



**Tampereen seudun
ILMANKOS-hanke/
ilmastorahasto**

Loppuraportti 21.8.2009

Työmatkapyöräilykampanja
Tampereen polkupyöräilijät ry
www.tarakka.fi

Sanna Karppinen, pj
sanna.elina.karppinen@gmail.com
040-574 0576

TYÖMATKAPYÖRÄILYKAMPANJA 11.-15.2009

Tampereen polkupyöräilijät ry sai Tampereen kaupungin ILMANKOS-rahastosta 500 euron avustuksen työmatkapyöräilykampanjan toteuttamiseen Tampereella. Kampanjaan osallistui 329 henkilöä.

Tarkoitus

Kampanjan tavoitteena oli saada työmatkansa autolla kulkevat kokeilemaan työmatkapyöräilyä edes päiväksi ja saada heidät huomaamaan pyöräilyn helppous, nopeus ja hurmaavuus. Ensimmäisen kokeilun jälkeen kynnyksen pyörän satulaan nousemiselle madaltuu tai parhaassa tapauksessa henkilö alkusysäyksen saatuaan alkaa todellakin kulkea työmatkansa pyörällä.

Työmatkapyöräilyn edistäminen on avaintekijä pyöräilyn edistämässä: Työmatkojen rutiininomainen toistuvuus totuttaa helposti valittuun kulutapaan. Totuttuaan käyttämään työmatkoilla pyörää henkilö todennäköisimmin käyttää sitä myös muilla arkimatkoillaan. Työmatkoista koostuu myös merkittävä osa viikoittaisesta matkasuoritteesta ja matkaluvusta.

Ajankohta

Kampanja päätettiin toteuttaa valtakunnallisella pyöräilyviikolla 11.-15.5.2009. Toimistotyöläisinä emme tajunneet, että kampanjaa olisi tietenkin pitänyt jatkaa viikonlopun yli: Suurin osallistujaryhmämme, TAYS:ssa työskentelevät närkästyivät tästä.

Toteutus

Alkuperäisestä ideasta kiinnittää kortteja autojen tuulilaseihin työpaikkojen paikoitusalueilla luovuttiin, koska se koettiin työpaikoilla liian aggressiiviseksi lähestymiseksi. Lisäksi epäiltiin korttien roskaavan maahan päätyessään. Riskinä oli myös korttien kastuminen lähettämiskelvottomiksi koko päivän kestävänsä sateen yllättäessä.

Luovuimme myös alkuperäisestä ideasta saada kortit takaisin vastauslähetyksen avulla, sillä Itella tekee vastauslähetyksentunnukset ainoastaan vastauslähetyksestä useamman kerran vuodessa käyttäville. Päädyimme ratkaisemaan asian niin, että kortit pystyi palauttamaan työpaikoille vietyihin laatikoihin. Tämä osoittautuikin lopulta vastauslähetyksestä paremmaksi palautusmenetelmäksi. Tiedot pystyi lähettämään myös sähköpostitse, mikä oli selkeästi suosituin tapa osallistua kampanjaan: kortteja palautui vain vajaa 60 eli noin viidennes sähköposti-ilmoittautuneista. Korttien jakelu- ja palautuspisteen sijainti sekä kampanjasta tiedottaminen työpaikalla lienevät vaikuttaneet siihen, osallistuivatko ihmiset kortilla vai sähköpostitse.

Sähköpostitse osallistuminen olisi ihan hyvin voinut olla ainoa tapa. Tällöin kampanjaa varten kannattaa perustaa oma sähköpostiosoite; vaarana oli nytkin sähköpostien hukkuminen pj:n muiden mailien sekaan.

Kortit haettiin työpaikoilta seuraavalla viikolla ja voittaja arvottiin viikon päästä 25.5. Tapon hallituksen kokouksessa.

