



♥ sloo



@sykkelioslo



Oslo kommune

Kampanjer som virkemiddel

Hvordan jobbe målrettet med kampanjer for å få flere til å sykle?

Hanna Borge

Sykkelprosjektet





OSLOSYKLISTEN

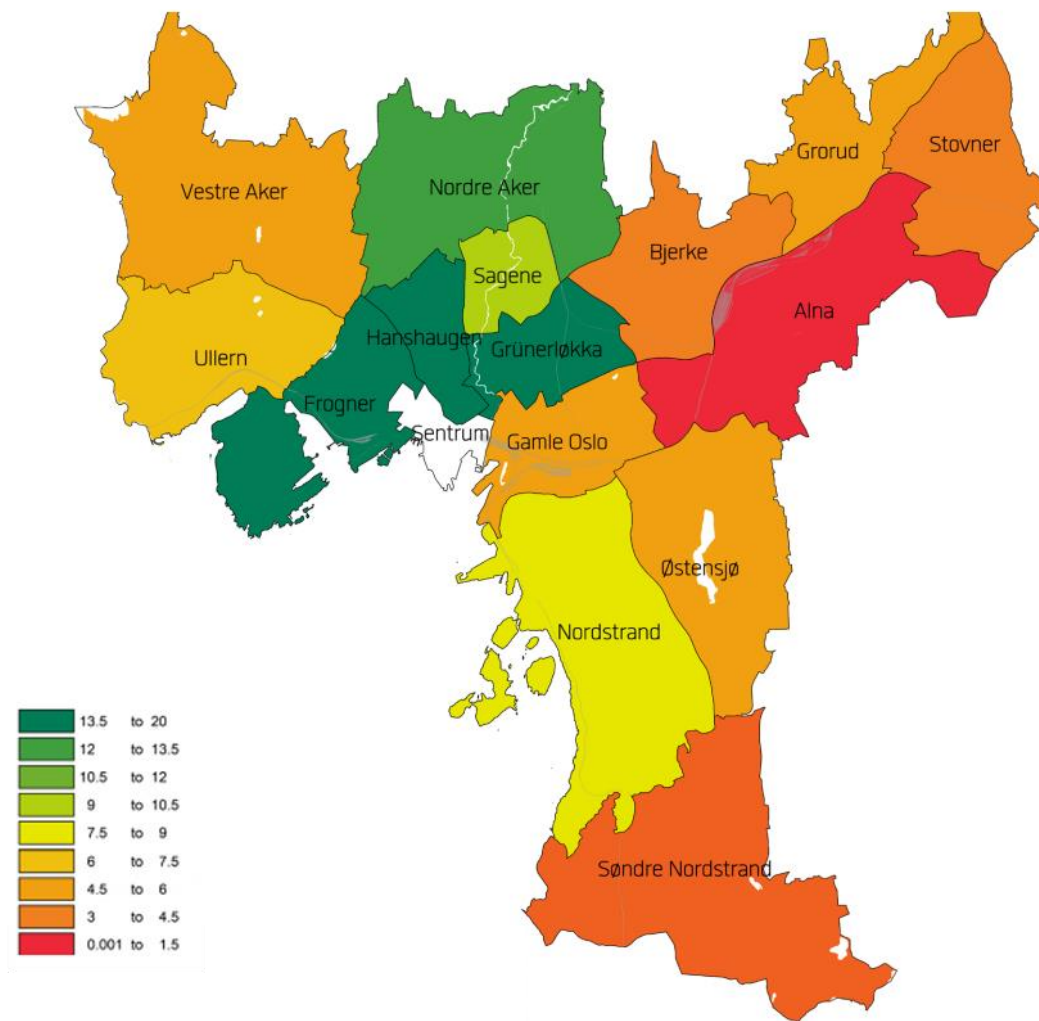
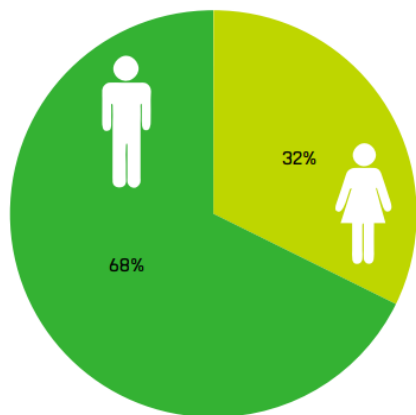
| **SPACESCAPE** |



