



Oslo kommune

Oslo kommunes vintersykkelkampanje 2016/2017

Hvordan gikk det med de som vant piggdekk?



Innhold

Bakgrunn og sammendrag	3
Om respondentene	4
Kjønn.....	4
Alder og hovedbeskjeftigelse	4
Tilgang til transportmidler.....	5
Bil.....	5
Sykkel.....	5
Månedskort for kollektivtransport	6
Tidligere erfaring med vintersykling.....	7
Rapportert bruk av sykkelen	9
Reiseformål.....	10
Endringer i reisevaner	11
Motivasjon og barrierer for helårssykling	12
Motivasjonsfaktorer	12
Barrierer	13
Påstander om vintersykling	14
Aha- opplevelser.....	16
Drift av sykkelveinettet	17
Ambassadøreffekt	18
Vedlegg.....	19
Tabeller - motivasjon.....	19
Andre motivasjonsårsaker. Før-situasjon.....	21
Andre motivasjonsårsaker. Etter-situasjon.....	22
Tabeller - Barrierer mot å sykle på vinteren.	23

Bakgrunn og sammendrag

Sykkelandelen i Oslo skal øke. Ifølge Sykkelstrategien som ble vedtatt av et enstemmig bystyre i 2015, skal sykkelandelen være 16 % innen 2025. Det sittende byrådet har økt ambisjonsnivået ytterligere, og har satt som mål at en av fire reiser skal foretas på sykkel innen 2025. For å nå mål om økt sykkelandel må flere sykle, de som allerede sykler må sykle oftere, og langt flere må begynne å sykle på vinteren. Det er nødvendig å jobbe med et bredt spekter av tiltak for å få flere til å sykle. Noe av det viktigste arbeidet er å lage mer og bedre sykkelinfrastruktur, og å sørge for en helårsdrift som gjør at sykkelveinettet er fremkommelig hele året.

En av motforestillingene til at Oslo kan bli en god sykkelby, er at sykkelene er lite egnet som transportmiddel vinterstid. Dette er noe av bakgrunnen for at det har blitt økt satsing på drift av sykkelveinettet på vinteren, og for vintersykelkampanjene som har blitt gjennomført av kommunen de siste årene.

Et av elementene i vintersykelkampanjene de siste to årene har vært å gi ut gratis piggdekk til folk som ikke har syklet på vinteren før. For å undersøke hvilken effekt dette har hatt, har det blitt gjennomført spørreundersøkelser av de som fikk piggdekk, og i denne rapporten gjengis resultatene fra de som vant piggdekk under kampanjen vinteren 2016/2017. Dette året ble det gjennomført et større vintersyklingsarrangement på Rådhusplassen, der det ble loddet ut 100 piggdekk. Det var totalt 278 personer som deltok i konkurransen. Det ble gjennomført to spørreundersøkelser for å se hvilken effekt kampanjen hadde, der én ble sendt ut rett etter arrangementet og én ble sendt ut etter vinteren var omme. Det var 98 mailadresser som var gyldige, og som fikk utsendt spørreskjema. Svarprosenten var 90 % i førundersøkelsen, og 81 % i etterundersøkelsen.

Alle som svarte på etterundersøkelsen hadde syklet på vinteren. Hele 41 % oppga at de syklet minst 5 dager i uken, og 86 % sa at de syklet minst ukentlig. 96 % av respondentene sa at de kom til å sykle neste vinter, mens 4 % svarte at de kanskje ville sykle neste vinter.

Et av de viktigste funnene fra undersøkelsen er at det i stor grad er *fordommer* fremfor faktiske barrierer som hindrer flere fra å sykle på vinteren. Før vinteren, da flesteparten av respondentene aldri hadde syklet vinterstid før, antok de fleste at det ville være langt vanskeligere og mer ubehagelig å sykle på vinteren enn det som faktisk var tilfellet da de forsøkte. En av de viktigste grunnene til at de hadde kviet seg for å sykle på vinteren var at de var redde for glatte veier, men etter å ha syklet med piggdekk en vinter ble glatte veier vurdert som et svært lite hinder. Respondentene følte seg trygge når de syklet med piggdekk.

Resultatene viste videre at hele 92 % av respondentene hadde anbefalt vintersykling til andre etter å ha prøvd det selv. Blant de som hadde anbefalt det, var det 17 % som visste at minst én av de som de hadde anbefalt vintersykling til, hadde prøvd det.

Dette viser at kampanjer som får folk til å prøve å sykle på vinteren kan være effektive for å rekruttere nye helårssyklister gjennom å bryte ned fordommer, og videre at de har en effekt ut over bare de personene som får piggdekk.

Om respondentene

Kjønn

Det var en forholdsvis jevn kjønnsfordeling blant de som vant piggdekk, men med en liten overvekt av menn. I førundersøkelsen var det 40 % kvinner. I etterundersøkelsen var det større frafall blant mennene, og av de som svarte på denne var 46 % kvinner.

Alder og hovedbeskjeftigelse

De fleste som vant piggdekk var mellom 20 og 50 år. 74 % var yrkesaktive, 14 % var under utdanning, og 11 % var enten arbeidsledige, hjemmeværende, langvarig sykmeldt/uføre eller pensjonerte.

Alder	Frekvens	Prosent
20	1	1 %
20-29	25	28 %
30-39	30	34 %
40-49	22	25 %
50-59	5	6 %
60 +	5	6 %
	88	100 %

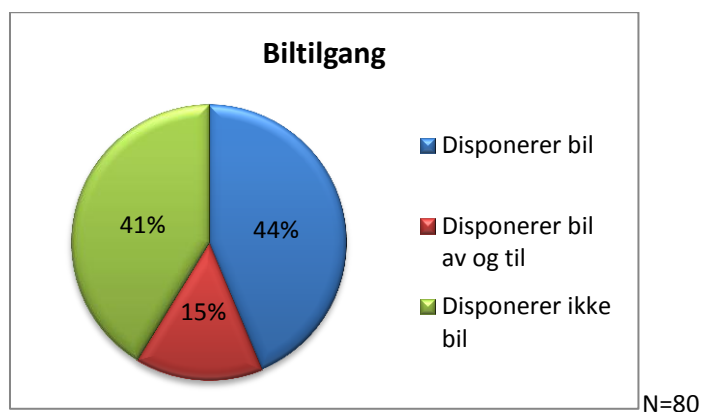
Hovedbeskjeftigelse	Prosent
Yrkesaktiv, inntektsgivende arbeid	74 %
Skoleelev/student	14 %
Hjemmeværende/omsorgsarbeid i hjemmet	1 %
Militærtjeneste, siviltjeneste	0 %
Fødselspermisjon	0 %
Pensjonist	1 %
Langvarig sykmeldt eller ufør	2 %
Arbeidsledig, uten inntektsgivende arbeid	7 %
Annet	1 %

Tilgang til transportmidler

Tilgang til transportmidler er en viktig faktor for hvordan folk velger å reise. Derfor ble respondentene stilt noen spørsmål knyttet til bil- og sykkeltilgang, samt hvor ofte de har månedskort for kollektiv. Svarene gir en indikasjon på hvorvidt piggdekkkampanjen traff en bred gruppe transportbrukere, eller om det var en særskilt gruppe som var sterkere representert enn andre. Resultatet viser at kampanjen traff et bredt spekter hva tilgang til transportmidler angår.

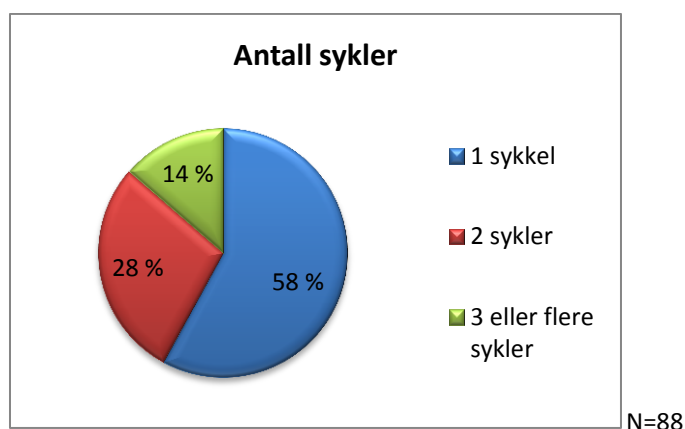
Bil

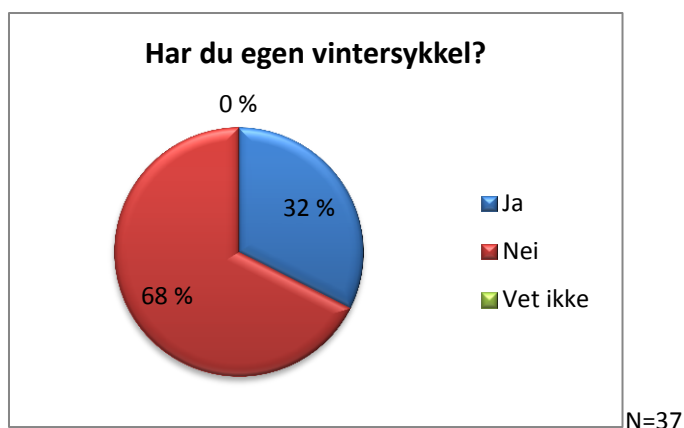
91 % av respondentene hadde førerkort. Blant disse var det 59 % som oppga å disponere bil hele tiden eller av og til. Til sammenligning var det ifølge SSB 543 biler per 1000 innbygger i Oslo ved utgangen av 2016.