Ilmoittautumistiedot

Olimme pyytäneet kampanjaan osallistuvia kertomaan viikon aikana työmatkapyöräilystä kertynyt kilometrimäärä. Ajatuksena oli, että kynnys huijaamiseen olisi tällöin hivenen korkeampi. Lisäksi halusimme tällä tavoin houkuttaa eritoten kilpailuhenkisiä, lukemiennäkäisiä ja vannoutuneemmin autoilevia miehiä ottamaan osaa kampanjaan. Kilometripyyntö kuitenkin viesti väärin aikeitamme: Monet pahoittelivat lyhyttä työmatkaansa ja että kilometrejä siksi kertyi vähänlaisesti. Tarkoituksenamme ei toki suinkaan ollut kruunata pisimpiä matkoja polkenutta: Todella hienoa, että niin monet pystyvät asumaan niin lähellä työpaikkaansa! Mitä lyhyempi matka, sitä matalampi kynnys pyöräillä. Kilometrien kertominen olisi pitänyt jättää pois ja korvata arvokkaammalla tiedolla.

Kampanjan osallistujilta olisi ehdottomasti pitänyt kerätä enemmän tietoa, jota olisi ollut hyötyä niin kaupungin liikennesuunnittelijoille ja Tapolle kuin muillekin pyöräilyolosuhteiden ja pyöräilyn edistämisen kanssa työskenteleville ihan valtakunnallisestikin.

Yli 300 työmatkapyöräilijää on jo ihan edustava otos. Kiinnostavaa tietoa olisi ollut esim.

- millä kulkee töihin sulalla kaudella, millä talvella
- mistä mihin kulkee
- tärkeimmät perusteet miksi pyöräilee töihin
(esim. nopeus, edullisuus, liikunta, ympäristöystävällisyys)
- tärkeimmät perusteet työmatkareitin valintaan
(vaihtoehtoina esim. reitin lyhyys, nopeus, sujuvuus, turvallisuus, kiinnostavuus, kauneus, meluttomuus, elvyttävyyys)
- aloittiko pyöräilyn kampanjan seurauksena
- mistä sai tietää kampanjasta
(lehtiartikkeli, radio, nettisivut, mainos työpaikan lehdessä, mainos työpaikan ilmoitustaululla, sähköposti, kaveri)
- ikä

Yhteistyötyöpaikat

Tavoittelimme kampanjaan mukaan yrityksiä, jotka olisivat suuria ja miesvaltaisia ja sijaitsisivat hyvien pyöräily-yhteyksien varrella. Käytännössä mukaan valikoitui Tapon hallituksen henkilökohtaisten kontaktien takia

Saarioisten pääkonttori 5 osallistujaa, kaikki kortilla, laatikko ruokalan edessä
Pyynikin koulu 4 osallistujaa, kaikki kortilla, laatikko opettajainhuoneessa
TAYS 71 osallistujaa, (41 sähköpostitse, 30 kortilla), laatikko aulassa
Glaston 13 osallistujaa (5 sähköpostitse, 8 kortilla), laatikko aulassa
Metso Power 22 osallistujaa (4 sähköpostitse, 18 kortilla), laatikko aulassa
Tre. kaup 161 osallistujaa (sähköpostitse, Ilmankos-hankkeen sähköpostiviestin kautta)
Muita 53 osallistujaa (sähköpostitse, ilmeisesti Aamulehden ja Trelaisen artikkelien kautta)

Kätevintä olisi tietenkin ollut valita mahdollisimman suuria työpaikkoja, jolloin samalla vaivalla tavoitetaan useampi työntekijä.

Yritysten olisi hyvä olla tiiviimmin ja monipuolisemmin mukana kampanjassa: esim. ilmainen aamupala töihin pyöräileville. Kampanjaan liittyen, esim. huhtikuussa olisi kannattanut lähettää Tampereen suurimpien työnantajien henkilöstövastaaville tiivis infoläystäke työmatkapyöräilyn eduista yrityksen/työpaikan kannalta sekä keinoista, miten yritys voi edistää työmatkapyöräilyä.

Tiedotus

Aamulehti teki lähettämämme lehdistötiedotteen (19.4.) pohjalta kampanjasta jutun, johon liittyvä kuva julkaistiin lehden etusivulla kampanjaviikon alkupäivinä. Jutun lopussa kerrottiin yhteystietojen kera, että kuka tahansa voi ottaa osaa kampanjaan. Myös kaupunkilehti Tamperelainen teki kampanjasta ison jutun niin ikään kampanjaviikolla. Kampanjan loputtua (25.5) lähetettiin niin ikään lehdistötiedote, mutta siihen ei mikään viestin tietääksemme reagoitunut. Tiedotteet lähetettiin em. lehtien lisäksi Tori-lehteen sekä paikallisradioihin.