Oslo kommune



Kartlegging av dagens og morgendagens syklist
Underlagsrapport for sykkelstrategi for Oslo
03.06.2014 (revidert 18.04.2016)





1/3

IKKE INTERESSERT

Sykler sjelden eller aldri, og er ikke interessert i å sykle mer

1/3

POTENSIELLE SYKLISTER

Sykler sjelden eller aldri, men ville syklet mer hvis sykkelveinettet var sikrere

1/3

SYKLER I DAG

Sykler i dag mer enn en gang i uken på sommertid. Over to tredeler i denne gruppen ville syklet mer hvis trafikksikkerheten var bedre.



Oslo kommune



Oslo sykkelstrategi 2015-2025

Slik skal Oslo bli en bedre sykkelby

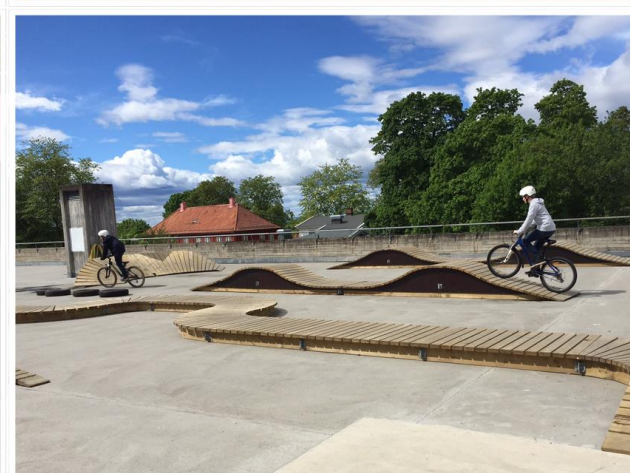
- **Visjon:** «Oslo skal bli en sykkelby for alle»
- **Mål 1:** Oslos sykkelandel skal økes til 16 prosent innen 2025
- **Mål 2:** Oslos sykkelveinett skal være tilgjengelig, fremkommelig og trafikksikkert
- **Mål 3:** Innbyggerne skal oppleve Oslo som en trygg by å sykle i



Hvordan kommer vi dit?

530 km sykkelveier innen 2040







Hva er en kampanje?

Planlagt, målrettet og tidsbegrenset
innsats hvor målet er å skape en konkret
endring hos grupper av mennesker

Hva er det vi selger?



Hvem og hvorfor?



Hva vet vi om det som fungerer?

- Prioritert innsats over tid
- Tverrfaglige virkemidler
- Målrettede tiltak mot spissede målgrupper
- Bli kjent med målgruppen og involver dem
- Møt målgruppen der de er
- Bruk nettverket og samle gode krefter



Mindre kampanjer/tiltak:

- Motivere og inspirere
- Trafikksikkerhet: Lyktbruk, parkering i sykkelfelt, Sykle til jobben
- Aktivitetsmidler

Store kampanjer

- Piggkampanjer
- Studentkampanje



«Andelen vintersyklister skal øke til 30 % av sykkelandelen sommerhalvåret.»

Vinterdrift av sykkelveier



Vintersykkelkampanjer

Hovedmålgruppe:

Syklister som var interessert i å prøve å sykle på vinteren for første gang



2015:

- Delte ut piggedekk til 100 motiverte syklister
- Sosiale medier
- Tradisjonelle medier

2016:

- Morgenutdelinger av «goodiebags» i 5 dager
- Arrangement på Rådhusplassen med piggedekk-konkurransen og test av sykler med piggedekk
- En uke med piggedekk-kampanje hos Oslos sykkelforhandlere
- Sosiale medier
- Tradisjonelle medier