Sykkel

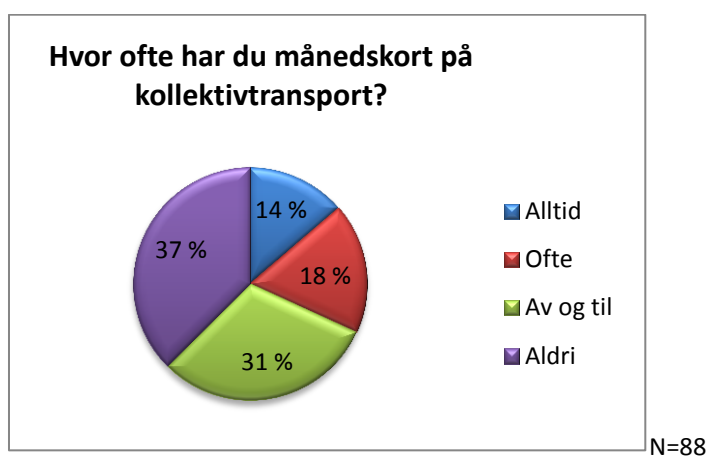
58 % hadde kun én sykkel i brukbar stand, mens 42 % oppga at de hadde minst 2 sykler som de veksler på å bruke gjennom året. Av de som hadde mer enn én sykkel, var det om lag en tredel som hadde en egen «vintersykkel».





Månedskort for kollektivtransport

Det var stor variasjon i hvor ofte respondentene hadde månedskort for kollektivtransport. 14 % oppga å alltid ha månedskort, mens 37 % oppga at de aldri hadde månedskort. Den resterende halvparten hadde månedskort enten «ofte» eller «av og til».



Tidligere erfaring med vintersykling

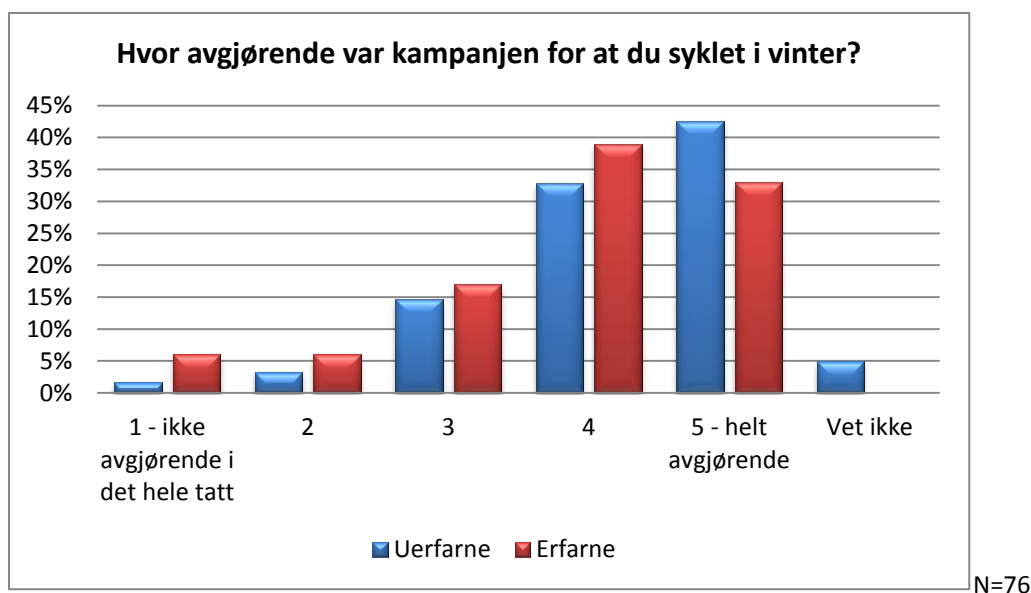
Formålet med vintersykkeltkampanjer er å få flere helårssyklister. Hovedmålgruppen er derfor alle de som ikke ville ha syklet hadde det ikke vært for kampanjen. De som ikke har syklet på vinteren før er åpenbart en viktig målgruppe, men også de som har syklet på vinteren *uten* piggdekk er viktige å nå frem til. Dette fordi piggdekk kan bidra til at de sykler oftere og fordi økt bruk av piggdekk gir en sikkerhetsgevinst.

For å vurdere om kampanjen nådde frem til den rette målgruppen, ble alle som oppga å ha syklet i løpet av vinteren spurt om hvor avgjørende kampanjen var for at de hadde syklet. Hele 78 % svarte at kampanjen var avgjørende eller helt avgjørende, og bare noen få svarte at det ikke var avgjørende.

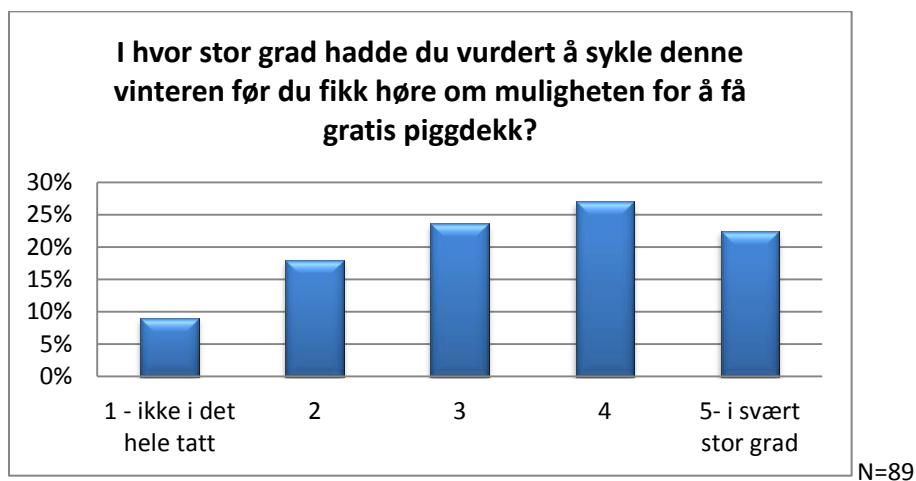


Det kan tenkes at en del av de som mente at kampanjen var lite avgjørende enten hadde syklet på vinteren tidligere, eller at de var så motiverte at de hadde begynt å sykle vinterstid uavhengig av kampanjen. 24 % av respondentene i førundersøkelsen oppga å ha syklet på vinteren tidligere, hvorav om lag halvparten (13 personer) hadde syklet med piggdekk sist vinter de syklet.

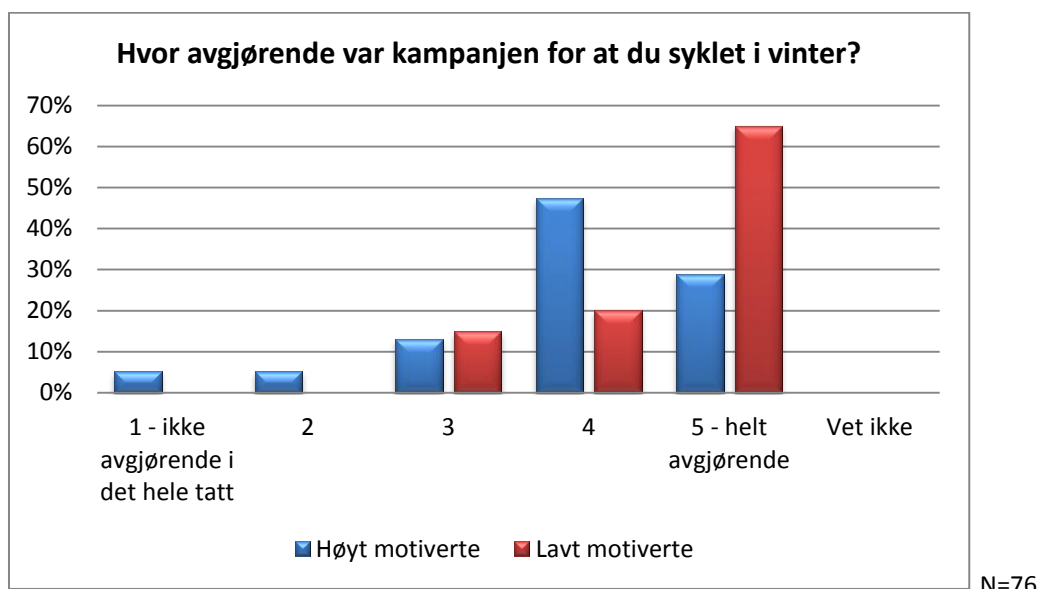
Ville de som hadde syklet på vinteren tidligere ha syklet uavhengig av kampanjen? Tabellen under tyder på at også de som hadde erfaring med å sykle på vinteren (med eller uten piggdekk) kan ha vært i målgruppen for kampanjen. På spørsmål om hvor viktig kampanjen var for at de syklet den vinteren, oppga de i nesten like stor grad som de helt uerfarne vintersyklistene at kampanjen var avgjørende.



Det varierte hvor sterkt respondentene hadde vurdert å sykle før de fikk høre om kampanjen. Svarene viste at om lag halvparten hadde i ganske stor eller i stor grad vurdert å sykle, mens om lag en tredel hadde vurdert det i liten grad eller ikke i det hele tatt. Dette viser at vintersykkelkampanjer kan nå ut blant et bredt spekter i befolkningen hva motivasjon for helårssykling angår, selv om det var en overvekt av over gjennomsnittlig motiverte deltakere.



Ville de med høy motivasjon ha startet å sykle uavhengig av kampanjen? For å få en indikasjon rundt dette er det i tabellen under skilt på svarene til de som i liten grad hadde vurdert å sykle på vinteren før de hørte om kampanjen (lavt motiverte) med de som i stor grad hadde vurdert å sykle (høyt motiverte). Ikke overraskende var kampanjen mer avgjørende for de som ikke hadde vurdert å sykle før, men også flertallet av de som i utgangspunktet var motiverte mente at kampanjen hadde vært viktig for dem.



