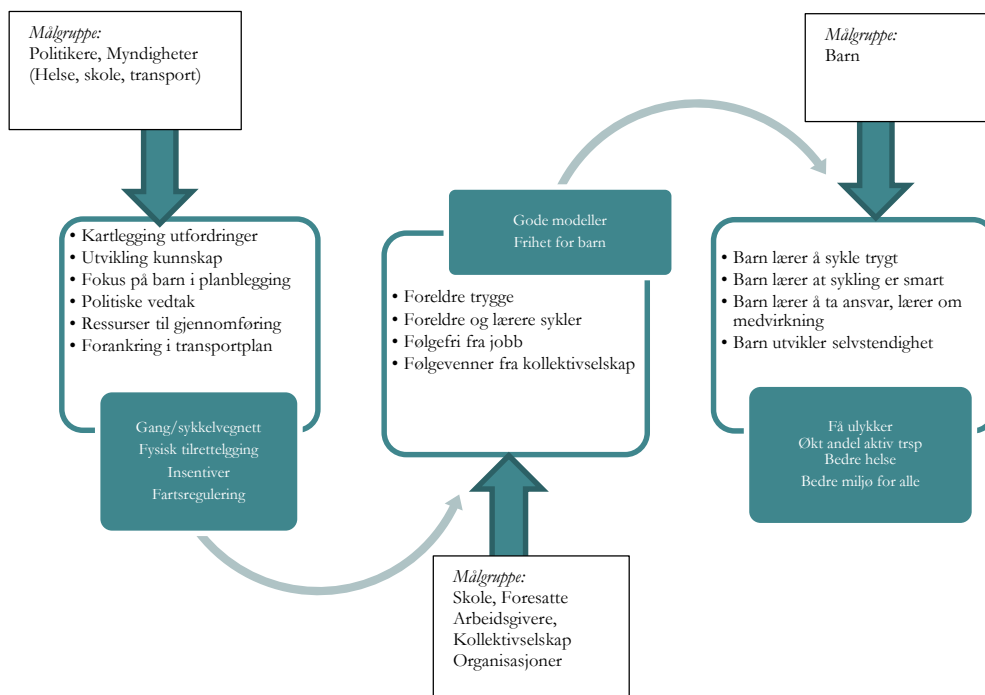
Det er krevende både å endre folks atferd og få fram en politikk som legger til rette for barns ferdsel, men det lar seg gjøre. Det trengs kunnskap om hva som kan motivere til aktiv transport og om hva ulike aktører kan bidra med. Kampanjer kan gi kunnskap om barns hverdag som grunnlag for infrastrukturiltak og andre faktiske forbedringer av skoleveg og nærmiljø. Noen lærdommer fra tidligere kampanjer er at:

- Atferdsendringer er lettest å få til hvis man kopler «myke» og «harde» virkemidler, dvs både holdningspåvirkning og fysiske forbedringer.
- Slike koplinger er lettere å få til om kampanjeaktiviteten framstår som en integrert del av en transportplan, mobilitetsstrategi eller helsestrategi.
- Koplinger mellom nasjonalt initierte program med ressurser og lokale agenter og arenaer synes å fungere bra. Lokale tiltak fungerer bedre enn nasjonale.
- Kommunikasjonsrelaterte tiltak starter før infrastrukturtiltak og fortsetter over tid. Særlig gjelder dette for endringer som kan oppleves som negative, f eks restriksjoner på biltrafikk og parkering ved skolene.
- Man klarer å utvikle en kollektiv identitet (Lilleby er Norges sykkelby, Nyskolen er kommunens klimaskole osv).
- Løpende synliggjøring av resultat under kampanjen (avstand syklet, CO<sub>2</sub> mengder spart osv) øker engasjement og sjansen for å oppnå resultat.
- Det offentlige rom brukes på en kreativ måte med plakater og posters for å skape bevissthet om tema og mål.
- Langsiktighet, med gjentakelser år etter år, øker sjansene for suksess og gjør det lettere å legge de årlige mål og forventninger på et realistisk nivå.

Kampanjer har dessuten ofte en verdi i seg selv, som et positivt element i skolehverdagen, både for elever og lærere.