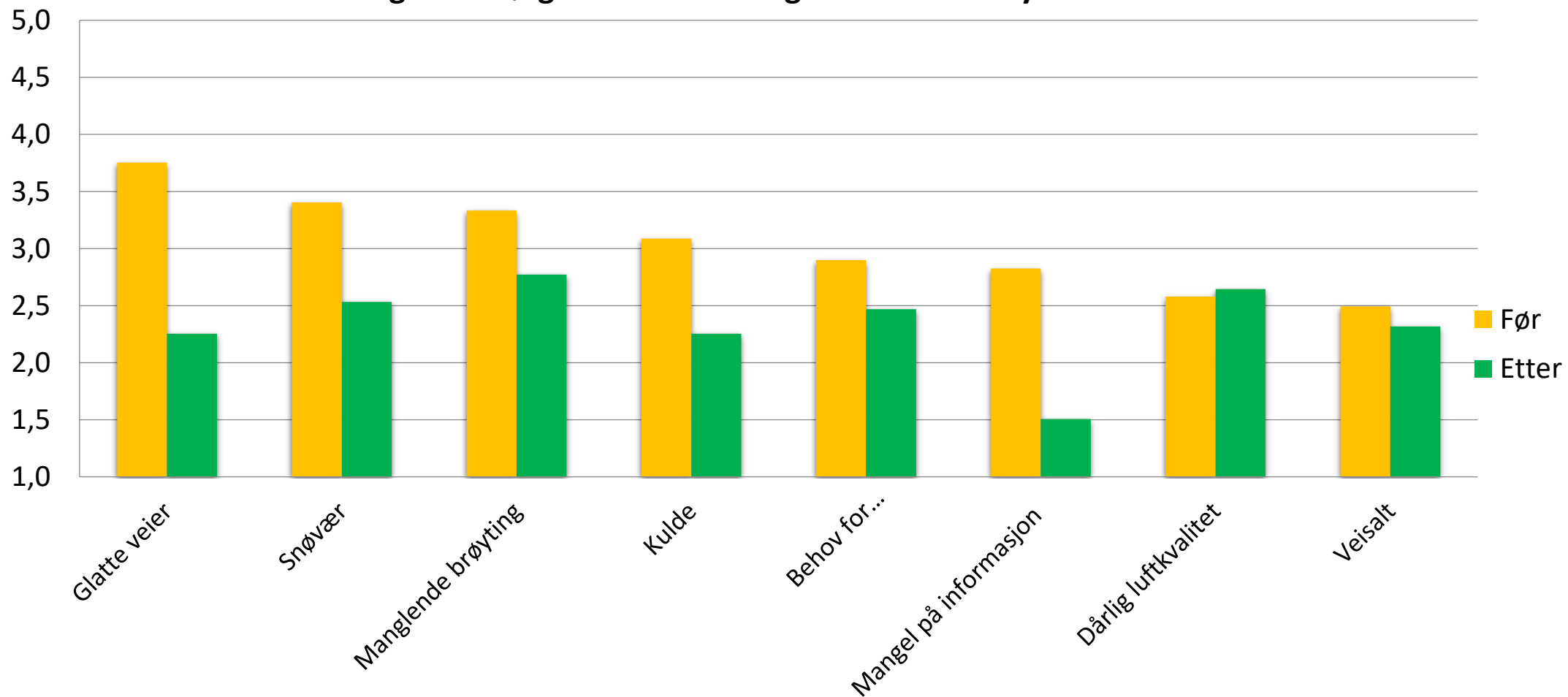




Fordommer brytes ned

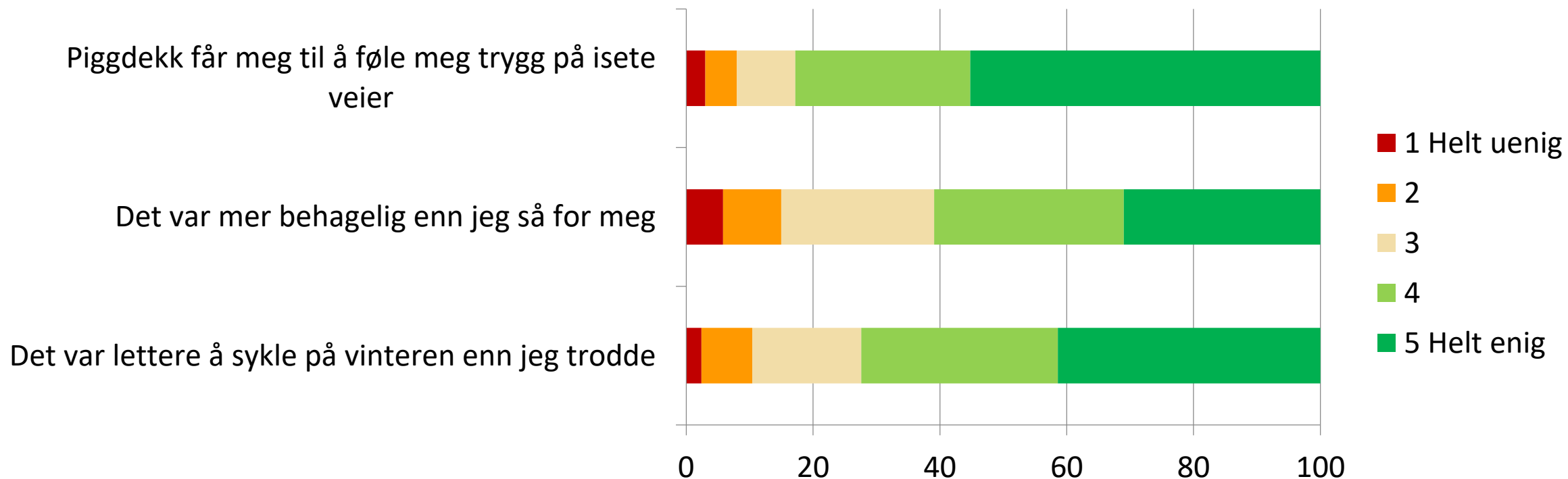
I svært stor grad

I hvor stor grad er