



**Dobre prakse uvajanja
trajnostne mobilnosti
v podjetjih in ustanovah**

Zbornik: Dobre prakse uvajanja trajnostne mobilnosti v podjetjih in ustanovah

Naziv projekta: Trata 2.1 - Trata, industrijska cona za 21. stoletje

Vodilni partner: Občina Škofja Loka

Projektni partnerji: Razvojnna agencija Sora d.o.o.,

IPoP - Inštitut za politike prostora,

CIPRA Slovenija, društvo za varstvo Alp,

CIPRA International,

Knauf Insulation d.o.o.,

LTH Castings d.o.o.,

SIBO G d.o.o.

Avtorji: Katarina Žemlja, Dijana Čatakovič, CIPRA Slovenija

V sodelovanju z vsemi partnerji projekta Trata 2.1

Lektoriranje: Tadej Turnšek

Oblikovanje: Živa Smole, Kamenbron

Ljubljana, avgust 2023

Zbornik je izšel v okviru projekta **Trata 2.1, industrijska cona za 21. stoletje** v sklopu katerega se zaposlene spodbuja k spremembi potovalnih navad in povečuje število prihodov na delo na trajnosten način ter s tem prispeva k ublažitvi podnebnih sprememb. **Projekt Trata 2.1** sofinancirajo Islandija, Lihtenštajn in Norveška s sredstvi Finančnega mehanizma EGP v višini cca 1,1 milijona evrov (več na www.eeagrants.si).

Ta zbornik je nastal s finančno podporo Finančnega mehanizma EGP. Za vsebino tega zbornika je odgovoren izključno konzorcij partnerstva Trata 2.1 in zanj v nobenem primeru ne velja, da odraža stališča Nosilca programa Blaženje podnebnih sprememb in prilagajanje nanje.

Seznam uporabljenih fotografij:

Fotografija na str. 5: avtor Nicolas J Leclercq, Unsplash.

Fotografija na str. 6: avtor Samo Kham, arhiv Trata 2.1.

Fotografija na str. 7: avtor Daniel Abadia, Unsplash.

Fotografija na str. 8: avtor Scott Graham, Unsplash.

Fotografija na str. 9: avtor Samo Kham, arhiv Trata 2.1.

Fotografija na str. 10: s strani <https://en.mobalt.ch/>.

Fotografija na str. 11: avtor Samo Kham, arhiv Trata 2.1.

Fotografija na str. 12: arhiv Haberkorn.

Fotografija na str. 13: avtor Egor Myznik, Unsplash.

Fotografija na str. 14: avtor Martin Magnemyr, Unsplash.

Fotografija na str. 15: avtor Mediocre Studio, Unsplash.

Fotografija na str. 16: avtor Bruce Mars, s strani Unsplash.

Fotografija na str. 17: arhiv California State University Channel Islands.

Fotografija na str. 18: avtor John Matychuk, Unsplash.

Kazalo

Uvodnik	4
1. Sistemi nagrajevanja in spodbud	5
1.1. Mobilnostni zajtrk	5
1.2. EcoPoints oz. eko točke	6
1.3. Nadomestilo za javni potniški promet	7
2. Ozaveščanje	8
2.1. Mobilnostni paket za nove zaposlene	8
2.2. Mobilnostni manager oz. mobilnostna ekipa	9
2.3. Personalizirana aplikacija	10
3. Promocija kolesarjenja na delo in izboljšanje infrastrukture	11
3.1. Nakup kolesa preko podjetja	11
3.2. Izposoja službenih koles	12
3.3. Brezplačen pregled in popravilo kolesa	13
3.4. Izboljšanje infrastrukture in opreme za kolesarje in pešce	14
4. Javni potniški promet	15
4.1. Delavski avtobusi	15
4.2. Politika službenih potovanjih	16
5. Alternative individualni vožnji z avtomobilom	17
5.1. Sopotništvo (angl. <i>carpooling</i>)	17
5.2. Upravljanje s parkirnim prostorom	18
6. Informacije o podjetjih in ustanovah	19

Uvodnik

Zbornik *Dobre prakse uvajanja trajnostne mobilnosti v podjetjih in ustanovah* je nastal v okviru projekta **Trata 2.1, industrijska cona za 21. stoletje**, v sklopu katerega se zaposlene spodbuja k spremembi potovalnih navad in povečuje število prihodov na delo na trajnosten način ter s tem prispeva k ublažitvi podnebnih sprememb.

V zborniku je predstavljenih in opisanih 14 dobrih praks ukrepov za trajnosten prihod na delo, ki jih že uporabljajo v tujini. Že delujoče konkretne primere, ki podjetjem, organizacijam, inštitutom ter lokalnim in državnim oblastem v avstrijski regiji Predarlaska, Lihtenštajnu in Švici pomagajo pri zmanjševanju ogljičnega odtisa, želimo prenesti v slovensko okolje. Zbornik prikazuje, kako lahko na številne raznolike načine podpremo in spodbudimo zaposlene, da se odločijo na delo priti peš, s kolesom, z javnim potniškim prometom ali v sopotništvu.

Tako zainteresirani posamezniki in organizacije kot tudi podjetja, ustanove in druge inštitucije si prizadevamo zmanjšati izpuste toplogrednih plinov in s tem prispevati k blaženju podnebnih sprememb. Zaradi velike odvisnosti od fosilnih goriv je v Sloveniji prav promet sektor z najvišjimi izpusti toplogrednih plinov (32 % vseh emisij in 50 % emisij v sektorju, ki ne sodi v sistem ETS/trgovanja z emisijami) in najvišjim deležem rabe končne energije (38 %), zato je sprememba potovalnih navad zaposlenih pomemben korak k zmanjševanju ogljičnega odtisa podjetij.

Trajnosten prihod na delo poleg varstva okolja prispeva tudi k skrbi za zdravje, dobro počutje in nižje stroške zaposlenih. Številne študije dokazujejo, da zmerna aktivnost pri prihodu na delo prispeva k zmanjšanju bolniške odsotnosti.

Poleg omenjenih kvantitativnih motivov pa ima trajnostna mobilnost, še posebej aktivna mobilnost (hoja in kolesarjenje), številne kvalitativne prednosti, kot so povečano zadovoljstvo in boljša medsebojna povezanost zaposlenih, manj stresa in s tem boljše duševno zdravje zaposlenih ter pozitivna podoba podjetja v javnosti.

Spodbujanje uporabe alternativ samostojni vožnji z osebnim avtomobilom je pomembno tudi z vidika socialne pravičnosti.

Pri uvajanju ukrepov je ključno tudi to, da delodajalci oziroma vodstvo podjetja, zavoda ali organizacije ponotranjijo vrednote trajnostne mobilnosti in za prihod na delovno mesto uporabljajo oblike trajnostne mobilnosti. Zgled je vedno učinkovitejši kot besede.



V podjetju smo izračunali, da z vsoto razdalj od doma do službe vseh zaposlenih ter z dnevnimi migracijami med posameznimi obrati letno naredimo toliko kilometrov, da bi lahko skoraj štirikrat obkrožili zemeljsko oblo. Takrat smo načrtno začeli uvajati ukrepe spodbujanja trajnostne mobilnosti za prihod na delo.

– Katharina Schön, Blum



Kriterij:

Strošek	do 10.000 € ●○○	10.000–20.000 € ●●○	več kot 20.000 € ●●●
Delovna obremenitev	malo dela ●○○	srednje veliko dela ●●○	veliko dela ●●●
Učinkovitost ukrepa	rezultati so bili vidni takoj ●●●	rezultati so postali vidni po nekaj mesecih ●●○	rezultati so postali vidni šele čez precej časa ●○○



1. Sistemi nagrajevanja in spodbud

1.1. Mobilnostni zajtrk

Osnovna ideja je, da zaposleni, ki na delo pridejo **s kolesom** ali **drugimi oblikami trajnostne mobilnosti**, na določen dan prejmejo **brezplačen zajtrk**. Tako podjetja oz. ustanove ne spodbujajo samo trajnostnega prihoda na delo, ampak hkrati tudi nagradijo tiste, ki na delo že prihajajo trajnostno, bodisi s kolesom, peš ali z javnim potniškim prometom (ponekod v to štejejo tudi sopotništvo). Na dnevih brezplačnega zajtrka se tako poveča prepoznavnost pobude podjetij oz. drugih ustanov, obenem pa so ti dogodki tudi priložnost za izmenjavo idej in izkušenj med zaposlenimi in vodstvom.



