

Rapport over projekt CP111/11-164 Måling af budskabers effekt på markedsføring af cykeltrafik

Tak til

Mikael Colville, Copenhagenize Consulting, Mary Embry, Copenhagenize Consulting, Pedru Madruga, Copenhagenize Consulting/Occam, Sidsel Birk Hjuler, BirkPlusPabst, til følgegruppen: Troels Andersen, Frediricia og Odense Kommune, Anette Enemark, Tetraplan, Ole Kassow, Wemind, Anette Jerup Jørgensen, Cyklistforbundet, Marianne Weinreich, Veksø, Lene Hansen, Byens Trafikråd, Morten Risgaard Dam, Aros, Sabrina Speiermann, Københavns Kommune, Marie Kåstrup, Københavns Kommune, til Henrik Vincentz, Userneeds, Birger Jan Olsen, Mindmetic, Thomas Geuken, Institut for Fremtidsforskning og til Thomas Sick Nielsen, DTU. Alle har bidraget til projektet. De holdninger, som måtte fremkomme i rapporten, er dog alene undertegnede.

Sammenfatning

Der er udviklet en målemetode, som gør det muligt at observere hvorledes personer reagerer på budskaber i billed-form.

Metoden gør brug af et elektronisk spørgeskema, der sendes til et passende antal respondenter. Hver af respondenterne får ét bestemt af de indgående billeder som bannerbillede. Billedet gentages for neden på spørgeskemaets sider. Respondenterne bliver dels bedt om at angive oplysninger om deres transport og om alder, bopæl mv., dels bedt om at svare på en række holdningsspørgsmål. Til rapportering af holdninger anvendes VAS-skalaer, hvor man med stor finhed og uden brug af tal kan angive sin holdning. Et centralt holdningsspørgsmål når det gælder cykelvillighed er "Hvordan er din oplevelse ved at bruge disse transportmidler i bytrafik?", som respondenterne skal besvare for de fire transportmidler bil, cykel, bus og tog. VAS-skalaernes endepunkter er "Jeg bryder mig ikke om at køre [i/på]" (bil, cykel, bus, tog) hhv. "Jeg nyder at køre [i/på]" (bil, cykel, bus, tog). Herudover spørges til generel sikkerhed, selv-oplevet sikkerhed, image og udseende for de samme fire transportmidler.

Der er gennemført to større undersøgelser med hhv. 2.300 og 3.500 modtagne svar. Resultaterne er grundigt analyseret. De er reproducérbare og i mange tilfælde statistisk signifikante.

De budskaber (billeder), der er målt på, viser, at

- Billeder, som signalerer glæde og afslapning i forbindelse med cykling, har den mest positive effekt
- Billeder, som signalerer komplicerede trafiksituationer eller besvær knyttet til cykling (herunder et billede af en cyklist med hjelm), har den mest negative effekt

På baggrund heraf kan det anbefales at udelade "problem-historier" i forbindelse med markedsføring af cykling. Det er blandt andet nødvendigt at skille sikkerheds-information fra markedsføringen. Og skal man

informere om sikkerhed, vil konkrete anvisninger til, hvordan den enkelte skal cykle, være at foretrække for mere generel information om risikoen ved at cykle.

Projektaktiviteter

Nedsættelse af følgegruppe til inspiration og ping-pong spiller i forhold til opnåede resultater. Læsning af masser af materiale om kampagner og interviewteknikker. Udvikling af relevante spørgsmål. "Spredhagl" i den forstand, at det fra starten ikke var klart, præcis hvorledes vi skulle gribe opgaven an.

Følgegruppe

Der blev nedsat en følgegruppe bestående af Anette Jerup Jørgensen fra Dansk Cyklist Forbund, Andreas Røhl/Line Groot, siden Marie Kåstrup, fra Københavns Kommune, Lene Hansen fra Byens Trafikråd, Marianne Weinreich fra Veksø, Morten Risgaard Dam fra Aros Kommunikation, Anette Enemark fra Tetraplan, Ole Kassow fra Wemind, Troels Andersen fra Fredericia (senere Odense) Kommune. Sidsel Birk Hjuler og Mikael Colville Andersen deltog ligeledes som projekttilknyttede i følgegruppemøderne.

Der blev afholdt tre engagerede møder i følgegruppen (01.11.2011, 23.05.2012 og 28.10.2013).

Udvikling af spørgsmål

Mange forsøg, forskel i forståelse mellem mænd og kvinder, langsom krystallisering.

Test i indkøbscentre

Nørrebro Bycenter 27.12.2011 og Amager Centret den 28.12.2011.

Pilot-test (2.300 svar)

M3 Research, 25.04.2012-13.05.2012. To billeder indgik.

Stor test (3.500 svar)

Epinion, 07.05.2013-31.05.2013. Syv billeder indgik, herunder et billede, der blot viste en neutral baggrund, hvilket billede skulle tjene til reference for ingen påvirkning af respondenterne.

Analyse af svar

Særligt web-baseret værktøj udviklet. Kontrol for skævheder, konfidensintervaller, talrige kryds, Pearson og Smearman beregninger.

Projektresultater

Mange interessante sammenhænge mellem holdninger og andre parametre, herunder transportmiddelvalg og køn. Og centralt: Sammenhænge mellem afgivne holdninger og vist billede, der er mindre markante end andre sammenhænge, men ikke desto mindre i mange tilfælde udviser statistisk signifikante forskelle.

Publicering

Projektet blev fremlagt ved Velo-city i Wien 11.06.2013 ved to rundbords-sessioner med i alt ca. 25 deltagere og drøftet med betydeligt flere ved uformelle kontakter på konferencen, der havde over 1.400 deltagere i alt. En folder fremstillet til lejligheden blev trykt i 200 eksemplarer og kan downloades fra <http://trafikantanalyser.dk>. En artikel om projektet er med i et trykt magasin "Sound of Cycling" udgivet efter konferencen og tilgængeligt på http://velo-city2013.com/wp-content/uploads/Velo-city2013_Conference-Magazine_THE-SOUND-OF-CYCLING_ENG-web.pdf.

Projektet blev fremlagt ved Trafikdage i Aalborg 26.08.2013 i en workshop med ca. 35 deltagere. Til dette formål blev udarbejdet en artikel og en powerpoint, der dels ligger på Trafikdages hjemmeside, dels på <http://trafikantanalyser.dk>.

Projektets hovedresultater er desuden offentliggjort i "Cykelviden" 19.03.2014 (http://www.cyklistforbundet.dk/cykelviden/Artikler-og-videnblade/Cykelmarketing_budskabers-betydning-for-opfattelsen-af-cykling).

En for-omtale på Copenhagenize (<http://www.copenhagenize.com/2011/10/promoting-cycling-effectively.html>) er læst af 1.900.

En omtale af resultaterne på Copenhagenize (<http://www.copenhagenize.com/2013/10/promoting-cycling-positively-now-with.html>) er læst af 5.000.

Nyhedsbrevet "Cykelviden" sendes til 536 modtagere, hvoraf 306 den 26.03.2014 havde åbnet det seneste nyhedsbrev (af 19.03.2014) og 25 havde læst artiklen om projektet.

Statistikken for de øvrige steder, projektet har været omtalt, foreligger ikke.