

FÅ DET TIL AT SKE MED DESTINATION FYN

Tag mig med - Test og adfærdsanalyse

Indsigter, læringer og anbefalinger for større forståelse for konceptet samt potentialer for skalering

Henrik Dresbøll og Ea Schrøder, 27. november 2025



Plan- og
Landdistriktsstyrelsen



WElearn
BEHAVIOUR NORTH SPREADING



Den Europæiske Landbrugsfond
for Udvikling af Landdistrikterne:
Europa investerer i landdistrikterne

DESTINATIONFYN



Disposition

- **Baggrund for testen**
Baggrund og processen
- **Indsigter fra forundersøgelsen - hvad ved vi?**
5 barrierer og 5 potentialer
- **Metodiske overvejelser og undersøgelsesspørgsmål**
Forudsætninger og datakilder
- **Resumé**
Fik vi svar på spørgsmålene?
- **Resultater**
Adfærd
Brugeroplevelse
Sekundære mål - attituder, holdninger og synlighed
- **Hovedkonklusioner**
- **Samlede læringer for skalering**
Sådan kan vi udbrede konceptet



Hvad processen skal lede frem til

AKTIVITETER



Indsigts- og barriereanalyse

Omfattende dataindsamling i form af survey, desk research, specialist tjek-ind og feltobservationer.

Test af mock-ups på design af bænken samt navne og kommunikation om konceptet.

OUTPUT



- Præsentation og rapport om barriere, drivere og anbefalinger ift. at skabe blafferadfærd.
- Vurderinger af mock-ups og konceptnavn frem mod test af bænke.

Test

To Tag mig med-bænke testet i hhv. Falsled og Haastrup på Sydfyn.

Test:

1. Test-ambasadører og test observatører
2. Før- og efter eksperiment
3. QR kode
4. SoMe og fortællinger

- To færdigtestede bænke.
- Samlede erfaringer og læringer om potentialer og barrierer for Tag mig med-bænke.
- Anbefalinger for hvordan Tag mig med-konceptet kan skaleres til resten af Fyn og Øerne.

Skalering

Videreudvikling af læringer og nye Tag mig med-bænke.

Med afsæt i læringer og anbefalinger udvikles nye bænke der placeres på Fyn i kontekster og situationer, hvor de giver værdi til lokalsamfund og turister.

- Minimum 14 bænke sættes op på Fyn og Øerne.
- Lokalsamfund og turister får bedre mobilitet, får skabt flere forbindelser til hinanden og til omkringliggende natur.

Potentialer og barrierer fra forundersøgelsen



Potentialer og barrierer fra forundersøgelsen

Potentialer

#1 Dobbelt så mange unge kunne finde på at blaffe

39% af de 18-29-årige svarer at de helt sikkert kunne finde på at blaffe i fremtiden. Det er kun 21% blandt de 30-49årige og 20% af de 50+.

#2 Blaffer er særligt motiverende som nødløsning

73% svarer at aflyst offentligt transport er en motivator i nogen til høj grad for at blaffe.

#3 Men blaffer ses også som spændende og socialt

68% svarer "at det er en spændende måde at rejse på" som en motivator og 66% at det er socialt.

#4 Den største motivator er ønsket om at hjælpe andre

95% peger på det at hjælpe andre som en motivator. For nogle handler det om at give tilbage; 77% svarer "Jeg har selv blaffet" som en motivator.

#5 De vigtigste designkriterier folk peger på er:

Tydelighed/synlighed (87%), at det er et sikkert sted at stoppe (85%) og at det er tydeligt formålet er at blaffe (73%).

Barrierer

#1 Utryghed er den største barriere for blaffere

70% oplever utryghed som en barriere i nogen til høj grad og 67% peger på det at man ikke ved hvem chaufføren er som en barriere.

#2 Ventetid er en barriere for mange

65% angiver ventetid som en barriere. 55% tror det tager 10-30 minutter at blive samlet op og cirka 1 ud 4 forventer det tager mere end 30 minutter.