Namig: Da bo vaš ogljični odtis še manjši, ponudite sezonsko, lokalno in ekološko hrano, zajtrk pa postrezite v embalaži za večkratno uporabo.

Primer Haberkorn

Strošek:

do 10.000 €



Delovna obremenitev:

srednje veliko dela



Učinkovitost ukrepa:

rezultati so bili vidni takoj



Ciljna skupina:

kolesarji, pešci, uporabniki javnega potniškega prometa, uporabniki sopotništva

Enkrat na teden podjetje Haberkorn ponudi vsem zaposlenim, ki pridejo **vsaj trikrat** tedensko na delo **trajnostno**, brezplačen mobilnostni **zajtrk**. Ta vključuje kavo, rogljiček in kosmiče. Organizirajo ga od marca do poletnih počitnic.

Enkrat letno pa vzporedno z mobilnostnim zajtrkom ves teden igrajo tudi **mobilnostno loterijo**. Pri tem sodelujejo vsi zaposleni. Vsak dan naključno izžrebajo enega zaposlenega, ki lahko prejme denarno nagrado. Edini pogoj je, da je ta dan na delo prišel trajnostno – če ni, se denarna nagrada prenese v naslednji žreb oz. dan in je posledično višja.



Po začetku uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti se je število zaposlenih, ki na delo prihajajo trajnostno povečalo za dodatnih 10 odstotkov (iz 40 na 50 odstotkov).

Izvedba ukrepa:

Pomembna je terminska uskladitev z **vodstvom podjetja**, ki je enkrat letno **prisotno** na mobilnostnem zajtrku in mobilnostni loteriji in zaposlene tudi nagovori. Na zajtrk so povabljeni vsi zaposleni po različnih komunikacijskih kanalih (**dobra promocija** je pomembna). **Nagrade** mobilnostne loterije so predane osebno, fotografija nagrajenca je kasneje objavljena na intranetu.

Obveščanje zaposlenih:

interna komunikacija (intranet), letaki, oglasni panoji v podjetju.

Koristi za delodajalca:

utrditev kulture trajnostnega prihoda na delo, krepitev povezanosti zaposlenih in podjetja oz. boljše delovno vzdušje, dobra promocija in privlačnejši zaposlovalec.

Koristi za zaposlene:

brezplačen zajtrk, boljša socialna povezanost s sodelavci in posledično več zadovoljstva pri delu, možnost osvojitve denarne nagrade, nižji stroški prihoda na delo.



1.2. EcoPoints oz. eko točke

EcoPoints je sistem oz. **aplikacija**, ki beleži način prihoda na delo in omogoča **zbiranje točk** za **trajnosten način** prihoda na delo. Vgrajena je v službeni sistem registracije prihoda delavcev na delo. Ob prihodu se zaposlenim na ekranu pojavi vprašanje, na kakšen način so tistega dne prišli na delo. Delavci označijo, ali so prišli peš, s kolesom, avtobusom, vlakom, v sopotništvu ali sami v avtomobilu. Glede na izbiro prejmejo določeno število točk, ki jih zbirajo vse leto. Točke potem unovčijo tako, da si izberejo **nagrado** iz kataloga ponudbe. Delodajalci imajo vnaprej sklenjen dogovor s ponudniki storitev, ki so navedeni v katalogu.

Nagrade so zelo različne in premišljene – od tistih bolj osnovnih, na primer možnosti za nakup lokalnega zelenjavnega zaboječka okoliškega kmeta, do vikend oddiha v toplicah. Na tak način se vzpodbudi motivacijo in zadovolji potrebe raznolikih posameznikov.

Gre za sistem, ki vsakodnevno motivira zaposlene za aktivno oz. okolju prijaznejšo pot na delo. Nekatera podjetja omogočajo tudi pretvorbo točk v denar, vendar samo do določene zneska mesečno.

Primer Haberkorn in Blum

Strošek: do 10.000 € ●○○	Delovna obremenitev: srednje veliko dela ●●○	Učinkovitost ukrepa: rezultati so vidni čez nekaj mesecev ●●○	Ciljna skupina: kolesarji, pešci, uporabniki javnega potniškega prometa, uporabniki sopotništva
---------------------------------------	---	--	---

Zaposleni enkrat dnevno označijo svoj način **prihoda na delo** – bodisi ob registraciji na delovnem mestu ali v spletni aplikaciji EcoPoints. Kadar koli zaposleni na delo pridejo s kakšno izmed oblik **trajnostne mobilnosti**, kot nagrado prejmejo določeno število **eko točk**. Točke so sestavljene iz osnovnega zneska za neuporabo parkirnega mesta in števila kilometrov, ki jih je zaposleni prevozil oz. prehodil na svoj poti. Večinoma ustrezajo približno enemu evru za vsak trajnosten prihod (razlikujejo se med podružnicami), njihovo število pa se v primeru **slabega vremena podvoji**. Vnesenih informacij podjetje ne preverja, ampak zaupa podatkom, ki jih navedejo zaposleni. Hkrati se zanašajo tudi na »družbeni pritisk«, saj so podatki o načinu prihoda vidni vsem zaposlenim. Občasno vseeno okvirno preštejejo število parkiranih vozil na parkirišču in primerjajo številko z vnosi v sistemu. Zaposleni svoje **zbrane točke** in »trgovino« z izdelki in storitvami najdejo na spletni strani EcoPoints, ena oseba v podjetju pa je odgovorna za izdajanje **bonov**. Določena je tudi zgornja meja možnih zbranih točk (v podjetju Haberkorn na 200 evrov letno, eko točke pa lahko zaposleni zbirajo le v primeru, da ne koristijo ugodnosti delnega povračila letne vozovnice za javni potniški promet).

Izvedba ukrepa:

Preveriti je treba možnost **integracije** sistema EcoPoints v obstoječi sistem registracije prihoda na delovno mesto. Določiti je treba **osebo**, ki bo **odgovorna za aplikacijo** – za njeno predstavitev, izvedbo izobraževanja za nove zaposlene ter izdajanje bonov iz spletnega kataloga. Vzpostaviti je treba tudi programsko opremo in zbrati podatke o zaposlenih, izvesti **promocijske aktivnosti** za zaposlene ob vzpostavitvi aplikacije v podjetju, pripraviti **katalog izdelkov in storitev**, ki jih uporabnik lahko dobi v zameno za trajnostne točke, pripraviti pogodbe z izvajalci in podobno.

Obveščanje zaposlenih:

Ob vzpostavitvi so bili izdelani letaki in plakati ter izvedena promocija po internem komunikacijskem kanalu (intranetu). Vsak novi zaposleni je obveščen o sistemu beleženja prihoda in prednostih trajnostnega prihoda.

Koristi za delodajalca:

Manj prihodov z osebnim avtomobilom, manj potrebnih parkirnih mest, manjši stroški vzdrževanja parkirnih mest, manj bolniških odsotnosti zaradi aktivnega prihoda na delo, večje zadovoljstvo zaposlenih in večji občutek pripadnosti podjetju.

Koristi za zaposlene:

večja pripadnost podjetju, povečana motivacija za trajnosten prihod na delo zaradi sistema nagrajevanja, izboljšanje zdravja (v primeru kolesarjenja in hoje), nižji stroški prihoda na delo, pozitiven tekmovalni duh med zaposlenimi (primerjava točk).



Blum: Pred začetkom uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti je na delo trajnostno prihajalo 38 odstotkov zaposlenih, danes pa jih na ta način prihaja 47 odstotkov.

Haberkorn: Po začetku uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti se je število zaposlenih, ki na delo prihajajo trajnostno povečalo za dodatnih 10 odstotkov (iz 40 na 50 odstotkov).