Rapportert bruk av sykkel

Blant de 79 personene som svarte på både før- og etterundersøkelsen, svarte alle at de hadde syklet i løpet av vinteren. Det er ikke mulig å vite hvorvidt de som ikke svarte på undersøkelsen også syklet på vinteren, men et minimumsanslag er at 79 % av de som vant piggdekk syklet i løpet av vinteren.

Respondentene ble stilt spørsmål i etterundersøkelsen om hvorvidt de hadde syklet med piggdekkene. Tre personer sa at det hadde variert, mens de resterende brukte piggdekk gjennom hele vinteren. Resultatene viste videre at sykkel ble hyppig brukt blant respondentene. Hele 41 % oppga at de syklet minst 5 dager i uken, og 86 % sa at de syklet minst ukentlig.

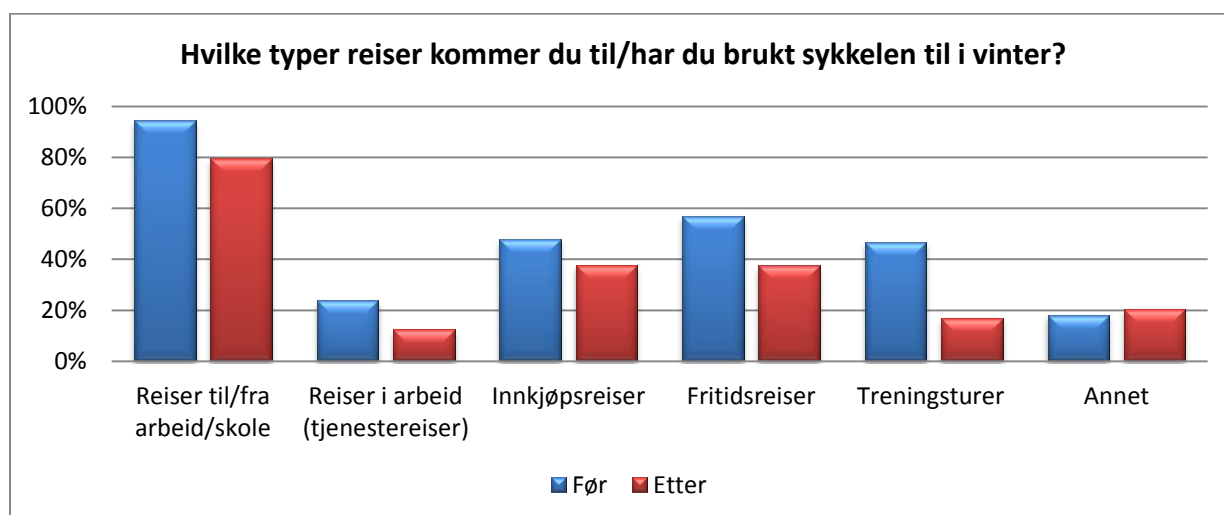


Reiseformål

I før-undersøkelsen ble respondentene spurt om hvilke reiser de trodde de kom til å benytte sykkel til i løpet av vinteren, og i etterundersøkelsen ble de spurt om hvilke typer reiser de faktisk benyttet sykkel til. Flere svar var mulige.

Arbeids- og skolereiser var den reisehensikten som flest (94 %) trodde de kom til å bruke sykkel til. 56 % trodde de kom til å bruke sykkel til fritidsreiser, 48 % trodde de kom til å bruke den til innkjøpsreiser, og 47 % trodde de kom til å benytte den til treningsturer. Kun 23 % trodde de kom til å benytte sykkel på tjenestereiser.

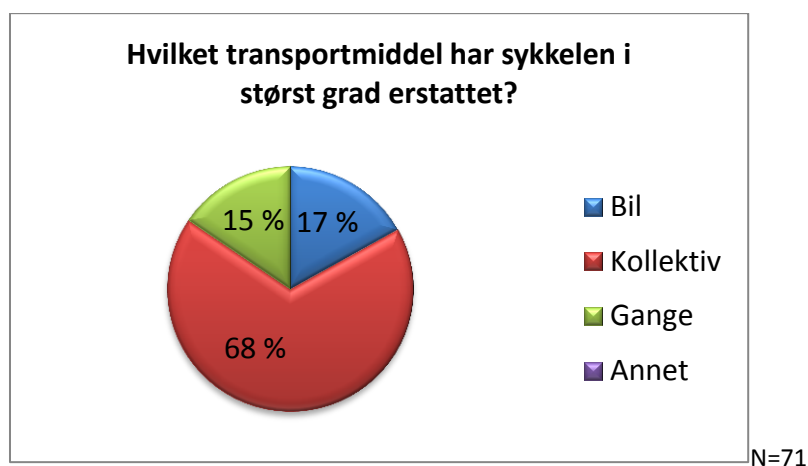
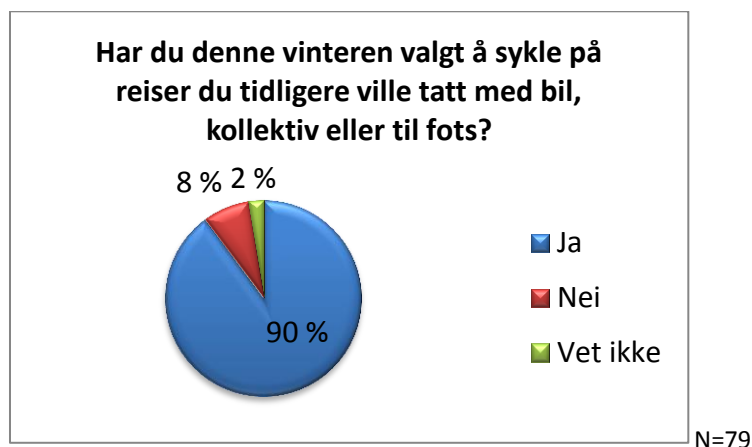
Det var ganske godt samsvar mellom hva slags type reiser respondentene trodde de ville bruke sykkel til, og hvilke reiser de faktisk benyttet den til. Den største differensen mellom antatt og faktisk atferd var reiseformålet «treningsturer», der det var langt færre som oppga å ha brukt sykkel til treningsformål enn det man hadde trodd på forhånd.



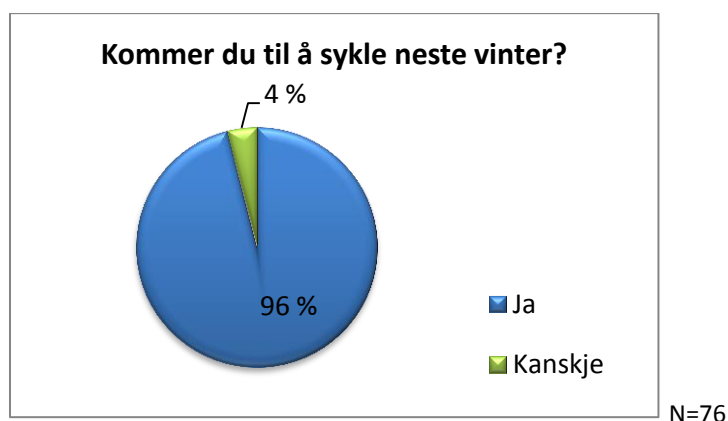
N=88 i førsituasjon. N=79 i ettersituasjon.

Endringer i reisevaner

Overføring av reiser fra kollektiv og bil til sykkel er særlig viktig på vinteren fordi det er større problemer da med luftforurensing samt trengsel om bord på kollektivtransport. 90 % av respondentene svarte at de hadde endret reisevanene sine og brukt sykkel på reiser de tidligere ville tatt med bil, kollektivtransport eller til fots. Det var hovedsakelig kollektivreiser som sykkel erstattet, mens 17 % oppga at det primært var bilreisene som var blitt erstattet av sykkel.



Respondentene mente i stor grad at de kom til å fortsette å sykle på vinteren, hele 96 % sa at de kom til å sykle neste vinter.

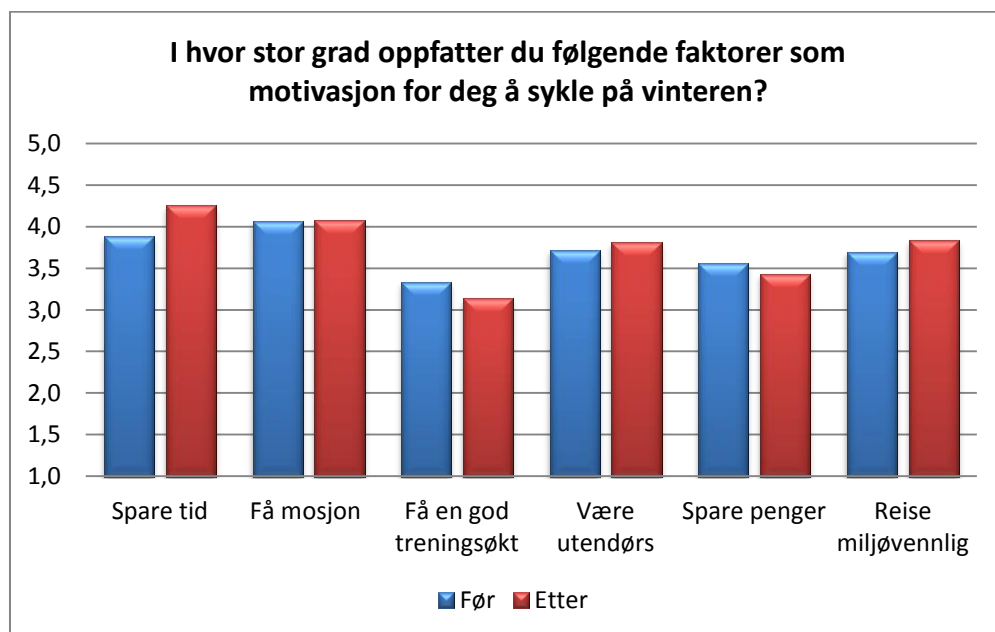


Motivasjon og barrierer for helårssykling

Motivasjonsfaktorer

Før vinteren ble vinnerne av piggdekk stilt følgende spørsmål: «I hvor stor grad opplever du følgende faktorer som motivasjon for deg til å sykle på vinteren?» Faktorene som fulgte var knyttet til tidsbesparelser, mosjon, trening, å være utendørs, spare penger og miljøhensyn. Etter vinteren ble de stilt spørsmålet: «Etter å ha syklet i vinter, i hvor stor grad opplever du følgende faktorer som motivasjon for deg til å sykle på vinteren?»