følgende en hindring for at du skal sykle om vinteren?



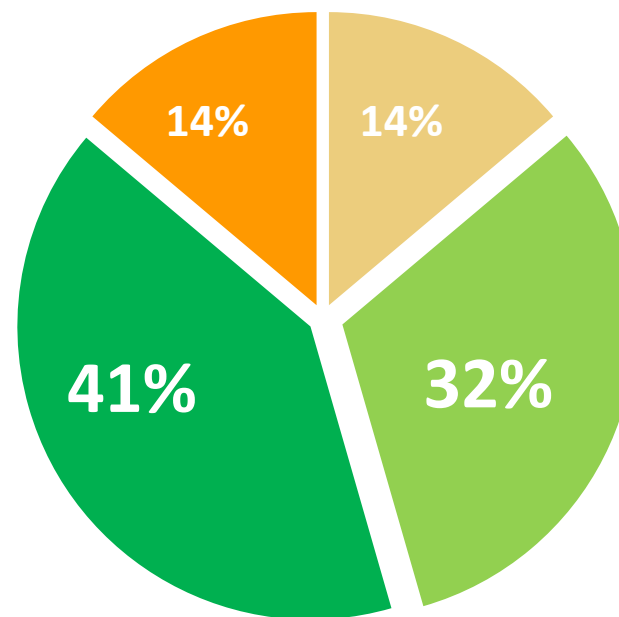


Avlive myter





Hvor ofte syklet piggdekk-vinnerne?