1. 3. Nadomestilo za javni potniški promet

V tujini delodajalec ni obvezno dolžan povrniti stroškov za prihod na delo, zato si zaposleni sami krijejo potne stroške za prihod in odhod z dela. Delodajalci, ki želijo svoj ogljični odtis zmanjšati na račun trajnostnih prihodov na delo, zato svojim zaposlenim ponudijo možnost **delnega ali celotnega vračila nakupa vozovnice** za javni potniški promet.

Zaposleni, ki na delo prihajajo trajnostno, tako dobijo spodbudo oz. nagrado v obliki delnega povračila cene vozovnice za javni potniški promet.

Primer Lihtenštajnska državna uprava

Strošek:

do 10.000 €



Delovna obremenitev:

malo dela



Učinkovitost ukrepa:

rezultati so bili vidni takoj



Ciljna skupina:

vsem zaposlenim

Zaposlene v državni upravi, ki na delo prihajajo z **javnim potniškim prometom**, nagradijo tako, da jim **povrnejo 50 odstotkov** dokazanih stroškov javnega potniškega prometa. Za povračilo je določen tudi letni maksimum, ki znaša 700 švicarskih frankov. Financiranje delnih povračil za javni prevoz je zagotovljeno s **prihodki od upravljanja parkirnih mest**. Državni proračun Kneževine Lihtenštajn s tem ni obremenjen.

V Lihtenštajnu povračilo potnih stroškov za prihod na delo za delodajalca ni obvezno, kot je to zakonsko predpisano v Sloveniji. Pri nas bi prakso lahko prenesli npr. tako, da bi **dvojno povrnili prevoz na delo**, v kolikor bi bil ta trajnosten. Delavec bi dobil povrnjene zakonsko določene stroške prevoza, ob tem pa še stimulacijo za trajnosten prihod na delo oz. za zmanjševanje ogljičnega odtisa podjetja.



Leta 2008 je trajnostno prihajalo na delo 27,5 odstotkov državnih uslužbencev, s spodbujanjem trajnostne mobilnosti in uvajanjem različnih ukrepov pa se je ta delež do leta 2021 povečal na 46 odstotkov.

Izvedba ukrepa:

analiza stanja prihodov na delo, uvrstitev ukrepa v Odllok o upravljanju mobilnosti zemljišč, **promocija ukrepa** med zaposlenimi in **preverjanje učinkovitosti**.

Obveščanje zaposlenih:

po elektronski pošti in z letaki, obešenimi po poslovnih prostorih.

Koristi za delodajalca:

manj potrebnih parkirnih mest, manjša utrujenost zaposlenih (ni stresne vožnje), manj stroškov vzdrževanja parkirnih mest, več prostora za širjenje, dobra promocija (nižji ogljični odtis, večja trajnostnost), večja privlačnost zaposlovalca.

Koristi za zaposlene:

delno povračilo stroškov prihoda na delo, nestresen prihod na delo, neplačilo parkirnine, manjši ogljični odtis.



2. Ozaveščanje

2.1. Mobilnostni paket za nove zaposlene

Ob zaposlitvi posameznik prejme individualiziran **informacijski in motivacijski paket**, ki vsebuje vse potrebne informacije za trajnosten prihod na delo. Paket običajno zajema tudi že **izračunano primerjavo časa**, potrebnega za prihod z različnimi oblikami mobilnosti. Priporočljivo je izpostaviti tudi, kakšen delež dnevnega gibanja, potrebnega za zdrav življenjski slog, bi posameznik že opravil, če bi na delo prišel ali z dela odšel peš ali s kolesom (tudi e-kolesom).

Pomemben je **osebni pristop** do zaposlenih, saj se lahko vsak posameznik sooča z različnimi ovirami in omejitvami pri izboljševanju svojih potovalnih navad.

V sklopu mobilnostnega paketa imajo lahko zaposleni na voljo tudi **individualno svetovanje**, pri katerem mobilnostni manager odgovarja na morebitna vprašanja in izzive, s katerimi se srečujejo zaposleni, lahko pa je omogočeno tudi svetovanje zunanjih partnerjev – npr. usmerjanje delavcev k primernim kontaktnim osebam prevoznikov. Znano je namreč, da ima posameznik pri nakupu avtomobila ogromno individualnih možnosti za svetovanje, pri opciji javnega potniškega prometa pa tega ni. Novi zaposleni so običajno **bolj odprti za nove stvari**, zato je pomembno, da je trajnosten prihod spodbujan že od samega začetka zaposlitve.

Primer Lihtenštajnska državna uprava

Strošek:
do 10.000 €
●○○

Delovna obremenitev:
srednje veliko dela
●●○

Učinkovitost ukrepa:
rezultati so bili vidni takoj
●●●

Ciljna skupina:
vsi na novo zaposleni

Vsak novi zaposleni dobi **brošuro s personaliziranimi možnostmi trajnostnega prihoda** na delo in **odhoda** z dela. V brošuro so vključeni **zemljevid kolesarskih poti** od njegovega bivališča do mesta zaposlitve, vse možnosti **javnega potniškega prometa** z **voznimi redi** avtobusov in vlakov (ure odhoda in prihoda so že označene in prilagojene glede na to, kdaj posameznik pričinja in zaključuje z delom). Vodja oddelka za upravljanje mobilnosti vsakemu novemu zaposlenemu na vnaprej pripravljeni in personalizirani predstavitvi še dodatno predstavi možnosti trajnostnega prihoda na delo in **prednosti mehke mobilnosti** ter novo zaposlene **nagovori** k trajnostnemu prihodu.

Hkrati je vodja oddelka za upravljanje mobilnosti vsak prvi delovni dan novega meseca eno uro na voljo novim sodelavcem za osebno svetovanje in pomoč.



Leta 2008 je trajnostno na delo prihajalo 27,5 odstotkov državnih uslužbencev, s spodbujanjem trajnostne mobilnosti in uvajanjem različnih ukrepov pa se je ta delež do leta 2021 povečal na 46 odstotkov.

Izvedba ukrepa:

opredelitev ukrepov spodbujanja trajnostne mobilnosti, **priprava voznih redov, kolesarskih zemljevidov** ipd., izvedba **usposabljanja odgovornih oseb** (predvsem glede procesa nakupa vozovnic, voznih redov, izdelave personaliziranih mobilnostnih paketov, prednostih trajnostnega prihoda na delo), priprava prezentacije in **predstavitve mobilnostnega paketa zaposlenim** ter **evalvacija uspešnosti integracije**.

Obveščanje zaposlenih:

osebni pristop – 30-minutna predstavitve, natisnjene brošure in mobilnostni paketi, pošiljanje mobilnostnega paketa zaposlenim po elektronski pošti.

Koristi za delodajalca:

boljši dostopnost in privlačnost lokacije, manjši ogljični odtis in manj potrebnih parkirnih mest ter posledično nižji stroški vzdrževanja, če novi zaposleni na delo prihaja trajnostno, izboljšana podoba podjetja oz. ustanove.

Koristi za zaposlene:

ponujene alternativne možnosti prihoda na delo in odhoda z dela na enem mestu, sproščeno potovanje brez stresa z javnim prometom, kolesom ali peš, vključno s finančno nagrado (glej ukrep 1.3. Nadomestilo za javni potniški promet).



2.2. Mobilnostni manager oz. mobilnostna ekipa

Mobilnostni manager je oseba, ki se v podjetju oz. ustanovi ukvarja z upravljanjem mobilnosti – je **koordinator za področje trajnostne mobilnosti**. Glavna naloga je **spremenjanje** in upravljanje **potovalnih navad zaposlenih**, da so te čim bolj trajnostne. Poleg organizacije in promocije trajnostnega prihoda na delo in odhoda z dela med njegove naloge spada tudi spodbujanje **trajnostnih službenih potovanj**.

Običajno gre za uvedbo novega delovnega mesta, večinoma je izbrana oseba povezana z oddelkom zdravja in varstva pri delu. Mobilnostni manager je **osrednja točka za vse mobilnostne aktivnosti**, ki jih posledično zaradi jasne koordinacije lažje izvaja. V večini primerov mobilnostnega managerja podpira tudi **mobilnostna ekipa**, ki mu pomaga pri organizaciji določenih dogodkov, kampanjah in razvoju strategije trajnostnega razvoja, ki postaja stalnica poslovnih strategij.