Resultatene viser at den viktigste motivasjonsfaktoren var å spare tid, mens «å få en god treningsøkt» var det som i minst grad motiverte til å sykle. Det var stor grad av samsvar mellom svarene før og etter vinteren, men tidsbesparelse ble vurdert som enda litt viktigere etter vinteren.¹



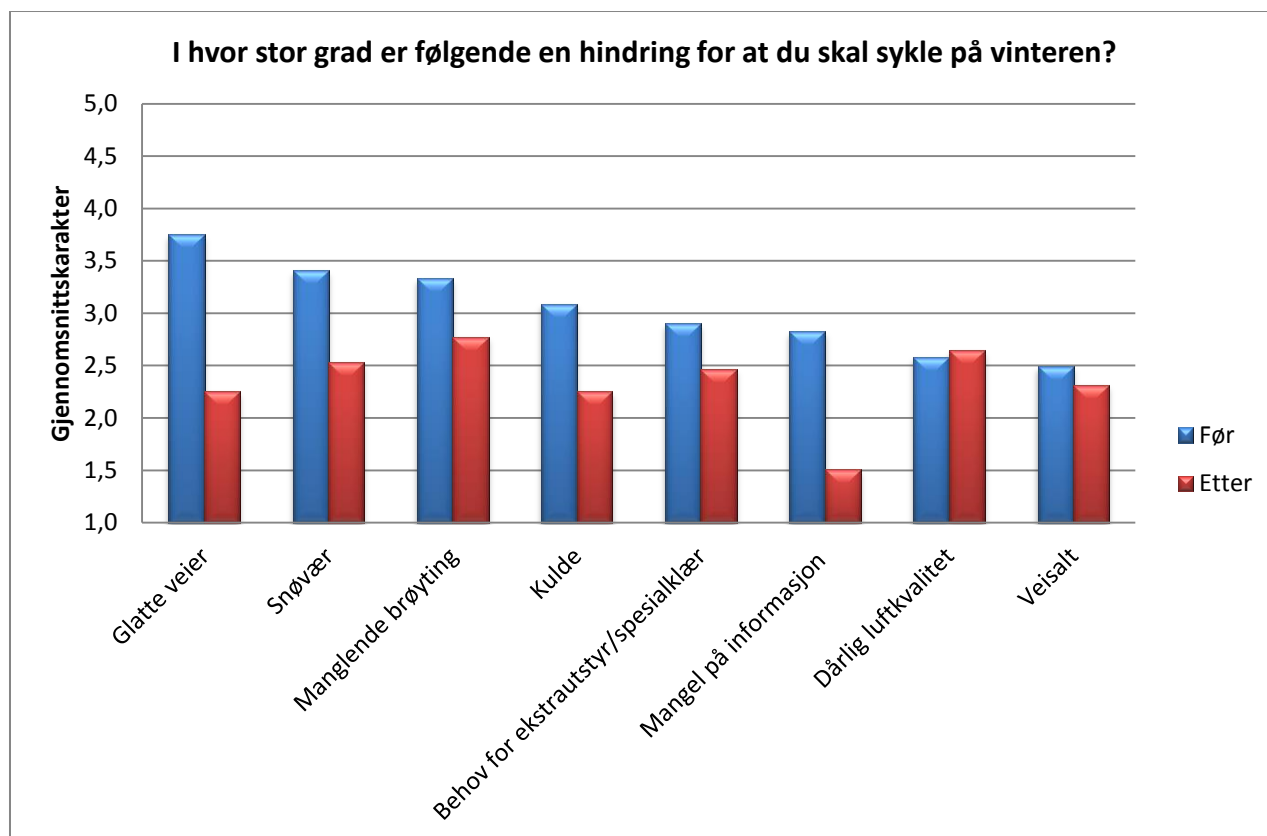
Skalaen går fra 1=i svært liten grad til 5=i svært stor grad. N=89 i førsituasjon, N= 79 i ettersituasjon.

Det var også mulig å oppgi andre motivasjonsårsaker i før- og etterundersøkelsen, og flere av respondentene benyttet seg av denne muligheten. Det var særlig fordelene ved å sykle sammenlignet med å reise kollektivt som ble trukket frem. Sykkelen ble vurdert som mer behagelig, fleksibel og forutsigbar relativt til kollektivtransport.

¹ Se vedlegg for tabellene knyttet til motivasjon for å sykle på vinteren i før- og ettersituasjon.

Barrierer

I undersøkelsen ble det stilt en del spørsmål om barrierer knyttet til å vinterstid. Før vinteren mente respondentene at de største hindringene for at de skulle sykle på vinteren var henholdsvis glatte veier, snøvær, manglende brøyting og kulde, men etter endt vinter hadde oppfatningene endret seg².

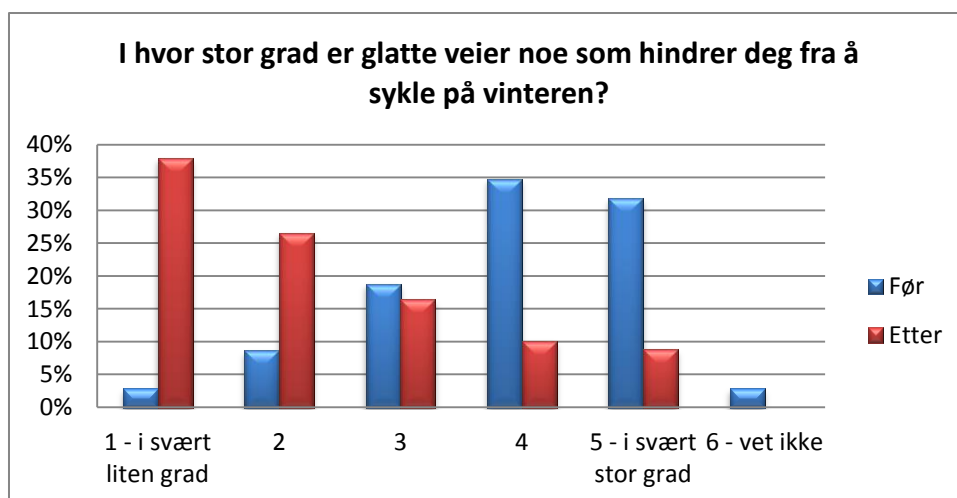


Skalaen går fra 1= i svært liten grad til 5= i svært stor grad. N=89 i førsituasjo, N= 79 i ettersituasjon.

Med unntak av barrieren knyttet til «luftforurensing», ble alle de hindringene vurdert av respondentene som mindre viktige etter at de hadde syklet en vinter. Den største endringen var knyttet til i hvor stor grad de oppfattet at «glatte veier» var noe som hindret dem fra å sykle vinterstid. Før de testet ut vintersykling, var dette regnet som det største hinderet, men etter å ha syklet med piggdekk en vinter ble glatte veier regnet som et av de minste hindrene.

Disse funnene tyder på at det i stor grad er *fordommer* fremfor faktiske barrierer mot å sykle på vinteren som hindrer flere fra å bli helårssyklister. Kampanjer som får folk til å prøve å sykle på vinteren er derfor viktige for å bryte ned fordommene.

² De som hadde syklet på vinteren før er ikke inkludert i tallgrunnlaget.