## Kampanjer må koples til andre tiltak

Studier av kampanjer både for miljø og sikkerhet viser at en forutsetning for suksess er at kampanjen kombineres med supplerende tiltak og at de involverte aktører jobber godt sammen fra topp til bunn. Figur S2 gir et bilde av aktører og aktiviteter som må spille sammen for å få effekter.



Figur S.2: En skisse over sammenhenger mellom faktorer av betydning for barns trygge og aktive skoletransport – et grunnlag for å definere målgrupper og sette opp effektmål.

Det er nødvendig å få med *politikkerne og forvaltning* for å etablere et eierskap til resultatene. Uten dette er det vanskelig å sikre ressurser i forkant, til gjennomføringen av kampanjen og til de konkrete forbedringer på skolevegen som kanskje trengs. Kampanjer har størst effekt der lærerne har vært aktive i forhold til foresatte og elever, og der rektor har vært en aktiv pådriver i forhold til lærerne. *Skolene* må sikres ressurser for å gjennomføre de tilleggsaktiviteter den aktuelle kampanjen krever. Å tilby eget kampanjepersonell som gjør jobben, sørge for at lærerne får bistand f.eks. av sykkelinstruktører, kompensasjon for innsatsen og faglig påfyll er virkemidler som øker sannsynligheten for å nå målene. Både *miljø-, helse- og idrettsorganisasjoner* er aktuelle samarbeidspartnere.

*De foresattes rolle* må ikke undervurderes. De er barnets viktigste modeller. Det er nødvendig å øke foreldrenes forståelse for hvor viktig det er at de sykler og går sammen med barna, dvs. lar bilen stå. Stramme tidsskjemaer og utrygg skoleveg er de vanligste forklaringer på at en kjører barna. Andre grunner er at de foresatte vil sikre seg at barna kommer i tide, at de faktisk kommer fram til skolen og at de vil unngå mobbing på skolevegen. Foreldrene oppgir engstelse for barna uavhengig av hva slags trafikkmiljø barna ferdes i. Man må derfor:

- Registrere og sikre farlige steder på skolevegen.
- Finne tiltak som gjør at de foresatte får tid til å følge barna (gi småskolebarns foresatt «gåfri» for å følge barna, jf «ammefri»).
- Finne ordninger for skoledagen og materialbehovet som gjør at barn ikke må ta alle bøker med seg hver dag.
- Utvikle offentlige følgeordninger som kan fungere som gående skolebusser på steder der slike ikke er i funksjon.
- Kartlegge hvilke andre ting som gjør at foreldre kjører barna med sikte på å kunne utvikle tiltak mot disse.
- Få fram at det å følge barna også er bra for de foresattes helse

## Kampanjer må evalueres

I forhold til den store innsats som legges i kampanjer for å øke andelen barn som går og sykler til skolen, er det gjennomført få systematiske evalueringer av konkrete effekter på transportatferd, helse eller ulykkesrisiko. Forklaringer til dette er både at effektene først kommer på lang sikt, at mange faktorer virker inn på barns atferd og at en ikke kan forvente at skoler og kommuner skal ha ressurser til dette i tillegg til selve kampanjeaktiviteten.

Det bør derfor gis nasjonal støtte til dette. En statlig forsøksordning, slik den Samferdselsdepartementet hadde for kollektivtransport, er en mulig modell. Støtten ble først utbetalt etter at reisevaner og brukernes vurdering av tiltaket var evaluert etter gitte maler. Med dette kunne data om ulike forsøk samles i en nasjonal database og en fikk et stort nok datagrunnlag til å måle effekter av ulike tiltak. En tilsvarende ordning finnes i Danmark der prosjekter som får støtte fra Cykelpuljen skal gjennomføre en evaluering. Evalueringsopplegget er et kriterium for valg av prosjekter.

Siden det fins relativt lite kunnskap om effekter av kampanjer rettet mot å øke aktiv transport blant barn, er det ønskelig at i hvert fall en del av de kampanjer som gjennomføres framover blir evaluert og at man gjør det på en ensartet måte. Å kople et krav om evaluering til kampanjer som får ressurser til nødvendig materiale og personale som støtter arbeidet på skolene, burde ikke være urealistisk.