Primer Haberkorn

Strošek:

10.000–20.000 €



Delovna obremenitev:

srednje veliko dela



Učinkovitost ukrepa:

rezultati so vidni po nekaj mesecih



Ciljna skupina:

vsi zaposleni

Izvajanje ukrepov, povezanih s trajnostno mobilnostjo, je uspešnejše, če je določena odgovorna oseba zanj. Mobilnostni manager tako skrbi za **redno izvajanje** vseh **trajnostnih ukrepov** znotraj podjetja. Ker ima podjetje večje število zaposlenih, pri delu mobilnostnega managerja podpira tudi **mobilnostna ekipa**. Njeni člani skrbijo, da so ukrepi trajnostne mobilnosti prilagojeni potrebam zaposlenih, in so hkrati tudi **kontaktna točka** za vsa vprašanja in predloge za izboljšave. Vodjo mobilnosti oz. mobilnostnega managerja določi vodstvo podjetja. Pri promociji ukrepov jim pomagajo tudi **mobilnostni aktivisti**, ki so »most« med zaposlenimi in vodstvom oz. mobilnostno ekipo, saj gre za zaposlene z različnih oddelkov, ki na delo prihajajo trajnostno ter pomagajo pri ozaveščanju in promovirajo trajnosten prihod na delo.

Redno tudi **preverjajo uspešnost** izvajanja ukrepov – na določene dneve (npr. vsak torek v mesecu, v vseh izmenah) preštejejo avtomobile na parkirišču ter izvedejo analizo stanja, ki zaobjema vsaj oddaljenost kraja bivanja zaposlenih od delovnega mesta in način njihovega prihoda na delo.



Po začetku uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti se je število zaposlenih, ki na delo prihajajo trajnostno povečalo za dodatnih 10 odstotkov (iz 40 na 50 odstotkov).

Izvedba ukrepa:

Določiti je treba mobilnostnega managerja – osebo, ki pozna področje trajnostne mobilnosti in tudi sama na delo prihaja s trajnostnimi prevoznimi sredstvi, je komunikativna, inovativna in odprta za nove predloge. Mobilnostni manager se po potrebi **udeležuje izobraževanj** in dela analize stanja. Predlaga smotrne **ukrepe za izboljšanje stanja**, ki jih potem implementira in promovira skupaj z mobilnostno ekipo in mobilnostnimi aktivisti. Pomembno je **preverjanje uspešnosti** izvajanja ukrepov.

Obveščanje zaposlenih:

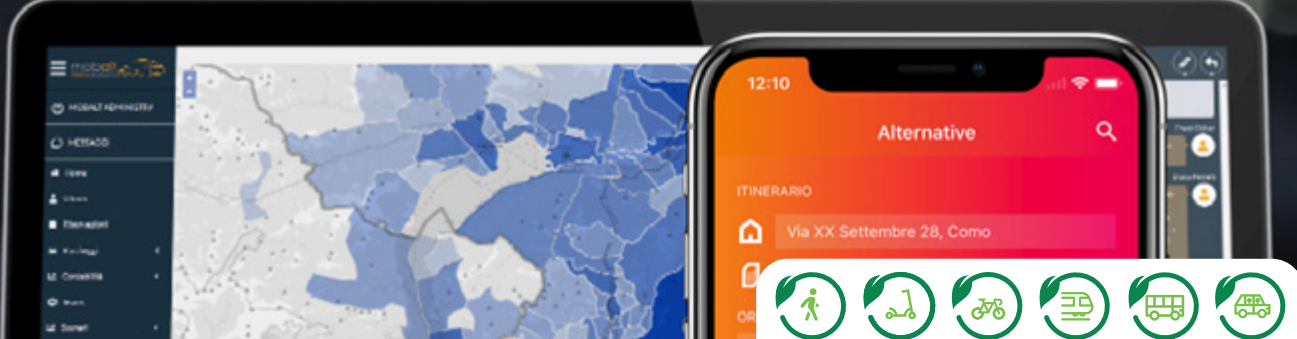
interna komunikacija v podjetju (intranet), letaki, oglasni panoji v podjetju.

Koristi za delodajalca:

bolj privlačen zaposlovalec, izboljšana podoba podjetja oz. ustanove, boljša dostopnost in privlačnost lokacije, manjši ogljični odtis, zaposleni pridejo bolj spočiti ker ni stresne vožnje, bolj zadovoljni delavci.

Koristi za zaposlene:

dostopnost informacij o mobilnosti na enem mestu, nižji stroški prihoda na delo, prihranek pri ceni parkiranja, bolj sproščen prihod na delo, dodatna motivacija in ugodnosti (nagradne igre ipd.).



2.3. Personalizirana aplikacija

Aplikacije pomagajo zaposlenim, da lažje in hitreje dobijo **informacije o trajnostnih alternativah** za prihod na delo. Običajno so prilagojene glede na potrebe in ponujene možnosti posameznih podjetij ali ustanov.

Zaposlenim omogočajo enostavno **primerjavo** med različnimi možnostmi trajnostne mobilnosti. Lahko omogočajo tudi **nakup vozovnic** za javni potniški promet, **rezervacijo** službenih koles, **sopotništvo** in **komunikacijo** z ostalimi uporabniki.

Industrijska cona San Martino in aplikacija Mobalt

Strošek:
nad 20.000 €
●●●

Delovna obremenitev:
srednje veliko dela
●●○

Učinkovitost ukrepa:
rezultati so postali vidni po nekaj mesecih
●●○

Ciljna skupina:
vsi zaposleni

V industrijski coni San Martino na jugu Švice je zaposlenih več kot 5.000 oseb, ki so na delo večinoma prihajale z osebnimi avtomobili, saj so bile infrastruktura in povezave z javnim potniškim prometom, predvsem za čezmejne delavce, slabe. Primanjkovalo je tako imenovanih rešitev za zadnji kilometer, v času konic pa je prihajalo do zastojev.

V podjetju Mobitrends so na območju industrijske cone začeli s pilotnim projektom, v katerega se je vključilo več kot 50 podjetij oz. 3.200 zaposlenih. Z **akcijo »Pripelji svojega prijatelja«** so začeli s **spodbujanjem sopotništva**. Področje delovanja so nato še razširili in dodali tudi »shuttle buse« oz. **delavske avtobuse**, ki vozijo na petih različnih linijah (vozijo 2–3-krat dnevno). Nekatera podjetja so ob tem uvedla še strogo **parkirno politiko** – zmanjšanje parkirnih mest, brezplačno parkirišče samo za vozila s tremi ali več potniki ipd. **Vse trajnostne mobilnostne možnosti** so bile zaposlenim **na voljo na enem mestu**, v aplikaciji **Mobalt**. V aplikaciji lahko posamezniki najdejo najboljšo trajnostno alternativo osebnemu avtomobilu; aplikacija omogoča **nakup vozovnice za javni potniški promet** in personalizirane možnosti za posamezno podjetje oz. industrijsko cono – ti lahko dodajo **vozni red** delavskih avtobusov, možnosti **sopotništva**, rezervacijo parkirnih mest pred podjetjem, **rezervacijo službenih koles** ipd. V času izvajanja projekta so potekale tudi promocijske aktivnosti, kot so mobilnostni **jackpot** in kvizi s simboličnimi nagradami.

Mobalt je aplikacija, ki prepozna in predlaga najboljše trajnostne možnosti za prevoz na delo in z dela, omogoča rezervacijo in nakup vozovnic raznolikih ponudnikov (mogoč je nakup s plačilno kartico) ali pa rezervacijo izbranih vozil (sopotništvo in izposoja koles). Prav tako **prikazuje možnosti kombiniranih oblik mobilnosti** (avtobus + vlak) in rezervacije službenih parkirišč. Z integrirano funkcijo klepeta omogoča komunikacijo med različnimi deležniki. Upošteva vse ponudbe mobilnosti na območju in jih prilagodi določeni regiji in željam podjetja.



70 odstotkov zaposlenih na delo prihaja trajnostno (od tega 66 % z delavskimi avtobusi), pred začetkom izvajanja projekta pa je na trajosten način prihajalo na delo zgolj slabih 10 odstotkov zaposlenih.