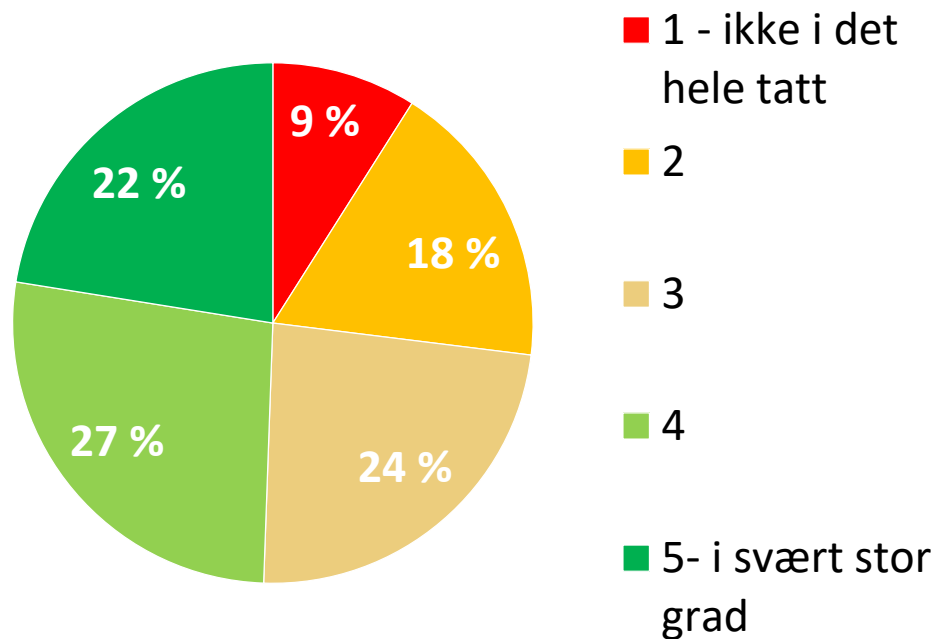


1-2 dager 3-4 dager
5 eller flere dager Sjeldnere

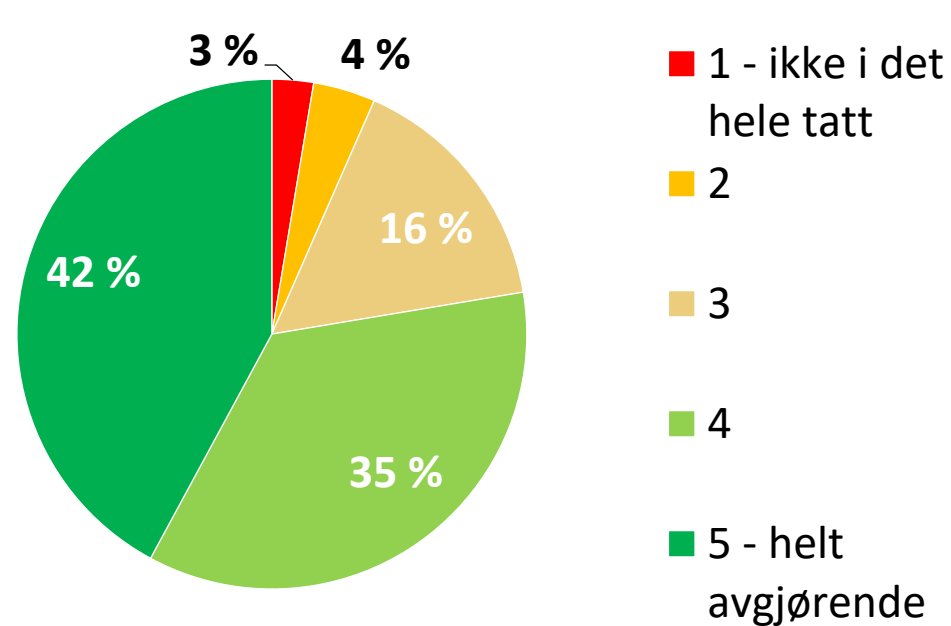


Ville de syklet uansett?

I hvor stor grad hadde du vurdert å sykle før du fikk høre om muligheten for gratis piggdekk?

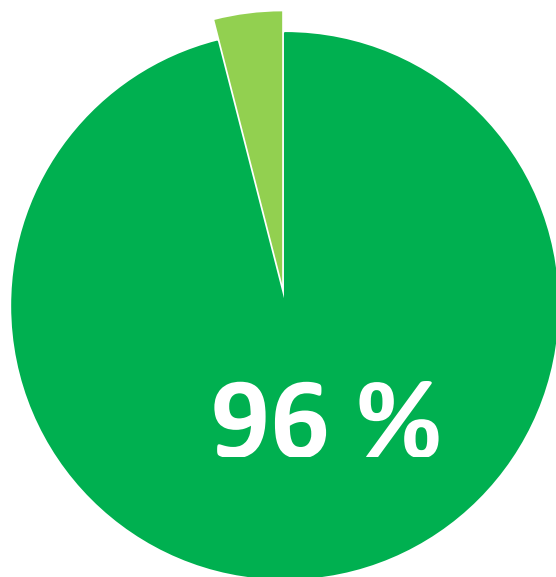


Hvor avgjørende var kampanjen for at du har syklet i vinter?