#3 Blafferens fremtoning kan være en barriere

82% nævner personens udstråling og 80% personens fremtoning som en barriere for om man vil samle dem op. 81% peger på antallet af personer som en barriere.

#4 Tryghed er også en bekymring for bilister

57% svarer at det at de ikke ved hvem det er der blaffer er en barriere og 54% at de ikke føler sig tryk ved situationen



***Jeg havde ikke stoppet for jer, hvis
bænken ikke havde været der***

- Kvindelig bilist ved Falsled, på vej til Faaborg.

Metodiske overvejelser og undersøgelsesspørgsmål

Hvilke spørgsmål ville vi besvare?

Undersøgelsen fokuserer på 2 primære mål

1) **Adfærdseffekten og brug af bænke**

- Får bænke flere til at blaffe?
- Får bænke flere bilister til at stoppe?

2) **Brugeroplevelsen for blaffer og bilist**

- Lever bænke op til kvalitetskriterierne?
- Hvad er opfattelsen af bænke?
- Er der uforudsete problemer i brugen?

3) **Derudover er der en række sekundære mål**

- Ændrede attituder og holdninger (f.eks. syn på blaffer)
- Oplevelse af tilgængelighed, imødekommenhed (det større formål)
- Kampagnemål (f.eks. kendskab til bænke, generelt mere blaffer).

Hvordan testede vi?

I testens periode fra 29. september-15. november 2025 (7 uger)



Summerbird-eksperiment

For at få en baseline for bilistadfærd målte vi, hvor mange bilister der stoppede før og efter opsætningen af bænken. Vi observerede 2 timer ved hver lokation før og efter og gav chokolade til de bilister, der stoppede. Efter opsætningen lavede vi 22 mini-interviews med stoppende bilister.



Interview med én testobservatør og to testambasadører

Med ambasadører og observatører fik vi indblik i hvordan bænken blev taget imod af lokalsamfundet, hvordan de bliver brugt samt konkrete erfaringer med, hvordan de virker.



QR kode

For at tælle antal blaffere der bruger bænken samt indsamle løbende feedback, er QR koden sat op på hver bæk.



SoMe og fortællinger

Projektet har modtaget stor interesse på sociale medier, og derfor bruges opslag, indlæg, podcast mm. som datakilde

