

Sammendrag:

”Lys-razzia” i Kristiansand

Evaluering av en kampanje for å øke bruken av sykkellys

Om kampanjen og metode for evaluering

Ifølge loven skal alle sykler i Norge være utstyrt med rødt baklys og gule eller hvite reflekser på begge sider av pedalene. Videre er det påbudt med hvitt frontlys foran på sykkelen når man sykler i mørket eller i skumring. Høsten 2005 (i slutten av oktober) gjennomførte Kristiansand kommune i samarbeid med politiet en kampanje for å øke bruken av sykkellys i kommunen. Kampanjen hadde form av en ”lys-razzia” der syklistene ble stoppet av politiet og representanter fra kommunen. I stedet for å få bot (forenklet forelegg) for å sykle uten lys fikk de en sykkellykt samt tilbud om å kjøpe en baklykt til redusert (halv) pris. En forutsetning for å motta gaven var at de var villige til å svare på noen få spørsmål om sykling m.m. etter én måneds tid. De ble følgelig bedt om å oppgi navn, adresse og telefonnummer.

Transportøkonomisk institutt fikk i oppdrag å evaluere denne kampanjen. Evalueringen bygger på en spørreundersøkelse som ble gjennomført ca. én måned etter kampanjen blant kampanjedeltakerne. Man kan imidlertid ikke uten videre gå ut fra at disse ikke ville ha brukt lys uten kampanjen; mange syklistene kjøper sykkellykt om høsten. Trolig ville en del av dem som mottar sykkellykt i forbindelse med kampanjen, uansett ha syklet med lys en måned etter. For å sjekke ut om kampanjen har en nettoeffekt, dvs. at den øker sykkellysbruken utover det som ellers hadde skjedd, ble det også innhentet informasjon fra et kontrollutvalg av syklistene som ikke har mottatt sykkellys gjennom kampanjen.

Effekter av kampanjen

Det er mye som tyder på at kampanjen har ført til at flere bruker sykkellys når de sykler i mørket. Den beregnede nettoeffekten er svært høy: Når vi korrigerer for andelen som trolig ville ha kjøpt seg lykt selv i kampanjeutvalget, får vi at 75 prosent av kampanjedeltakerne bruker sykkellys i mørket som følge av kampanjen.

Verken i kampanjeutvalget eller i kontrollutvalget varierer lysbruken med kjønn eller med hvor mye man sykler. Dette tyder på at det vil være liten vits å fokusere på slike faktorer når man målretter fremtidige kampanjer. Derimot ser vi at det i kontrollutvalget, som tilsvarer gjennomsnittssyklisten, er en sammenheng mellom lysbruk og alder. Jo yngre man er, desto mindre er sannsynligheten for at man bruker lys i mørket. Videre varierer lysbruken i kontrollutvalget med hvor langt man sykler. De som sykler korte distanser bruker i mindre grad sykkellys i mørket enn de som sykler lengre. Det er også en tendens i kontrollutvalget til at de som sykler ofte i mørket i større grad bruker lys enn de som sjeldnere sykler i mørket. Det er interessant at disse sammenhengene ikke gjenfinnes i kampanjeutvalget, noe som tyder på at kampanjen har klart å nå ut til ulike grupper som ikke ellers bruker sykkellys i mørket.

Antallet som svarer at de ikke bruker lys i kampanjeutvalget er for lite til å vurdere hvorfor de ikke bruker lys i mørket. Ved å se på grunnene til at personer i kontrollutvalget ikke bruker lys i mørket kan man imidlertid få indikasjoner på hvorfor syklistene generelt eventuelt ikke bruker lys. Selv om en stor del svarer ”annet” på spørsmål om hvorfor de ikke bruker lys, kommer det også fram at det å ikke bruke lys i mørket ofte skyldes en litt ”slapp” innstilling til sykkellys og at mange har problemer med å gjennomføre sine planer om å få kjøpt en lykt. Begge disse funnene tyder på at kampanjer av dette slag, hvor man øker tilgjengeligheten til utstyret ved å dele ut lykter, og på samme tid får markert betydningen av sykkellys i mørket på en effektiv måte kan fremme lysbruken blant syklistene.