Piggdekk gir mersmak

Kommer du til å sykle neste vinter?



■ Ja

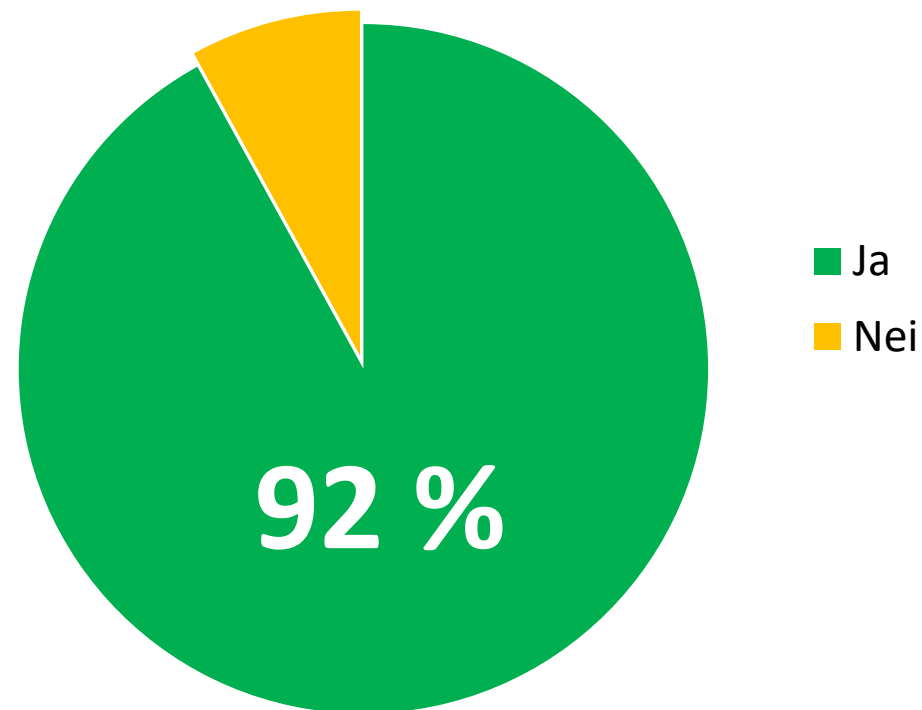
■ Kanskje



Nye ambassadører

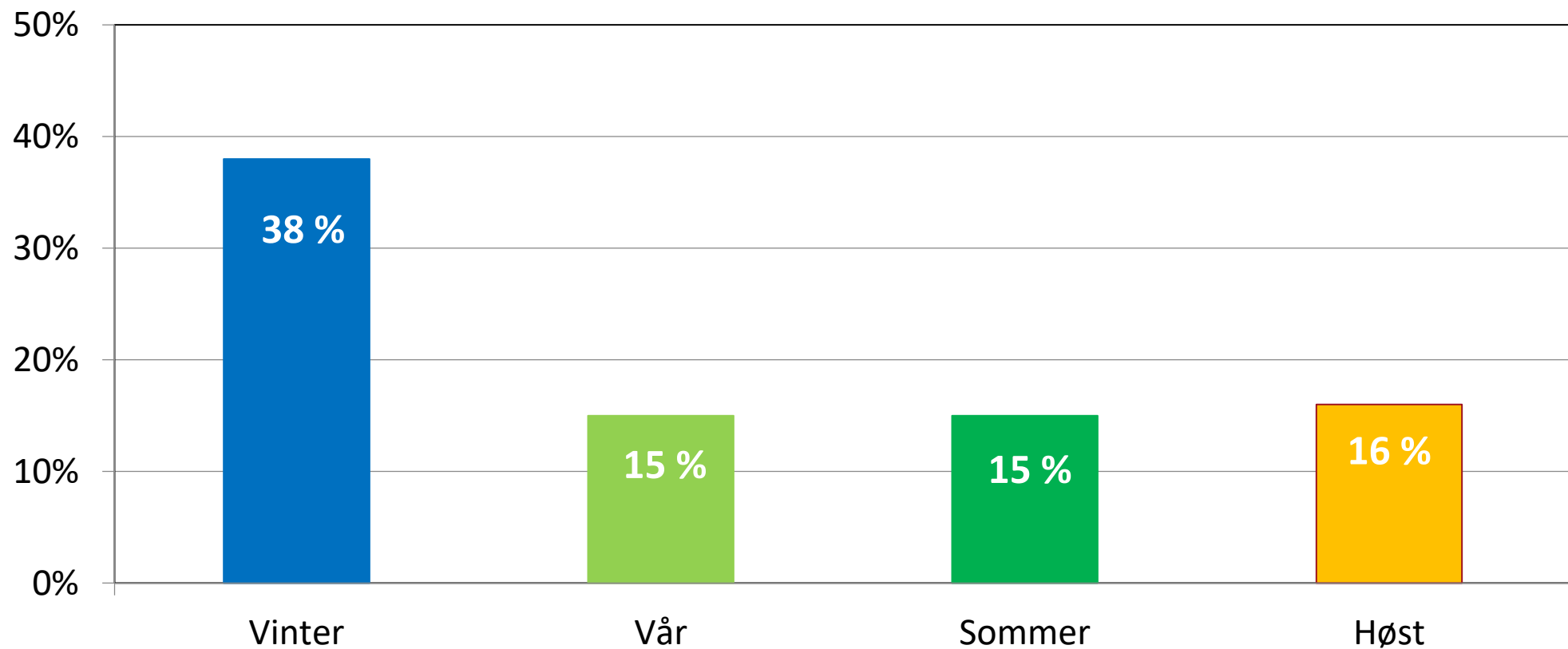


Har du anbefalt vintersykling til andre etter å ha prøvd det selv?