Metodiske overvejelser

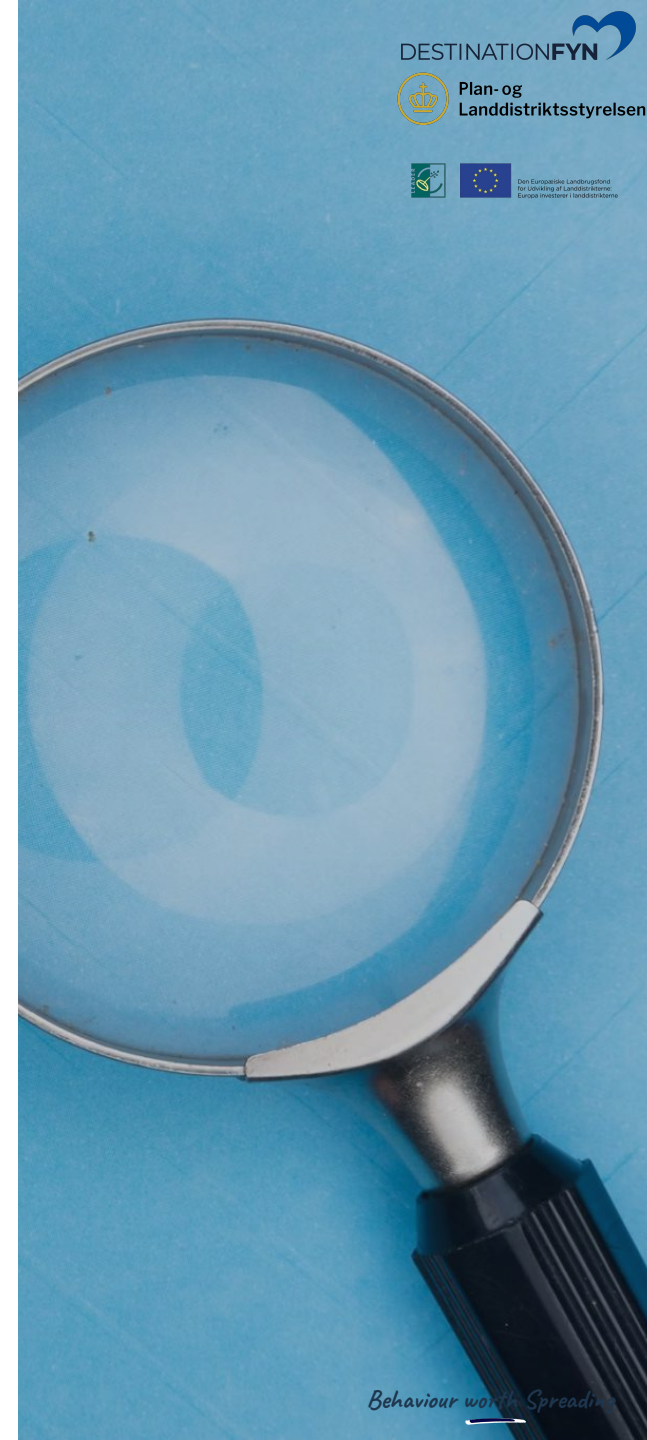
Begrænsninger

Timing og og sæson har betydning for brugen: Bænkene blev testet i efteråret, hvor der automatisk er mindre flow af mennesker, og særligt gæster. Campingpladsen i Falsled har lukket, som ellers vil være et oplagt sted at få blaffere fra.

Lav generaliserbarhed: Resultaterne er baseret på et lille antal deltagere og få stikprøver, som gør det svært at generalisere til en bredere befolkning/situation. Men resultatet giver os en idé og et bud på potentialer ift. skalering.

Indflydelse af konteksten: Resultaterne kan være påvirket af ydre faktorer som vejr, tidspunkt på dagen, hvem der blaffer, og lokale trafikforhold.

Blafferi er en sjælden adfærd: Det kræver tid og ressourcer at bygge positive normer op omkring det, og det kan ikke forventes at det kommer på syv uger.



Resumé af indsigter fra test



Resumé

Fik vi besvaret spørgsmålene?

Adfærdseffekten og brug af bænke (Slide 14-17)

- **Får bænke flere til at blaffe?**
Det er svært at vide præcist hvor mange der blaffede før bænke, men med 12 QR kodescanninger i perioden, så er der potentiale for at bænke får flere til at blaffe
- **Får bænke flere bilister til at stoppe?**
Bænke får ikke nødvendigvis flere bilister til at stoppe. Men generelt er mange villige til at stoppe og ventetiden er kort i begge sammenhænge.

Brugeroplevelsen for blaffer og bilist (Slide 18-19)

- **Lever bænke op til kvalitetskriterierne?**
Ja. Bænke er overvejende synlige, de er sikre at stoppe ved, og formålet er tydeligt.
- **Hvad er opfattelsen af bænke?**
Opfattelsen er meget positiv. Lokalsamfund og vandrere støtter op om ideen.
- **Er der uforudsete problemer i brugen?**
Hvilken vej tomten vender kan have betydning for, om man forstår formålet.

Sekundære mål (Slide 20-25)

- **Ændrede attituder og holdninger (f.eks. syn på blaffer)**
Blaffer ses ifølge bilisterne i lokalsamfundet som mere legitimt.
- **Oplevelse af tilgængelighed, imødekommenhed (det større formål)**
Lokalsamfundet har taget meget positivt imod bænke, men det har ikke endnu skabt oplevelse af større tilgængelighed, da ikke nok har brugt dem til det. Men testblafferne og os som konsulenter har mødt stor imødekommenhed blandt bilister og lokalsamfund.
- **Kampagnemål (f.eks. kendskab til bænke, generelt mere blaffer)**
Der har været stor bevågenhed på projektet, bl.a. fra TV2Fyn, P4 og LinkedIn.