Izvedba ukrepa:

analiza stanja, predstavitev projekta in nabora možnosti za izboljšanje vodstvu podjetij, **promocija in priprava personalizirane aplikacije**, redne **evalvacije** ter iskanje možnosti za izboljšanje in nadgradnjo.

Obveščanje zaposlenih:

s pomočjo interne komunikacije v podjetjih, letakov, oglasnih panojev v podjetjih, z aplikacijo Mobalt.

Koristi za delodajalca:

digitalizacija mobilnosti – vse informacije so dostopne na enem mestu, manjši ogljični odtis podjetja, manj potrebnih parkirišč in s tem povezanih stroškov vzdrževanja, boljši ugled podjetja, zaposleni na delo prihajajo spočiti, bolj zadovoljni in povezani.

Koristi za zaposlene:

informacije o možnostih trajnostne mobilnosti so dostopne na enem mestu, lažji in hitrejši nakup vozovnic, enostavnejše iskanje sopotnikov, nižji stroški prevoza na delo, manj zastojev in manj stresne vožnje na delo.



3. Promocija kolesarjenja na delo in izboljšanje infrastrukture

3.1. Nakup kolesa preko podjetja

Podjetje delavcu omogoči **ugodnejši nakup kolesa**, tako da z različnimi kolesarskimi trgovinami sklene pogodbe za nakup koles. Zaposleni si v eni izmed teh trgovin izbere kolo, ki bi ga želel imeti, **podjetje** pa ga v njegovem imenu **plača**. **Zaposleni nato odplačuje kolo po obrokih**. Ker je podjetje zavezanec za plačilo DDV, se cena kolesa avtomatsko zniža za strošek davka, hkrati pa **podjetje dobi davčno olajšavo** za nakup kolesa.

Ta prihranek podjetje nameni zaposlenemu, za katerega se cena kolesa zniža. Mesečno odplačevanje stroška za kolo se zaposlenemu **odšteje od osnove za plačilo dohodnine**, tako da **zaposleni prihranijo pri nakupu kolesa** tudi na ta način.

Primer Blum

Strošek:
do 10.000 €
●○○

Delovna obremenitev:
malo dela
●○○

Učinkovitost ukrepa:
rezultati so bili vidni takoj
●●●

Ciljna skupina:
vsi zaposleni, ki v službo
še ne prihajajo s kolesom

Podjetje sodeluje s partnerji (skupaj gre za 30 različnih prodajalcev koles). Zaposleni si lahko pri teh partnerjih izberejo katerokoli kolo. Nato z njimi podpišejo pogodbo v digitalni obliki, matično podjetje (Blum) pa plača izbrano kolo. Zaposleni ima nato na voljo 48 mesecev, da podjetju ta znesek odplača po obrokih. Tovrstne investicije hkrati predstavljajo tudi davčno olajšavo za podjetje.



Pred začetkom uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti je na delo trajnostno prihajalo 38 odstotkov zaposlenih, danes pa jih trajnostno prihaja 47 odstotkov.

Izvedba ukrepa:

promocija možnosti ugodnejšega nakupa kolesa prek podjetja, **sklenitev pogodb** s prodajalnami koles ter sklenitev pogodb z zaposlenimi glede odplačevanja koles.

Obveščanje zaposlenih:

intranet (interni komunikacijski kanal podjetja) in ekrani v skupnih prostorih.

Koristi za delodajalca:

več zaposlenih na delo prihaja s kolesom, manj bolniških odsotnosti, manjši ogljični odtis, manj potrebnih parkirišč, nižji stroški vzdrževanja parkirišč, davčna olajšava za podjetje, zadovoljni zaposleni.

Koristi za zaposlene:

ugodnejši nakup kolesa, nižji stroški prihoda na delo, skrb za zdravje, izbira kolesa po lastnih željah in potrebah, osebno kolo.



3.2. Izposoja službenih koles

Zaposlenim se omogoči **izposoj** službenih koles, s katerimi se lahko pripeljejo na delo ali pa jih uporabljajo v službenem času. Kolesa so dostopna **pred podjetjem** in na **postaji javnega potniškega prometa**, torej na dveh lokacijah. Izposoja deluje po sistemu »kdor prej pride, prej melje«, toda sproti preverjajo, če število koles zadošča povpraševanju. Na voljo so tako **navadna kot električna kolesa**, nekatera podjetja pa nudijo tudi zložljiva kolesa, ki jih lažje vzameš s seboj na avtobus ali vlak.

Nekatera podjetja imajo na voljo tudi izposoj pelerin in dežnih plaščev. Zaposleni si lahko kolesa izposodijo tudi za zasebne vožnje med vikendi. Izposoja službenih koles lahko zaposlene motivira tudi za pogostejše vsakdanje kolesarjenje po drugih opravilih ali zgolj za krepitev zdravja.

Primer Haberkorn

Strošek:

do 10.000 €*
●○○

Delovna obremenitev:

malo dela
●○○

Učinkovitost ukrepa:

rezultati so bili vidni takoj
●●●

Ciljna skupina:

uporabniki železniškega prometa

*odvisno od števila koles

Podjetje Haberkorn ima **službena kolesa**, ki si jih zaposleni lahko izposodijo **na železniški postaji** in se z njimi pripeljejo na delo in z dela. Razdalja med železniško postajo in podjetjem je prevelika za hojo, z možnostjo izposoje koles pa rešujejo problematiko t. i. »zadnjega kilometra«. Kolesa lahko zaposleni uporabljajo tudi v času kosila. Uporaba koles je **brezplačna**. Da je sistem enostavnejši, imajo vsa kolesa enako kodo za odklepanje, tako da lahko zaposleni uporabijo katerokoli kolo. Kodo prejmejo vsi, ki zanj zaprosijo. Vsak zaposleni, ki kolo zjutraj prevzame, ga mora po službi tudi vrniti nazaj. V **kolesarnici** sta za sprotne majhne popravke na voljo osnovni paket orodja (ki je prikljenjen) in zračna tlačilka.

Podjetje zaposlenim zaupa, da kolesa uporabljajo odgovorno. Občasno prihaja do poškodb in kraj, vendar je strošek nadzora na koncu večji kot npr. nakup novega kolesa.



Po začetku uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti se je število zaposlenih, ki na delo prihajajo trajnostno povečalo za dodatnih 10 odstotkov (iz 40 na 50 odstotkov).

Izvedba ukrepa:

Najprej je treba narediti **analizo**, koliko koles je potrebnih (na začetku se lahko kupi manj koles in se jih potem po potrebi dokupuje), **pridobiti dovoljenje** lokalnega sveta za stalno parkirišče za kolesa na železniški postaji, **določiti odgovorno** osebo za organizacijo vzdrževanja koles (enkrat ali dvakrat na leto, menjava kode za zaklepanje enkrat letno, nakup novih koles) ter **spodbujati uporabo** in izposoj koles med zaposlenimi.

Obveščanje zaposlenih:

intranet, promocijski letaki v skupnih prostorih.

Koristi za delodajalca:

več zaposlenih, ki na delo prihajajo trajnostno in multimodalno (kombinacija vlaka in kolesa), manj potrebnih parkirnih mest, nižji ogljični odtis in nižji stroški vzdrževanja parkirišč, več prostora za širjenje podjetja.

Koristi za zaposlene:

skrb za zdravje, dostop do koles, nižji stroški prihoda na delo, lažja odločitev za uporabo multimodalnega prihoda na delo (vlak + kolo), enostavna uporaba, občutek zaupanja s strani delodajalca.



3.3. Brezplačen pregled in popravilo kolesa

Vožnja s kolesom je bistveno bolj privlačna in zabavna, če je kolo v brezhibnem stanju. Podjetje oz. ustanova organizira **redne brezplačne servise in popravila koles** za zaposlene, ki na delo prihajajo s kolesom. Na ta način posredno **vzpodbuja** tovrstno obliko mobilnosti, tiste, ki na delo že prihajajo s kolesom, pa **nagradi** z vzdrževanjem kolesa.