Flere vintersyklister

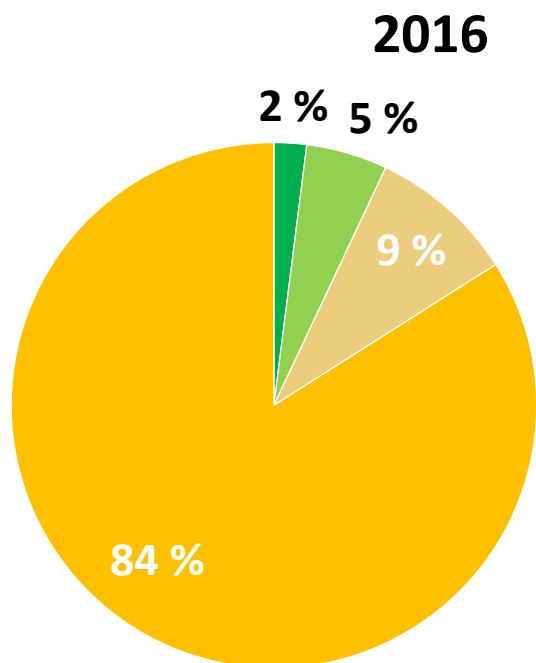


2016 vs. 2015

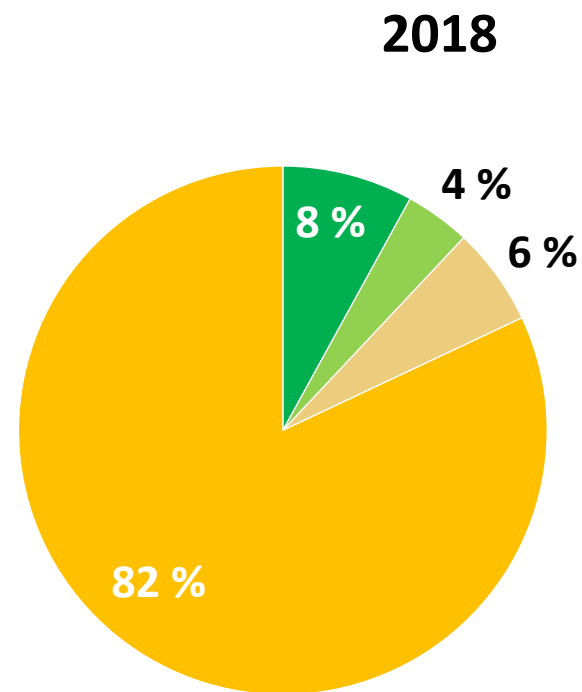


Resultater holdningsundersøkelse


Pleier du å sykle i Oslo i vinterhalvåret?