Resultater Adfærdseffekten og brug af bænke



Hvordan har Tag mig med-bænkenene påvirket adfærd?

Antal bilister stoppet



Ingen forskel på, hvor mange bilister der stoppede før og efter opsætning af bænkenene. I Falsled var det 1 ud af 10 biler både før og efter bænken. I Haastrup var det 3 ud af 10 før bænken, og 2 ud af 10 efter bænken. (Data fra summerbird-eksperimentet)

Antal minutter
ventet gennemsnit



Gennemsnits ventetid på at blive samlet op er kortere end mange forventer. Den er **8 minutter** både før og efter bænkenene er sat op. (Data fra summerbird-eksperimentet)

Antal blaffere
efter opsætning



Minimum 12 blaffere fra bænkenene i Haastrup og Falsled på de syv uger bænkenene har været testet. (Data fra QR kode)

Forventningen om lang ventetid er en barriere, men bilisterne er gode til at stoppe

I forundersøgelsen så 65% ventetid som en barriere, for ikke at blaffe. 55% forventer at det tager 10-30 minutter at blive samlet op, og 1 ud af 4 tror det tager mere end 30 minutter.

Gennemsnitsventetiden i summerbird-eksperimentet lå på 8 minutter, uændret af om bænke var sat op. Det er en antagelse, at man skal vente lang tid, men ikke desto mindre en antagelse som har betydning for ens motivation for at blaffe. Derfor er det vigtigt for potentielle blaffere, at blive gjort opmærksom på den reelle ventetid.

Vi valgte at starte og tage udgangspunkt ved bænken i Haastrup. Her ventede vi et flow af mennesker der skulle ind og handle. Dette muliggjorde en hurtig fysisk kontakt. Det viste sig at være en klog beslutning, idet den første person vi henvendte os til og fortalte om projektet var positiv og var villig til at tage os med.

- Tom, testblaffer



Tag mig med bænken har i gennemsnit potentielt haft 2 blaffere om ugen

På hver bænk hænger en QR-kode med teksten “Hjælp os med at tælle antal blaffere og scan mig!”. I testperioden kom der 17 scanninger, hvoraf ca. 5 vurderes at være vores egne. Det efterlader 12 potentielle blaffere - knap 2 om ugen. Det betyder, at **12 mennesker** potentielt har blaffet fra bænken på syv uger. Det svarer til næsten 2 personer om ugen.

Skalerer vi det, svarer det til **ca. 90 blaffere** om året fra to bænke. Med 14 bænke estimeres potentialet til **ca. 630 blaffere årligt.**

**Tallene er fra et tidspunkt uden for sæson, med minimal synlighed og kendskab, og det er sandsynligt, at flere har blaffet uden at scanne QR-koden.*



Resultater Brugeroplevelsen for blaffer og bilist

Brugeroplevelsen

Forundersøgelsen pegede på tre centrale designkriterier for bænkene (Tydelighed/synlighed (87%), sikkert sted at stoppe (85%), tydeligt formål med bænken (73%)). Alle tre kriterier lykkedes bænkene med at leve op til, på forskellige måder.



Tydelighed/synlighed

- Bænkene stod tydeligt fremme ved vejen, og blev bemærket af både lokale og forbipasserende. Skiltefunktionen var ifølge forbipasserende svær at forstå.
- Begge steder inviterer til møder hhv. fra campingpladsens parkeringsplads og fra lokalbrugsens parkeringsplads



Sikkert sted at stoppe

- Begge lokationer har mulighed for at man kan køre ind både til siden i vejen og ind på parkeringspladsen, som gør det sikkert både for blaffer og bilist



Tydeligt formål

- Formål med Falsled bænken var sværrest at gennemskue, fordi tomten vendte ind mod campingpladsen
- Manglende klar kontekst mellem bænken og lokationen, gør at formålet bliver mindre tydeligt
- Kaldes bænkene for "bænke", så skal man også kunne sidde



Resultater

**Sekundære mål som ændring i attituder
og holdninger samt imødekommenhed
og digital tilstedeværelse**

Tag mig med-bænkenene påvirker hvilke bilister der stopper og hvem der kan finde på at blaffe

77 % angav i forundersøgelsen at deres egne erfaringer med at blaffe motiverer dem til at samle andre op. Omkring halvdelen af bilisterne (24 personer) har selv blaffet som unge og er vant til at tage blaffere med. Den anden halvdel har aldrig prøvet det, men beskriver bænken som en **legitim ramme for blafferi**, og dét gør, at man også når de bilister, der normalt ikke ville stoppe.