Yhteistyötyöpaikoista TAYS:lla kampanjasta kerrottiin TAYS:n lehdessä. Muilla työpaikoilla tiedottaminen hoitui ilmoitustauluille laitettujen A4-mainosten avulla. Myös korttien palautuslaatikko toimi mainoksena. Kampanjasta tiedotettiin myös sähköpostitse Tampereen kaupungin työntekijöille (ILMANKOS-hankkeen Leena Karppi hoiti tämän.) Sähköpostitse tai työpaikan lehdessä ilmoittaminen on suositeltavinta, koska

- a) säästää paperia ja tulostuskuluja
- b) ei tarvitse hankkiutua paikalle kiinnittämään mainoksia

Sähköpostitse ilmoittaminen ja sähköpostitse osallistuminen on kätevää myös siksi, että sama viesti käy kaikille työpaikasta riippumatta (korttien tekstit joutuu laatimaan jokaiselle työpaikalle erikseen, koska korttien palautuspaikat vaihtelevat).

Tiedottaminen kannattaisi tehdä hyvissä ajoin eli jo edellisellä viikolla.

Palkinto

Tuntuvan suuruinen ravintolalahjakortti (150e) hienoon ravintolaan tuntui houkuttelevan ihmisiä hyvin. Sähköpostitse saapuneista viesteistä huokui suuri hinku lahjakortin voittamiseen. Olimme päätyneet ravintolalahjakorttiin, koska ”Kun pyöräilet, voit herkutella!”

Kustannukset

Kampanja pysyi hyvin budjetissaan, paitsi että vastauslähetyksien poistuttua voitiin lisätä korttien ja A4-mainosten määrää eli kasvattaa tulostuskuluja.

Mainosten suunnittelu 250e
Tulostus 100e (Kopiopojat Amurissa)
Palkintoillallinen 150e
Yht. 500e

Tulokset

Kampanja sai mukavasti näkyvyyttä paikallisessa lehdistössä ja artikkeleissa tuotiin työmatkapyöräilyä esille kutakuinkin haluamallamme tavalla. Muutama henkilö ilmoitti aloittaneensa kauan harkitsemaansa työmatkapyöräilyn kampanjan rohkaisemana. Heidän aikaisempia kulkutapojaan emme tiedä (auto vai bussi?). Reilusti suurin osa kampanjaan osallistuneista oli kuitenkin vakituisia työmatkapyöräilijöitä, joiden oivallista kulkutavanvalintaansa kampanja kyllä kenties vahvisti. Tavoittelemamme miessukupuolen edustajat ottivat nihkeästi osaa kampanjaan, kenties osasyynä oli mukana olleiden työpaikkojen naisvaltaisuus (Esim. TAYS, Tampereen kaupunki).

Yhteensä kampanjaan osallistuneet pyöräilivät viikon aikana huimat 18 000 km! Tämä vastaa noin 5 km:n työmatkaa yhteen suuntaan per henkilö eli kiinnostavaa kyllä, tutkimuksissa paljon käytettyä päivittäisen pyörämatkan maksimietäisyyttä. Kampanjaan osallistuneiden joukossa oli toki myös noin viitisenkymmentä pirkanmaalaista, jotka taittavat yli 10 km:n työmatkansa menen tullen pyörällä. Pyöräileepä joku jopa yli 20 km aamuin illoin.

Muuta

Sähköpostitse kampanjaan osallistuvilla on mahdollisuus kertoa laajemminkin työmatkapyöräilystään. Vaikka emme tähän mitenkään rohkaisseet, saimme joitakin erittäin ilahduttavia viestejä, joissa riemuttiin pyöräilystä ja kiitettiin kampanjasta, kerrottiin Tampereen pyöräilyolosuhteiden parantamishdotuksia sekä eriteltiin tarkemmin työmatkapyöräilyreittejä ja reitin valintaperusteita.

LIITTEET: Aamulehden juttu
Tampereen juttu
Kortti ja juliste