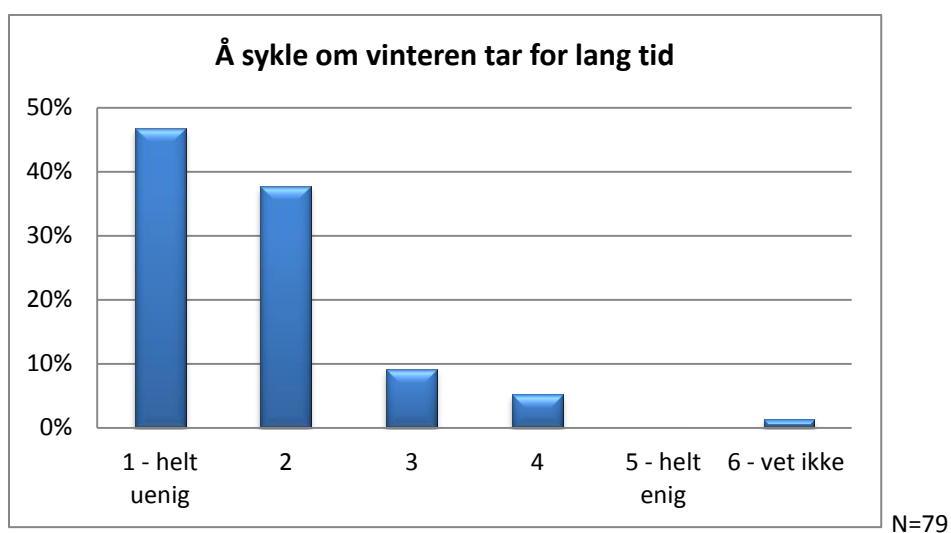
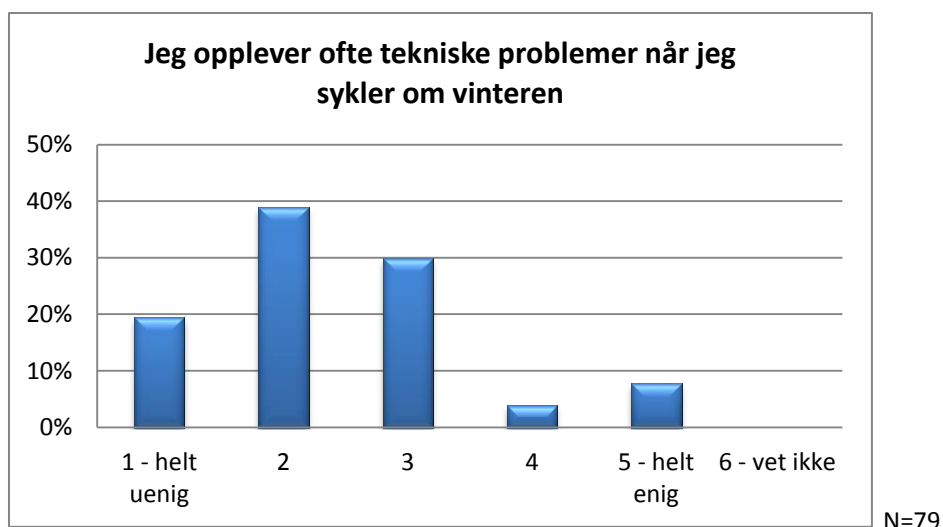


N=89 i førsituasjon, N= 79 i ettersituasjon

Påstander om vintersykling

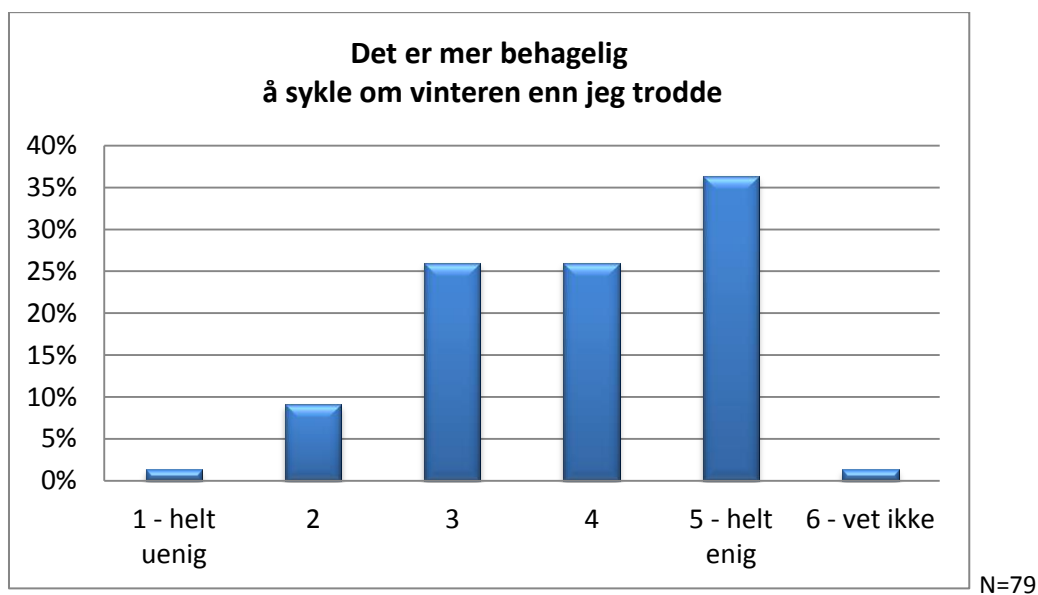
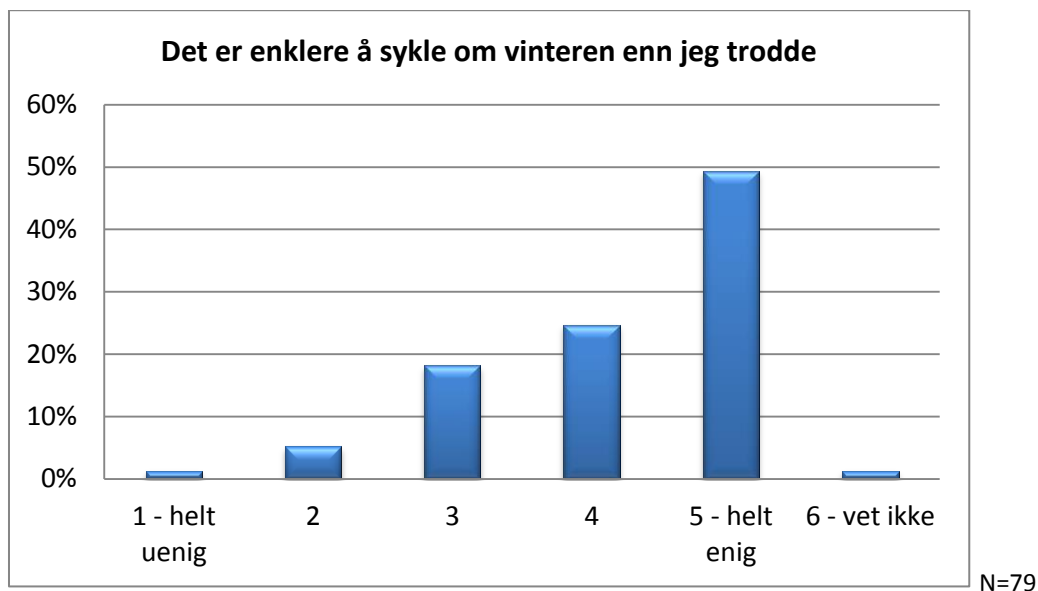
I etterundersøkelsen ble respondentene bedt om å vurdere en rekke påstander knyttet til hvordan det er å sykle på vinteren. Resultatene viste at det var få som opplevde at det var vanskelig å holde varmen eller å finne en god sykkelrute om vinteren. Det var likeledes få som opplevde mye tekniske problemer, eller at det tok for lang tid å sykle om vinteren. En del sa seg enig i at det krever mye ekstrautstyr og spesialklær for å sykle om vinteren.

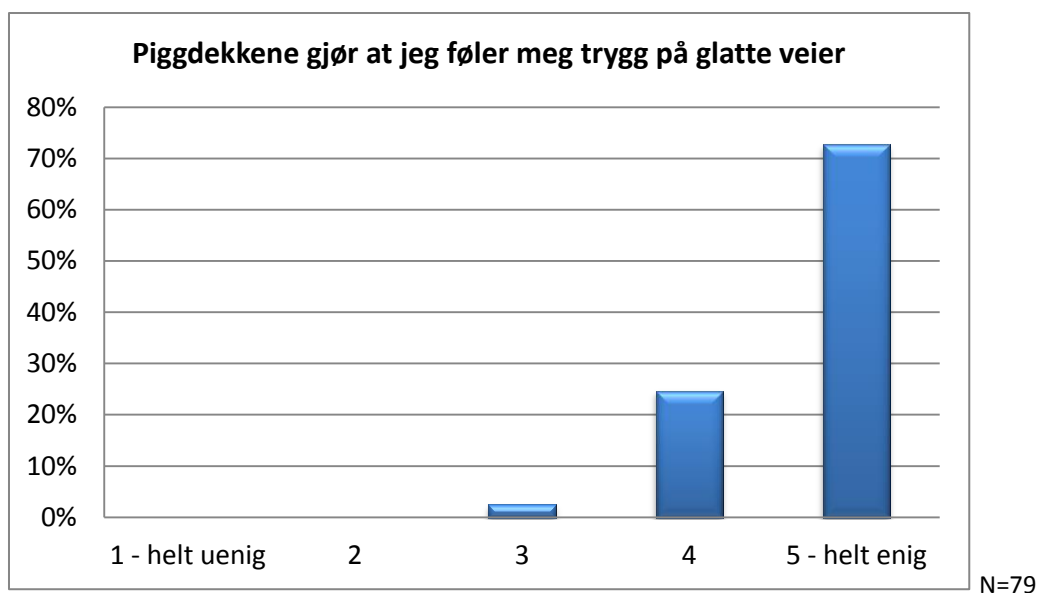




Aha- opplevelser

Undersøkelsen viste at de fleste syntes det var både enklere og mer behagelig å sykle på vinteren enn de hadde trodd. Før vinteren var glatte veier et av de største hindrene for respondentene for å sykle på vinteren, men etter at de fikk testet ut å sykle med piggdekk en vinter sa 97 % seg helt eller delvis enig i at piggdekkene gjorde at de følte seg trygge på glatte veier. (N=79)