Bænkene giver en **anledning** til at starte samtalen om blafferi, samt at prøve det af selv. Første skridt er at blive bevidst om at det er en mulighed, andet skridt er at gøre det. Tredje skridt er at gøre det anden gang.

Jeg har nævnt bænken over for folk, der ikke bor i Haastrup for at udbrede idéen. I Haastrup skal vi være sådan nogle, der blaffer og samler op!

- Mandlig bilist i Haastrup



Mødet mellem blaffer og bilist kan bidrage til nye opfattelser af blafferkonceptet

Blafferadfærden er sjælden, men når man tager det første skridt, og prøver bænkene, så kan man som ny blaffer blive overrasket over både hvor hurtigt det går, men også den gode relation og snak man kan få med bilisten.

Tom og Vibeke fra Frederecia var ude og prøve at blaffe fra bænkene. De synes **det var sjovt**, og de var bl.a. **overraskede over hvor kort tid de skulle vente** på at blive samlet op.

Det var bare sjovt. Vi er ældre, så det var jo helt atypisk at vi stod og blaffede. Vi fik en rigtig god sludder med bilisten. Man er nødt til selv at åbne op, når de nu har åbnet deres deres bil op.

- Vibeke, testblaffer

Tom og Vibeke havde **den bedste oplevelse ved Haastrup bænken**, da det sociale møde på parkeringspladsen åbnede op for en kort relation inden man satte sig ind i bilen.



‘Tag mig med’ konceptet virker i kommunikationen



Lokal opbakning

- Projektet har mødt stor interesse fra borgere, kommuner og lokale aktører på Fyn.
- Bænkene skaber dialog og lokal stolthed.



Sociale medier

- Delinger og opslag har skabt høj organisk rækkevidde og engagement.
- Indhold med billeder af bænkene og lokale historier har genereret mange reaktioner og kommentarer.



Medier

- Projektet har vakt nysgerrighed og fået omtale i både lokale og internationale medier.
- Fokus på de menneskelige møder, bæredygtig transport og Fyn som foregangssted.
- Dækningen har bidraget til at forankre projektet i offentligheden og skabe legitimitet.





Vi har en fantastisk campingplads, og om sommeren tror jeg den kan fungere godt. Jeg synes den er flot, og jeg synes det er synd hvis den ikke bliver brugt.

- Birthe, beboer i Falsled og testobservatør

Ta' mig med!



Fyn er fin!

Skriv din hilsen...

Destination Fyn



FINER PINK
Ta' ud
Ta' med

Hovedkonklusioner og anbefalinger for skalering



Hovedkonklusioner fra test



Mange bilister vil samle op -
Gennemsnitlig ventetid på at blive
samlet op, er kun **8 minutter**.



Bænkene har **opbakning** fra
lokalsamfundets borgere.



Udstrålingen er afgørende for om man
bliver samlet op. Fx om man smiler, ser
glad ud og ikke har hætte/kasket eller
lignende på.



Bænkene starter samtaler om ønsket
blafferadfærd, og får **flere typer af
bilister til at stoppe**



**Bænkene har potentiale til at blive
sociale knudepunkter.** Men der er
behov for fortællinger, events og
lokale ambassadører.



Det er ikke tydeligt nok **hvordan og
hvornår** man kan bruge bænkene.