Posredno se povečuje priljubljenost tovrstne mobilnosti tudi med ostalimi zaposlenimi. To možnost omogočijo vsaj enkrat letno in v ta namen najamejo serviserje in ponudnike storitve **čiščenja koles** ali napravo za čiščenje koles. Nekateri to poimenujejo kar »bike spa day«.

Primer Haberkorn

Strošek:
do 10.000 €
●○○

Delovna obremenitev:
malo dela
●○○

Učinkovitost ukrepa:
rezultati so bili vidni takoj
●●●

Ciljna skupina:
kolesarji

Podjetje svojim zaposlenim enkrat do dvakrat letno ponudi pregled kolesa, servis in/ali čiščenje kolesa. Namen tega je nagraditi tiste, ki uporabljajo kolo, hkrati pa za uporabo kolesa navdušiti tudi ostale.



Namig: Ustrezno storitev pogosto zagotovijo podjetja ali družbene pobude, ki zaposlujejo socialno ogrožene oz. brezposelne. Samo čiščenje koles je lahko tudi dogodek, v okviru katerega se povežejo z lokalnimi mladimi, npr. skavti oz. taborniki, ki opravljajo prostovoljsko delo.



Po začetku uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti se je število zaposlenih, ki na delo prihajajo trajnostno povečalo za dodatnih 10 odstotkov (iz 40 na 50 odstotkov).

Izvedba ukrepa:

poiščete podjetje oz. organizacijo, ki se **ukvarja s popravili** in čiščenjem koles, določite lokacijo in datum izvedbe aktivnosti (prijava na dogodek ni potrebna, lahko pa je plus, saj je tako lažje zagotoviti zadostno število serviserjev), **promovirate dogodek** med zaposlenimi, zaposlene obvestite, naj svoje kolo označijo (dodajo naj telefonsko številko, saj lahko serviser lastnika kolesa tako pokliče za morebitna vprašanja), saj bodo kolo čez dan pustili pri serviserju oz. pralcu in ga prevzeli po koncu delovnika.

Obveščanje zaposlenih:

interna komunikacija v podjetju (intranet), letaki, oglasni panoji v podjetju

Koristi za delodajalca:

ni razlik med zaposlenimi (do te storitve so upravičeni vsi, ne glede na to, ali se na delo že vozijo s kolesom ali ne), povežovanje zaposlenih (socialna trajnost), večje zadovoljstvo zaposlenih, dobra promocija za podjetje

Koristi za zaposlene:

brezplačen servis in čiščenje kolesa, zaposleni se v večji meri odločajo za uporabo lastnih koles, saj so njihova kolesa po zaslugi rednih servisov vedno pripravljena za vožnjo



3.4. Izboljšanje infrastrukture in opreme za kolesarje in pešce

Temeljni pogoj za trajnostno mobilnost je tudi **urejena infrastruktura**. Ta zajema tako **avtobusna in železniška postajališča** kot **varne poti za kolesarjenje in hojo**, pokrite **kolesarnice in stojala** za zaklepanja koles, vtičnice za polnjenje električnih koles, osnovna **orodja za popravilo koles, tuše, garderobe, omarice** ipd. Zaposleni se mora pri uporabi trajnostne mobilnosti počutiti varno in udobno, kot bi se počutil v svojem avtomobilu. Če ni možnosti varnega zaklepanja koles, lahko to zaposlene odvrne od uporabe. Prav tako je za nekatere nujno, da se po vožnji s kolesom lahko oprhajo in službo začnejo sveži.

Pri izboljševanju kolesarskih in peš poti ter dodatnemu umeščanju avtobusnih postaj je nujno **sodelovanje podjetij oz. ustanov z lokalnimi odločevalci in lokalnimi ponudniki prevozov**. Delodajalci lahko na to vplivajo, tako da prevoznikom predstavijo potrebe in okvirno število uporabnikov linije. Infrastruktura, ki spodbuja trajnostno mobilnost, mora biti primerno urejena, priročna in nameščena blizu vhoda.

Primer Haberkorn

Strošek:

nad 20.000 €



Delovna obremenitev:

srednje veliko dela



Učinkovitost ukrepa:

rezultati so postali vidni po nekaj mesecih



Ciljna skupina:

kolesarji, pešci, uporabniki javnega potniškega prometa

Podjetje Haberkorn je pred svojo stavbo postavilo **pokrito kolesarnico** (primerno za deževno vreme), ki ima kakovostna stojala za kolesa, tako da zaposleni lahko varno priklesajo kolo. Prav tako sta poleg kolesarnice nameščena **kolesarska tlačilka in osnovno orodje za popravila**. Na voljo je tudi infrastruktura za **polnjenje e-koles** (različni modeli za različna kolesa). Podjetje zaposlenim omogoča tudi **uporabo tušev in omaric**, v katere lahko zaklenejo kolesarska oblačila, čelade in podobno.



Po začetku uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti se je število zaposlenih, ki na delo prihajajo trajnostno povečalo za dodatnih 10 odstotkov (iz 40 na 50 odstotkov).

Izvedba ukrepa:

poiščemo primerno lokacijo za postavitev kolesarnice, postavimo kolesarnico, dodamo omarice in orodje, o novi pridobitvi **obvestimo zaposlene** (to lahko komuniciramo že sproti), izboljšamo infrastrukturo v toaletnih prostorih, tako da **dodamo tuš kabine in garderobe**.

Obveščanje zaposlenih:

intranet (interni komunikacijski kanal podjetja) in ekrani v skupnih prostorih.

Koristi za delodajalca:

izboljšana podoba podjetja oz. ustanove, boljša dostopnost in privlačnost lokacije, manjši ogljični odtis podjetja.

Koristi za zaposlene:

varnejši prostori za parkiranje koles, možnost uporabe orodja za manjša popravila, možnost tuširanja.



4. Javni potniški promet

4.1. Delavski avtobusi

Včasih so bili delavski avtobusi stalna praksa večjih zaposlovalcev, z razmahom osebnega avtomobilskega prometa pa je ta počasi zamrla. Z vse večjo okoljsko ozaveščenostjo, politiko zmanjševanja ogljičnega odtisa, željo po optimizaciji stroškov zaposlenih za prihod na delo ipd. so zaposlovalci kot smotrno rešitev ponovno zaznali tako imenovane »shuttle buse« oz. delavske avtobuse. Ti **vozijo zaposlene enega ali več podjetij na različnih linijah v različnih časovnih intervalih, ki so prilagojeni delovnemu času.**

So alternativa javnemu potniškemu prometu, ki je na določenem območju lahko pomanjkljiv ali pa časovno neustrezen. Nekateri prevoze delavskih avtobusov ponujajo brezplačno in jih potem financirajo s plačanimi parkirninami na parkiriščih pred podjetjem, drugi pa jih delno sofinancirajo, delno pa plača vozovnico uporabnik.

Primer Consitex

Strošek:

nad 20.000 €

**Delovna obremenitev:**

srednje veliko dela

**Učinkovitost ukrepa:**

rezultati so postali vidni po nekaj mesecih

**Ciljna skupina:**

vsi zaposleni

Gre za uvedbo **delavskih avtobusov** v okviru projekta, opisanega v ukrepu 1.4. Z analizo stanja so ugotovili, da zgolj promocija trajnostne mobilnosti ne bo dovolj in da je treba ponudbo nadgraditi. Takrat so uvedli prvi čezmejni delavski avtobus, ki je bil večinoma zaseden z zaposlenimi v podjetju Consitex. **Po treh mesecih so uvedli še dve dodatni liniji**, ki jih je uporabljalo več kot 100 zaposlenih.

Nakup in rezervacija vozovnic se opravi preko **aplikacije Mobalt** (opisane v poglavju 1.4.), ki omogoča tudi **sledenje avtobusu v realnem času ter komunikacijo** med uporabniki in vozniki avtobusov.

Leta 2018 je Consitex vse prostore preselil na eno lokacijo. Od takrat ima 1.000 zaposlenih na voljo manj kot 200 parkirnih mest, obratuje pa osem linij avtobusa s skupno 28 vožnjami dnevno, ki jih uporablja 550 zaposlenih v podjetju.