Drift av sykkelveinettet

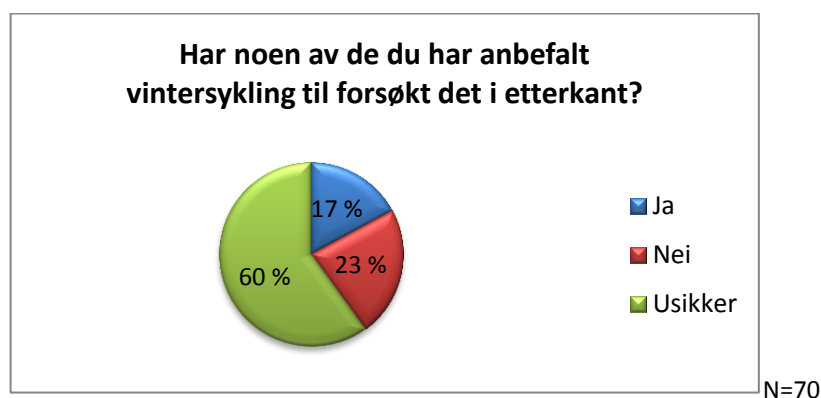
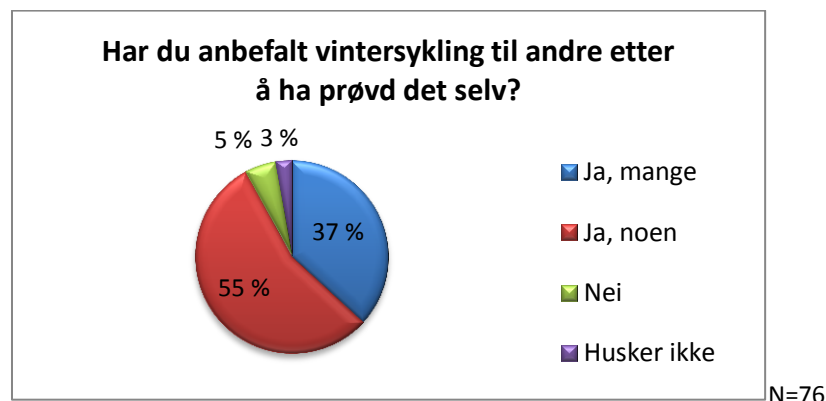
Et viktig tiltak for å få flere til å sykle på vinteren er å holde en god driftsstandard på sykkelveinettet. Brøyting og fjerning av snø bidrar til at sykkelveinettet er tilgjengelig og fremkommelig også på vinteren, og det er viktig for å øke trafikksikkerheten for de som sykler.

I etterundersøkelsen ble respondentene spurt om hva de syntes om brøytingen av sykkelveinettet den vinteren, og de fleste mente at brøytingen var middels eller bra. 14 % svarte at de syntes brøytingen hadde vært dårlig eller svært dårlig. Oslo kommune har økt satsingen på drift av sykkelveinettet siden vinteren 2014/2015. Disse resultatene tyder på at kommunen har kommet et godt stykke på vei, men at det fortsatt er mye rom for forbedring.



Ambassadøreffekt

Utlodding av piggdekk til 100 personer har i seg selv en svært begrenset effekt når det kommer til å få flere til å sykle på vinteren. Derfor var det ønskelig å undersøke hvorvidt kampanjen hadde en «ambassadøreffekt». Resultatene viste at hele 92 % av respondentene i etterundersøkelsen hadde anbefalt vintersykling til andre etter å ha prøvd det selv. 17 % av disse visste at noen av de som de hadde anbefalt vintersykling til, hadde prøvd det. Dette viser at kampanjen også hadde en effekt ut over de personene som vant. Denne typen effekt er viktig fordi det kan være lettere å stole på et budskap som anbefaler vintersykling dersom det kommer fra noen man kjenner og identifiserer seg med.

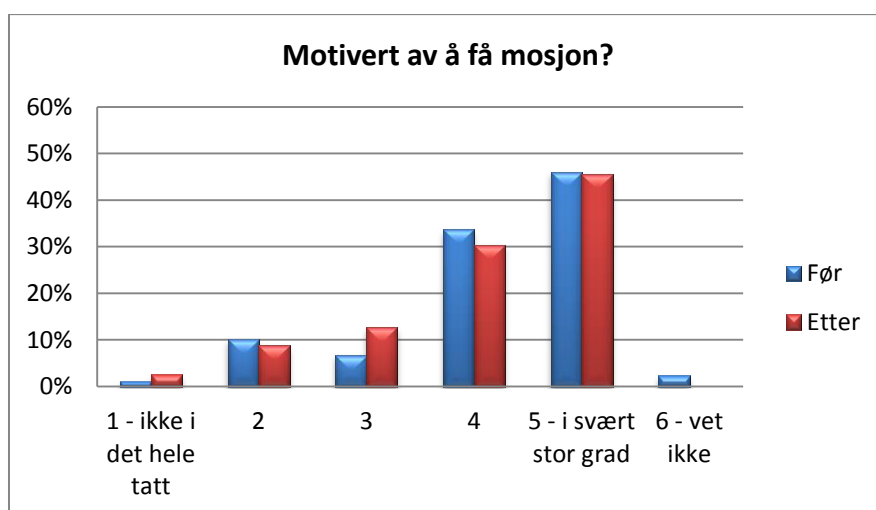
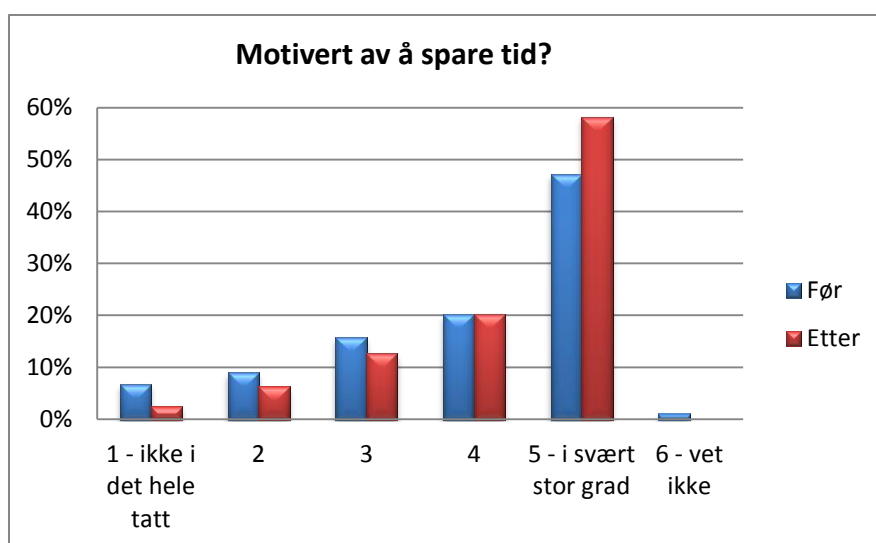


Vedlegg

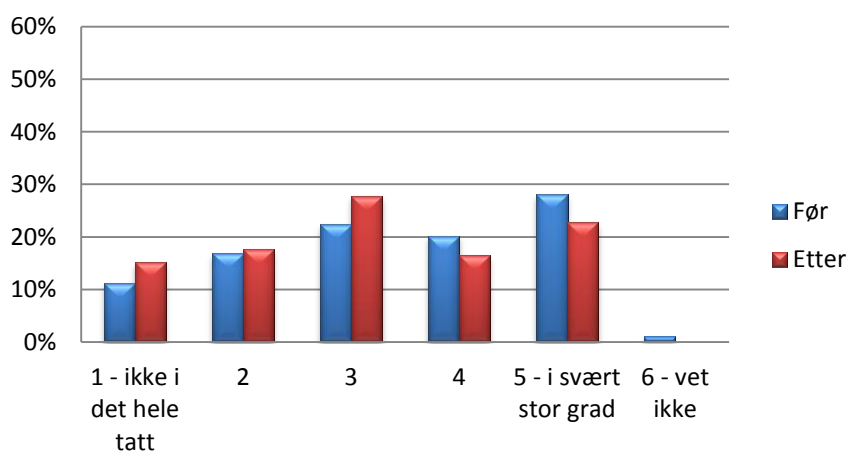
Tabeller - motivasjon

Før vinteren ble vinnerne av piggdekk stilt følgende spørsmål: «I hvor stor grad opplever du følgende faktorer som motivasjon for deg til å sykle på vinteren?» Etter vinteren ble de stilt spørsmålet: «Etter å ha syklet i vinter, i hvor stor grad opplever du følgende faktorer som motivasjon for deg til å sykle på vinteren?»

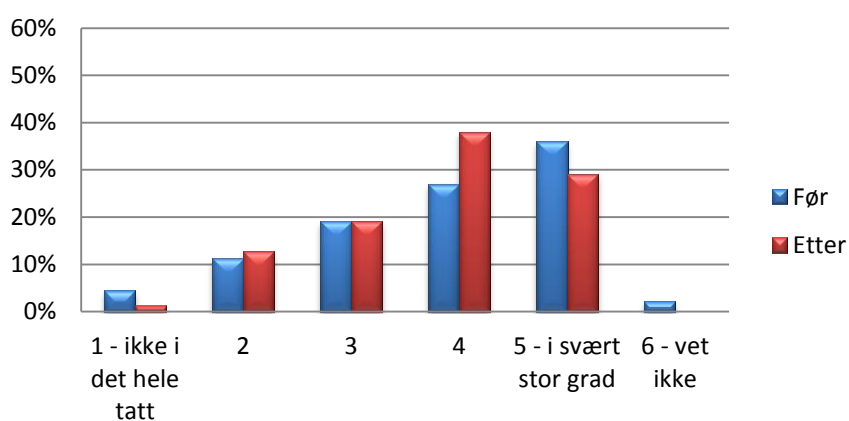
Tabellene under viser svarfordelingen før og etter vinteren.