- Ja, nesten alltid/alltid
- Ja, ofte
- Nei, sjelden
- Nei, nesten ikke



- Ja, nesten alltid/alltid
- Ja, ofte
- Nei, sjelden
- Nei, nesten ikke



«Andelen sykkelreiser i underrepresenterte grupper skal øke med 50 %»

Studentkampanje

Hva gjør vi?

- Bli kjent med studentene – hva er deres drivere og barrierer
- Samarbeid med studiesteder
- Rekruttere sykkelfaddere for nye studenter
- Sykkelauksjon, gratis sykkelfix, studiestart
- Eget studentsykelkart
- Dialog om tilrettelegging på campus
- Vinterkampanje
- Før- og etterundersøkelser



Støtte til sykkelaktiviteter

- 15 aktiviteter i 11 bydeler
- Involverer andre engasjerte
- Lokalt engasjement
- Økt troverdighet

Effekt

«Totalt sett er Oslo en god by å sykle i»

■ 2014 ■ 2016 ■ 2018

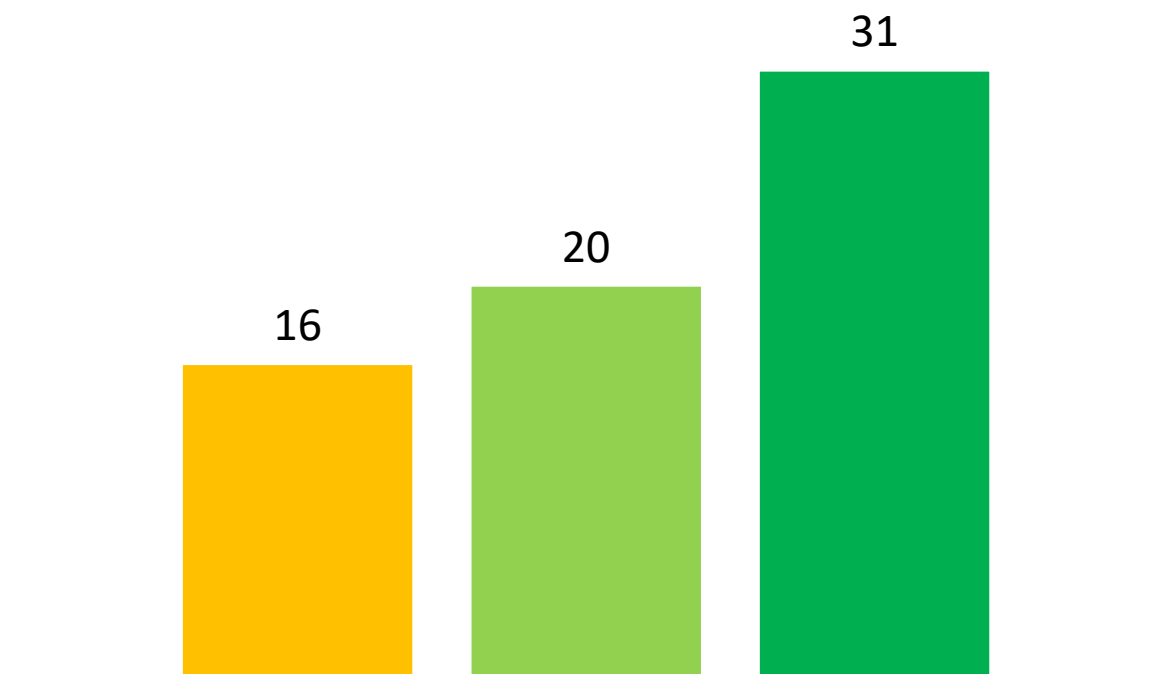


Foto: Scanpix

Oslo kommune

Bymiljøetaten



Oslo kommune



Oslo kommune
Bymiljøetaten

PROXLL

- Vanskelig å måle effekt
- Ressurskrevende med måling av resultater
- Tendens er tydelig: **Kampanjer er et viktig virkemiddel for å få flere til å sykle**