Nekatere linije v industrijski coni slednjo zgolj povezujejo z železniško postajo in so bile naknadno vključene v sistem javnega potniškega prometa.

Strošek je razdeljen med zaposlene (uporabnike avtobusa) **in podjetje**. Vsak uporabnik plača mesečno vozovnico z odbitkom od plače, s pomočjo aplikacije Mobalt pa podjetje Consitex dobi informacije o tem, kdo in koliko mora plačati. Prevoze podpira tudi **občina**, ki **sofinancira stroške** – 30 švicarskih frankov na zaposlenega, ki uporablja eno izmed avtobusnih linij.



Danes več kot polovica zaposlenih na delo prihaja z delavskimi avtobusi.

Izvedba ukrepa:

analiza stanja, preučitev možnosti, **promocija**, **implementacija testnih linij in podporne aplikacije**, prilagoditev urnika dela, **redne evalvacije ter prilagoditve** glede na potrebe.

Obveščanje zaposlenih:

z interno komunikacijo v podjetjih, letaki, oglasnimi panoji v podjetjih, z aplikacijo Mobalt.

Koristi za delodajalca:

digitalizacija mobilnosti, manjši ogljični odtis podjetja, manj potrebnih parkirišč in s tem povezanih stroškov vzdrževanja, boljši ugled podjetja, zaposleni na delo prihajajo spočiti, bolj zadovoljni, odnosi med delavci so boljši, saj so ti bolj povezani.

Koristi za zaposlene:

več možnosti trajnostnega prihoda na delo, lažji in hitrejši nakup vozovnic, nižji stroški prevoza na delo, manj zastojev in stresne vožnje na delo.



4.2. Politika službenih potovanjih

Službena potovanja opravljena z avtomobilom ali letalom imajo precej večji ogljični odtis, kot tista opravljena z vlakom. Večinoma so **stroški potovanja z vlakom** tudi nižji, lahko pa pot posledično traja nekoliko dlje časa. Prednost potovanja z vlakom je, da **med vožnjo lahko tudi delaš**, večina vlakov ima **brezplačno internetno povezavo**.

Delodajalci se morajo zavedati, da **službena potovanja lahko predstavljajo velik del ogljičnega odtisa** podjetja in je smotno razmisliti o internih pravilih glede prevoza na službenih potovanjih in s tem prispevajo k večji trajnosti podjetja.

Primer Haberkorn

Strošek:
do 10.000 €
●○○

Delovna obremenitev:
malo dela
●○○

Učinkovitost ukrepa:
rezultati so bili vidni takoj
●●●

Ciljna skupina:
poslovni potniki

V podjetju vse zaposlene spodbujajo, da službena potovanja opravijo z vlakom (v obe smeri). **Zaposlene, ki vsaj v eno smer potujejo z vlakom namesto z letalom, nagradijo z vozovnico za vlak v prvem razredu.**



Po začetku uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti se je število zaposlenih, ki na delo prihajajo trajnostno povečalo za dodatnih 10 odstotkov (iz 40 na 50 odstotkov).

Izvedba ukrepa:

ozaveščanje in izobraževanje zaposlenih, ki urejajo službena potovanja, sprememba politike službenih potovanj podjetja, informiranje zaposlenih o **možnosti potovanja v prvem razredu vlaka**, implementacija in evalvacija ukrepa.

Obveščanje zaposlenih:

osebni nagovori vseh vodij oddelkov in zaposlenih, kjer prihaja do službenih potovanj.

Koristi za delodajalca:

nižji ogljični odtis podjetja, nižji stroški, boljši ugled podjetja, možnost udobnejšega dela zaposlenega na vlaku.

Koristi za zaposlene:

udobnejša vožnja v prvem razredu, manj stresa pri potovanju.



5. Alternative individualni vožnji z avtomobilom

5.1. Sopotništvo (angl. carpooling)

Sopotništvo (tudi deljena vožnja) je **skupna vožnja z osebnim avtomobilom** tako, da se vozniku pridruži več sopotnikov. Sopotništvo lahko podjetja oziroma ustanove spodbujajo tako, da na **parkirišču označijo**, kateri parkirni prostori **so namenjeni avtomobilom**, v katerih se je **pripeljalo več potnikov**. Ta parkirišča lahko zagotovijo na najboljših lokacijah parkirnih mest podjetja oz. ustanove (kjer je več sence, bližje vhodu v zgradbo). Prav tako lahko lastnikom avtomobila, ki so pripeljali v sopotništvu, omogočijo **brezplačno parkiranje** (v primeru, da je parkirišče plačljivo).

Dodatna spodbuda za prihod v sopotništvu so lahko nagrade, do katerih so lastniki upravičeni na določeno obdobje, npr. kuponi za pranje avtomobila. Enkrat na leto lahko organizirajo **dogodek poskusnega sopotništva** in zaposlenim pomagajo najti morebitne sopotnike, saj se vsi zaposleni morda ne poznajo med seboj ali pa ne vedo, kje kdo živi. Ena izmed možnosti sopotništva je tudi ponujena možnost, da nekdo od zaposlenih vozi službeni potniški kombi in po poti pobira ostale zaposlene. Kombi priskrbi podjetje oz. ustanova, ki tudi pokrije s tem povezane stroške, pred pričetkom vožnje pa vozniku plača tečaj varne vožnje.

Primer Haberkorn

Strošek:

do 10.000 €

**Delovna obremenitev:**

malo dela

**Učinkovitost ukrepa:**

rezultati so bili vidni takoj

**Ciljna skupina:**

zaposleni, ki se na delo vozijo sami

Podjetje **enkrat na leto** določi **poskusno obdobje sopotništva**, ki praviloma traja tri tedne. Namen je pomagati zaposlenim, da najdejo svoje morebitne sopotnike. Zaposleni lahko za omejeno časovno obdobje poskusijo, kako jim ustreza tak način prihoda na delo. Na intranetu (internem komunikacijskem kanalu podjetja) in na ekranih v skupnih prostorih promovirajo **dogodek**, ki otvori poskusno dobo sopotništva. Na dogodku organizirajo **pogostitev in zabavni program**, zaposleni pa se na njem skušajo **povezati z ostalimi**, ki iščejo sopotnike. Dogodek **podprejo s plakati**, na katere posamezniki **zapišejo, od kje do kje se vozijo** ter ali so pripravljeni nuditi prevoz sopotnikom in koliko mest ponujajo. Prav tako lahko tisti, ki iščejo prevoz, zapišejo, od kje do kje ga potrebujejo in kdaj. Po obdobju treh tednov se poskusna doba zaključi s **končnim dogodkom in žrebom nagrad** za pogumne, ki so poskusili sopotništvo.

Namig: motivacija je večja, če je pogum nagrajen.

Po začetku uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti se je število zaposlenih, ki na delo prihajajo trajnostno povečalo za dodatnih 10 odstotkov (iz 40 na 50 odstotkov).

Izvedba ukrepa:

promocija poskusne dobe sopotništva, organizacija začetnega dogodka, izbor nagrad, organizacija zaključnega dogodka, dodelitev parkirnih mest v času promocije sopotništva (v primeru, da ni posebnih parkirnih mest, ki so vedno namenjena sopotništvu), zagotavljanje možnosti različnih **digitalnih orodij za pomoč pri iskanju sopotnikov** – ta možnost je lahko vključena v mobilno aplikacijo, ki je opisana pod točko 2.3.

Obveščanje zaposlenih:

intranet (interni komunikacijski kanal podjetja) in ekrani v skupnih prostorih.

Koristi za delodajalce:

manjša zasedenost parkirnih mest, manj stroškov vzdrževanja parkirnih mest, namesto prostora za parkirišče je mogoče prostor uporabiti za širjenje podjetja oz. ustanove, krepitev odnosov znotraj podjetja (povezovanje med zaposlenimi), večji ugled podjetja (v javnosti prepoznano podjetje, ki spodbuja trajnostno mobilnost), večja privlačnost delodajalca.

Koristi za zaposlene:

zagotovljeno parkirno mesto, prihranek stroškov prevoza na delo, prihranek stroškov parkiranja (če je parkirišče plačljivo), boljša socialna povezanost s sodelavci, darilni kuponi za pranje avtomobila ali druge spodbude, fleksibilnost za kombiniranje opravkov.