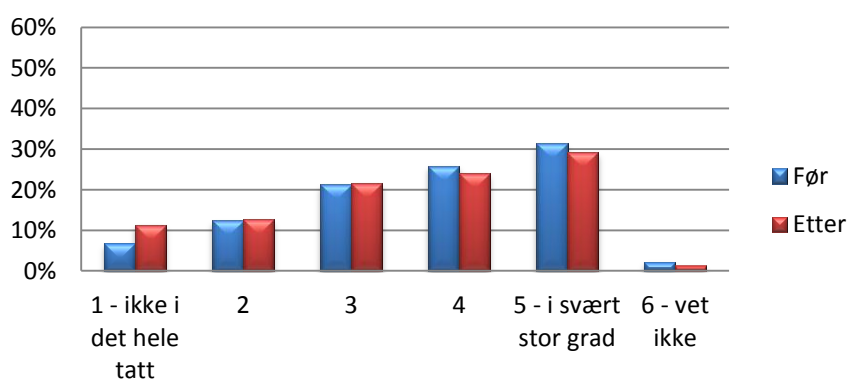
Motivert av en god treningsøkt?

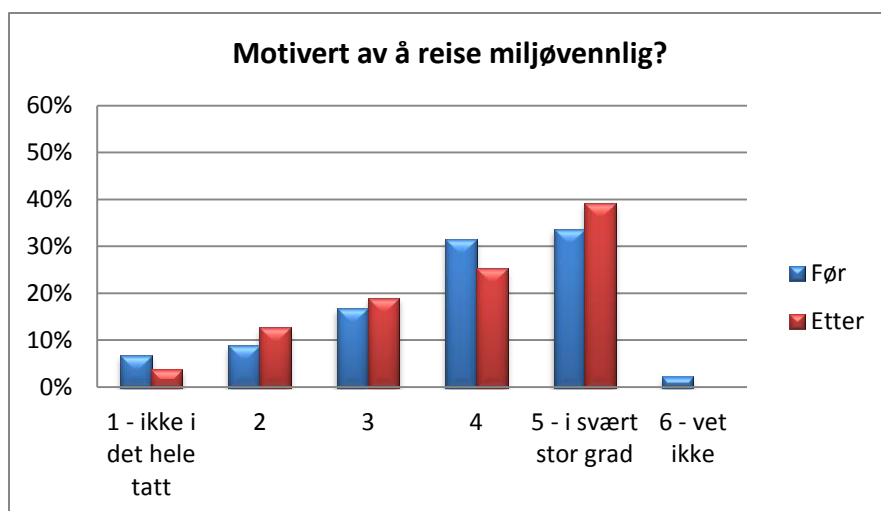


Motivert av å være utendørs?



Motivert av å spare penger?





Andre motivasjonsårsaker. Før-situasjon.

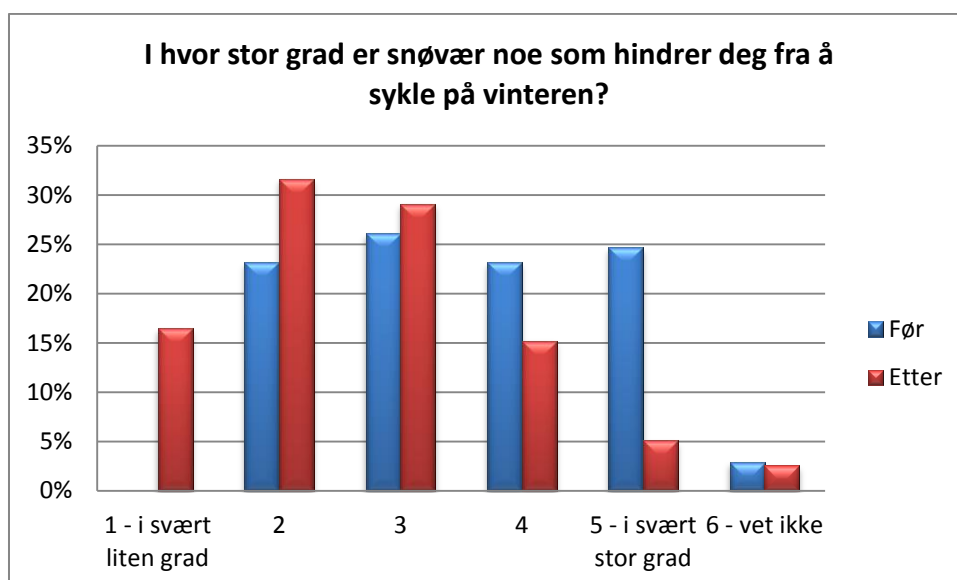
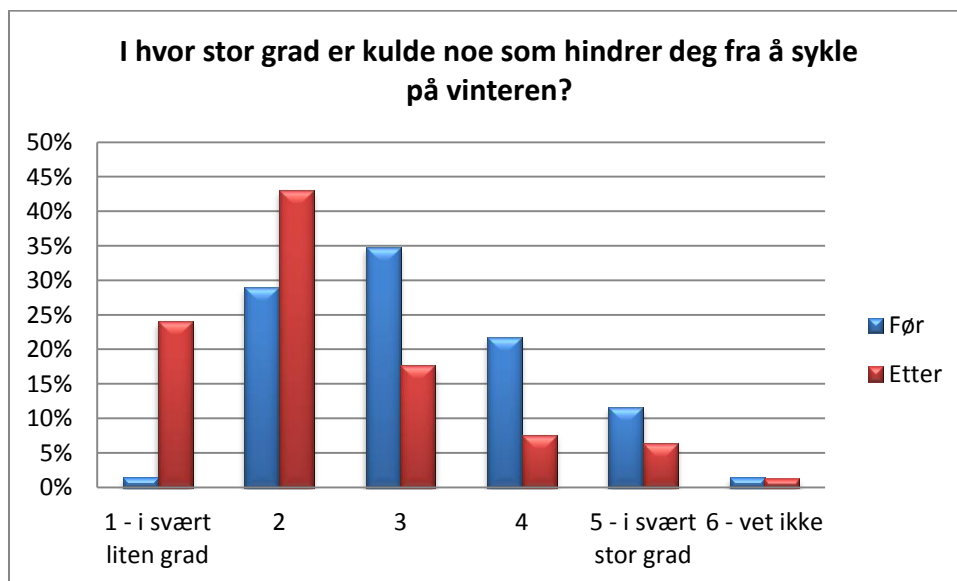
- ✓ Jeg blir glad av å sykle. Med riktig utstyr (piggdekk, lykter, egnet tøy), tror jeg at jeg kan bli det under vinterforhold også.
- ✓ Være et godt eksempel og at det ser veldig fint ut å sykle framfor å stå på fulle busser som blir trege fordi det er flere som kjører buss om vinteren
- ✓ Estetisk opplevelse. Ro. Glede.
- ✓ Kort tid til jobb
- ✓ Fulle t-baner med dårlig luftkvalitet
- ✓ Slippe å ta full og varm kollektivtransport.
- ✓ Slippe å ta stappfulle busser/trikker.
- ✓ Jeg har ikke bil selv, men det er lettere å parkere sykkel enn bil i byen. Særlig på vinteren.
- ✓ Slipper å være avhengig av kollektivtider, kan dra hjemmefra akkurat når det passer. Slipper å stå fast i trafikken på overfylte busser og t-baner.
- ✓ Utendørsaktivitet som kan gjøre reisen til og fra jobb gøy.
- ✓ Det er en aldri så liten "crazy"-faktor her: litt sprøtt å sykle om vinteren. På min tidligere arbeidsplass var jeg den eneste som syklet til jobb (kun sommer). Jeg skulle gjerne ha syklet om vinteren også, men turte ikke.
- ✓ Jeg får sett og "bli kjent" med Oslo i mye større grad enn om jeg tok tbane, trikk ol. Jeg sykler nye veier og prøver å finne "shortcuts", da finner man mye restauranter, klesbutikker osv. som man ikke hadde sett ellers. Det gjelder ikke kun på vinteren, men det å sykle generelt.
- ✓ Blir mer opplagt om morgenen, og slipper å sitte most på trikken

Andre motivasjonsårsaker. Etter-situasjon.

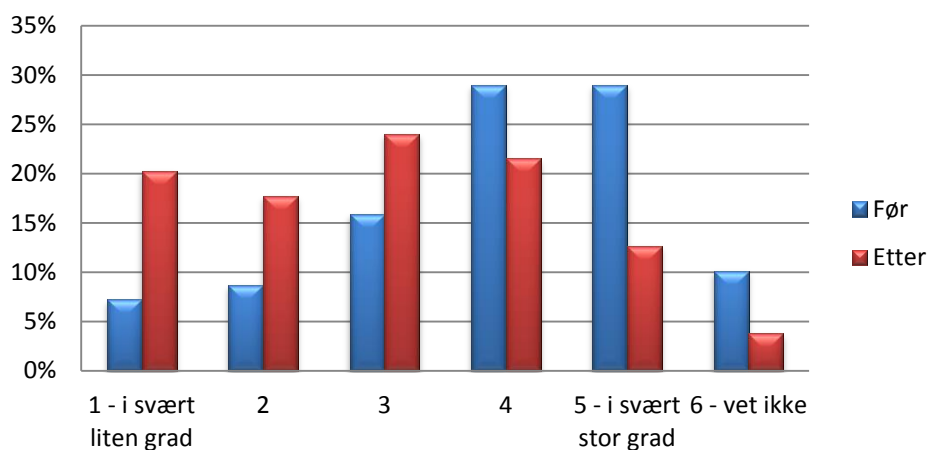
- ✓ Jeg blir glad av å sykle. Jeg synes jeg kjenner meg mer i live blant menneskene. Jeg våkner litt mer opp. Jeg oppdager mer nyanser av lys i vintermørket tidlig om morgenen når jeg sykler og ikke sitter bak vinduet på en trikk eller buss.
- ✓ Det føles trygt å sykle med piggdekk, ofte tryggere enn å gå
- ✓ Flexibilitet.
- ✓ jeg har en veldig fin sykkel og jeg er glad i å bruke den
- ✓ billig
- ✓ Status
- ✓ Slipper å stå på en overfylt trikk eller buss, og så går det sport i det å sykle daglig.
- ✓ Det er jo et snev av mestring og sosial hevd - i mitt sosiale miljø er vintersykling anerkjent, om enn ikke så utbredt.
- ✓ Ser nye deler av byen og blir bedre kjent med smågatene i Oslo
- ✓ Å sykle er jo kjempemorsomt.
- ✓ Å sleppe bussar og t-banevogner fulle av folk, fridomskjensle
- ✓ Større forutsigbarhet med tanke på hvor lang tid jeg trenger til/fra jobb.