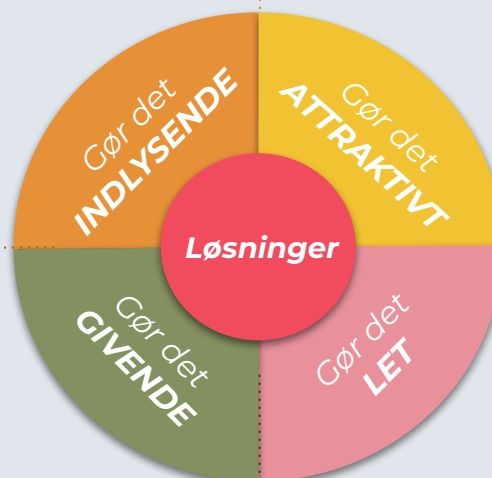


Bænken skaber **legitimitet** omkring
dét at blaffe. Den giver en anledning
og synliggør muligheden for at blaffe
og samle op.

Hvordan bringes Tag mig med-konceptet ud?

Anbefalinger for skalering

- **Lav rute-skilte ved hver bæk:** Beskriv på hver bæk, hvordan du kan bruge den. Hvilke destinationer kan du komme fra eller til og hvad kan du opleve i nærheden.
- **Flow af mennesker:** Bænkenes lokation skal være steder hvor der er et naturligt flow af både mennesker og biler (parkeringspladser, vandruter, begivenheder, overnatningssteder mm.).
- **Ny mental model:** Blaffer- og billist adfærd er ikke en indlysende adfærd, på trods af at konceptet er kendt. Så der skal arbejdes på at det skal være åbenlyst hvorfor og hvordan du gør.
- **Legitimitet og tryghed:** Vælg steder, hvor folk allerede stopper, så man kan få et naturligt møde inden man sætter sig ind i bilen.
- **Gør navnet til en kontekst eller adfærd:** "Tag mig med-stop", "Tag mig med-spot"



- **Stærkere visuel identitet:** Lav bænke-logo som placeres på fx fysiske kort over øhavsstien, outdoor apps mm.
- **Lokal forankring:** Brug lokale historiefortællinger til at styrke forbindelserne og nærheden med naturen - "Her samler vi hinanden op - sådan gør vi i xx"
- **Fremhæv den korte ventetid:** Er bænke placeret på et sted med god trafik, så er ventetiden kun 8 minutter.

- **Brug events og lokale ildsjæle:** Kick-start nye bænke med en ambassadør dag, lokale test blaffere, eller brug eksisterende events såsom festivaler, sejlads, dyrskue osv.

- **Giv feedback til brugerne:** Lav en live tæller: xx antal har blaffet fra denne bæk i år. Brug evt. stor QR kode eller en bevægelsesensor.
- **Brug belønning:** Samarbejd med lokale aktører, fx lokal købmand, restaurant eller hotel. "Få 10% hvis du bruger Tag mig med-stoppet og deler billede og fortælling på SoMe".
- **Fremhæv det eventyrlige og det store bidrag:** Når du blaffer får du eventyr og spontane møder, som du ikke får i hverdagen. Som bilist hjælper du dine medmennesker, skaber bedre mobilitet og du gør at der er færre biler på vejene.

- **Fysisk design:** Sikre at alle bænke har: Plads til at bilister kan holde ind, god synlighed fra vejen, sideplads (hvis den hedder bæk)
- **Trin-for-trin guides:** Sæt/stil dig, peg i retning, smil og gør dig synlig, vær maks 2 personer mm.
- **Spred budskabet:** For at gøre det let at bruge Tag Mig Med-bænkene skal budskabet stå klart frem på flere platforme.

Tak fordi I spreder morgendagens adfærd med os



Plan- og
Landdistriktsstyrelsen



Den Europæiske Landbrugsfond
for Udvikling af Landdistrikterne:
Europa investerer i landdistrikterne

DESTINATION  FYN

MØD OS HER

KØBENHAVN

Jorcks Passage 1A 3. sal
DK-1162 København K

... ELLER BESØG OS DIGITALT



WEB

www.welearn.dk
[Linkedin](#)



PODCAST

Få det til at ske
- [adfærdsledelse på lyd](#)