5.2. Upravljanje s parkirnim prostorom

Upravljanje s parkirnim prostorom ima veliko vlogo pri izbiri načina prihoda na delo zaposlenih. Ena izmed možnosti upravljanja s parkirnim prostorom je **določanje cene parkirišča** za zaposlene **glede na raznolike kriterije**, kot so dolžina poti, razpoložljive alternative mobilnosti in možnost rezerviranja parkirnega mesta za prihode v sopotništvu. Na podlagi teh kriterijev je lahko cena višja za tiste, ki prihajajo od blizu in imajo druge možnosti prihoda, ter nižja za tiste, ki alternativ nimajo.

Pri rezervaciji je lahko upravljanje takšno, da ima možnost rezervacije parkirnega mesta samo tisti, ki je voznik s sopotniki, ostali pa možnosti rezervacije nimajo (v primeru, da je pri podjetju oz. ustanovi omejeno število parkirnih mest, je to zelo velika spodbuda za sopotništvo).

Poleg izvajanja parkirne politike se lahko podjetje oz. ustanova odloči za dodaten korak in zaposlenemu, ki parkirišča ne uporablja, ker se na delo pripelje z javnim potniškim prometom, kolesom, skirojem ipd. ali pride peš, ponudi dodatek k plači.

Primer Blum

Strošek:

10.000–20.000 €*
●●○

Delovna obremenitev:

srednje veliko dela
●●○

Učinkovitost ukrepa:

rezultati so postali vidni po nekaj mesecih
●●○

Ciljna skupina:

zaposleni, ki v službo prihajajo z avtomobilom

*(odvisno od števila zaposlenih, ki se odločijo za javni potniški promet)

Parkirišča pred podjetjem Blum so sicer **brezplačna** in na njih **ni nobenih parkirnih omejitev** – delujejo po načelu »kdor prvi pride, prvi melje«. Če pa se zaposleni **odpove parkirnemu prostoru, mu podjetje krije stroške** tako imenovane *job ticket* oz. **letne vozovnice za javni potniški promet** v vrednosti 400 evrov **ali** pa mu omogoči **ugodnejši nakup kolesa** (opis ukrepa pod točko 2.1. Nakup kolesa prek podjetja). V tujini zaposleni ne prejemajo nadomestila za prevoz na delo, zato plačilo vozovnice za javni potniški promet oz. nižji strošek nakupa kolesa za prevoz na delo zelo koristi zaposlenim. Kljub koriščenju ene od zgoraj omenjenih možnosti pa lahko zaposleni še vedno enkrat tedensko na delo pridejo z osebnim avtomobilom (tako enkrat tedensko zagotavljajo možnost osebnih opravkov v kombinaciji s prihodom na delo in z dela). Hkrati ima podjetje **tudi sistem oz. aplikacijo**, s katero zaposleni označijo način prihoda na delo, s čimer **zbirajo** t. i. **eko točke** (podrobnejši opis ukrepa je v poglavju 1.2. Ecopoints oz. eko točke).



Pred začetkom uvajanja ukrepov trajnostne mobilnosti je na delo trajnostno prihajalo 38 odstotkov zaposlenih, danes pa jih na ta način prihaja 47 odstotkov.

Izvedba ukrepa:

raziskava in preučitev možnosti nagrajevanja tistih, ki na delo pridejo trajnostno oz. ne potrebujejo parkirnega mesta, **promocija in predstavitev možnosti** sofinanciranja letne vozovnice JPP in nakupa kolesa za zaposlenim, **spremljanje učinkovitosti ukrepa** (občasno štetje avtomobilov na parkirišču pred podjetjem ipd.).

Obveščanje zaposlenih:

intranet (interni komunikacijski kanal podjetja) in ekrani v skupnih prostorih.

Koristi za delodajalce:

potrebni je manj parkirnih mest – namesto prostora za parkirišče je prostor mogoče uporabiti za širjenje podjetja, manjši ogljični odtis, nižji stroški vzdrževanja parkirnih mest, bolj zadovoljni delavci, izboljšana podoba podjetja, manjša obremenjenost zaposlenih ob prihodu na delo, manj bolniških odsotnosti (predvsem v primeru hoje ali kolesarjenja).

Koristi za zaposlene:

nižji stroški prihoda na delo, nagrajevanje, manj stresen prihod na delo.

6. Informacije o podjetjih in ustanovah

Lihtenštajnska državna uprava

Državna uprava, normalen delovnik, ni izmen, pisarniško delo

1.500 zaposlenih

Institucije državne uprave so decentralizirane, vendar zelo dobro povezane z javnim potniškim prometom

AMT FÜR HOCHBAU UND RAUMPLANUNG FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN

René Kaufmann

Oddelek za prostorsko in prometno načrtovanje

Städtle 38, Postfach 684, 9490 Vaduz

rene.kaufmann@llv.li, www.ahr.llv.li

Haberkorn

Prodaja, normalen delavnik, ni izmen

2.300 zaposlenih na 30 lokacijah

Dobro dostopen z javnim potniškim prometom – avtobusna postaja (minuto hoje od podjetja), železniška postaja (10 minut hoje in 3 minute kolesarjenja)

Haberkorn GmbH

Andrea Sutterlüty in Gerhard Berlinger

Hohe Brücke, 6961 Wolfurt, Avstrija

gerhard.berlinger@haberkorn.com, <https://www.haberkorn.com>

Blum

Približno polovica zaposlenih ima tovarniško delo, v treh izmenah, vse dni v tednu, druga polovica pa pisarniško (razvoj, administracija ipd.).

Na Predarlskem je 7.000 zaposlenih v 8 tovarnah in 6 pisarnah.

V povprečju zaposleni živijo 11 km od delovnega mesta.

Zaposleni morajo potovati tudi med posameznimi podružnicami oz. tovarnami. 60 odstotkov zaposlenih bi na delo lahko prihajalo trajnostno.

Blum Group

Katharina Schön, mobilnostna managerka

Werk 2, Industriestrasse 1, Höchst, Austria

katharina.schoen@blum.com, <https://www.blum.com/eu/en>

Consitex

Večizmensko delo

1.000 zaposlenih

Industrijska cona San Martino: jug Švice, blizu Italije. Pomanjkljive so bile predvsem rešitve javnega potniškega prometa za zadnji kilometer, večina zaposlenih prihaja z dveh območij v Italiji.

Consitex

Via Ligornetto 13, 6855 Stabio, Švica

direzione.consitex@zegna.com; <https://www.swissfirms.ch>

ali

Mobitrends

Massimo Brignoni

Via Francesco Somaini 7, 6900 Lugano, Švica

massimo.brignoni@mobitrends.ch, <https://www.mobitrends.ch>

Industrijska cona San Martino – Mobitrends

5.600 zaposlenih v industrijski coni

Jug Švice, blizu Italije. Pomanjkljive so bile predvsem rešitve javnega potniškega prometa za zadnji kilometer, večina zaposlenih prihaja z dveh območij v Italiji.

Mobitrends

Massimo Brignoni

Via Francesco Somaini 7, 6900 Lugano, Švica

massimo.brignoni@mobitrends.ch, <https://www.mobitrends.ch>

Aplikacija Mobalt: <http://www.centralemobilita.ch>



S projektom Trata, industrijska cona za 21. stoletje, **povečujemo uporabo trajnostnih oblik mobilnosti zaposlenih** in s tem prispevamo k ublažitvi podnebnih sprememb. **Projekt Trata 2.1** sofinancirajo Islandija, Lihtenštajn in Norveška s sredstvi Finančnega mehanizma EGP v višini cca 1,1 milijona evrov (več na www.eeagrants.si).



Občina
Škofja Loka



CIPRA
ŽIVETI
V ALPAH



CIPRA
LEBEN IN
DEN ALPEN

IPOP

Inštitut
za politike prostora
Institute
for Spatial Policies



RAZVOJNA
AGENCIJA
SORA d.o.o.

KNAUF INSULATION



SIBO
group | closures
plastics
tools



LTH Castings