Tabeller - Barrierer mot å sykle på vinteren.

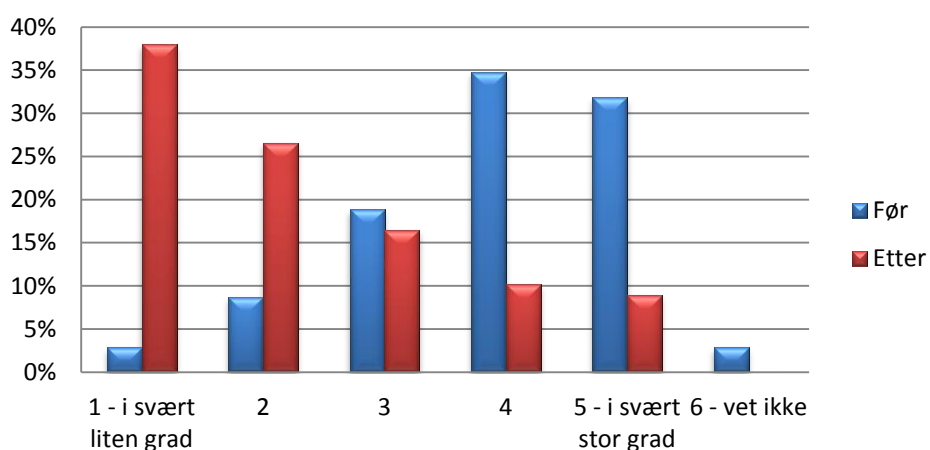
Tabellene under viser svarfordelingen før og etter vinteren.



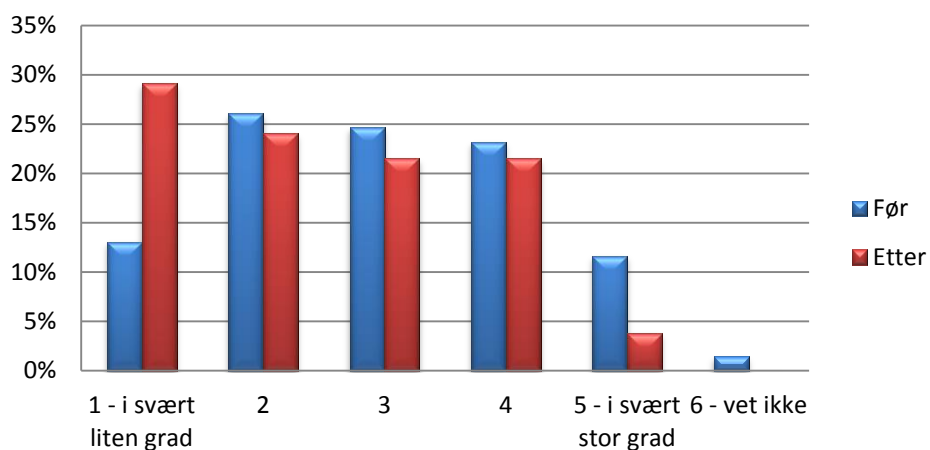
I hvor stor grad er manglende brøyting noe som hindrer deg fra å sykle på vinteren?

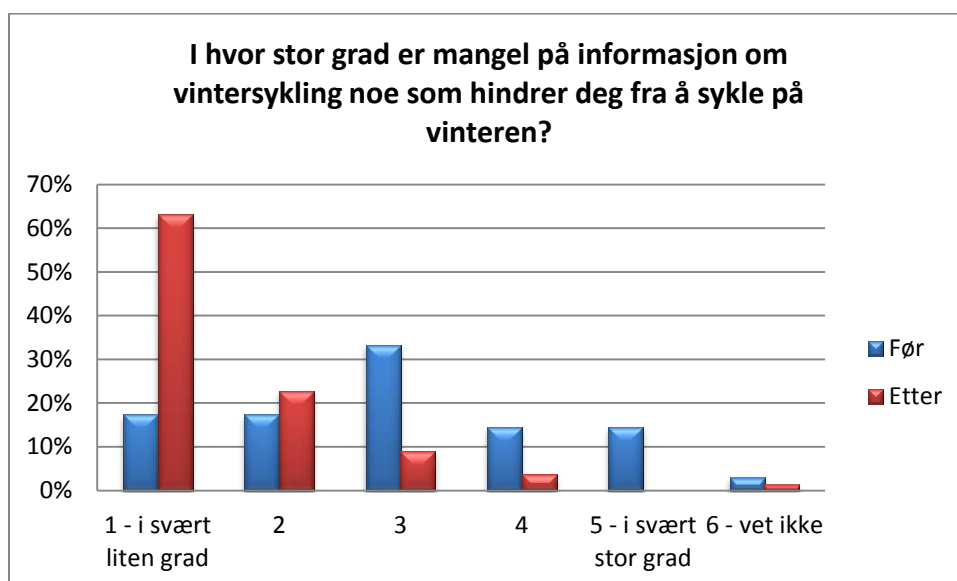
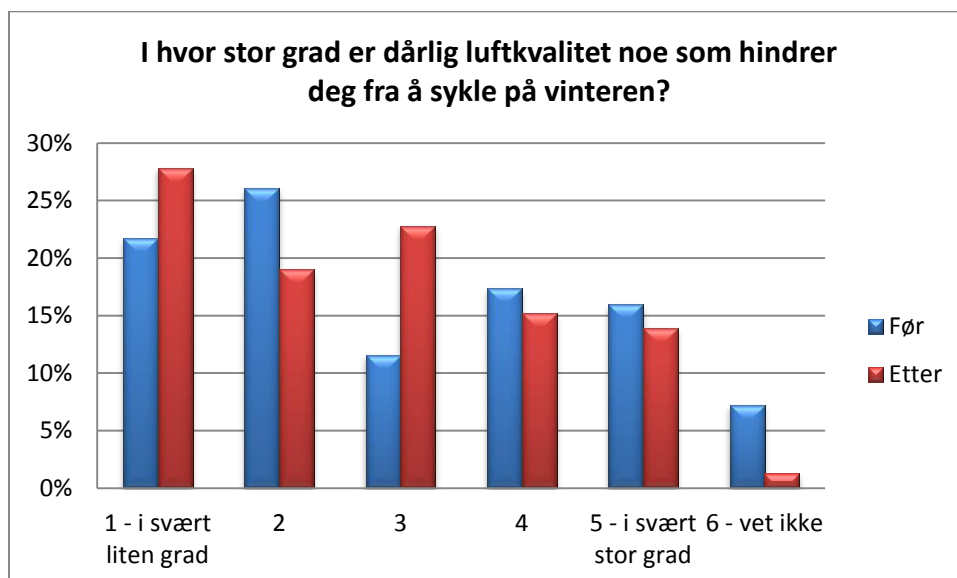
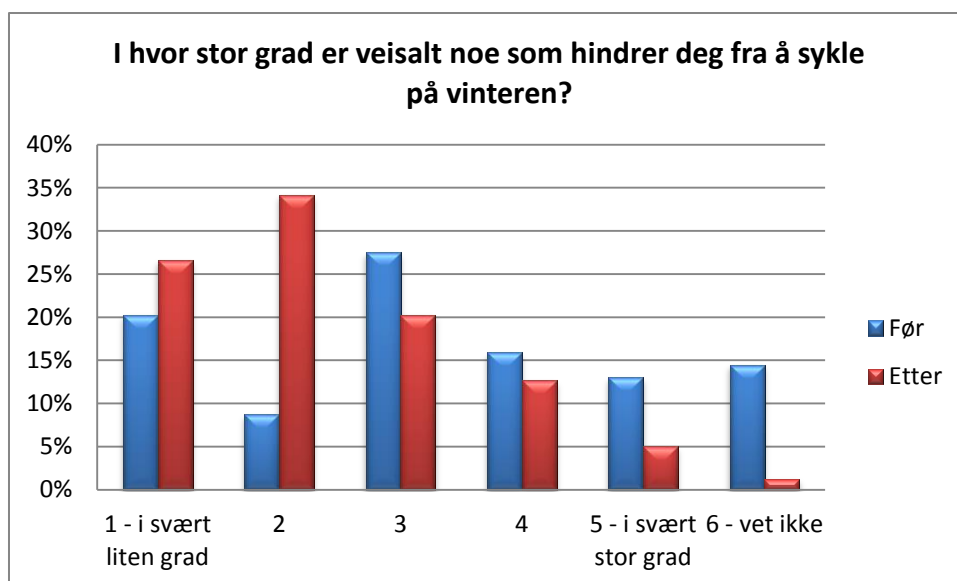


I hvor stor grad er glatte veier noe som hindrer deg fra å sykle på vinteren?



I hvor stor grad er behov for ekstrautstyr/spesialklær noe som hindrer deg fra å sykle på vinteren?







Oslo kommune

26

BYMILJØETATEN

Karvesvingen 3

0579 OSLO

Telefon 2 180 21 80

postmottak@bym.oslo.kommune



Rapporten er utgitt februar 2018