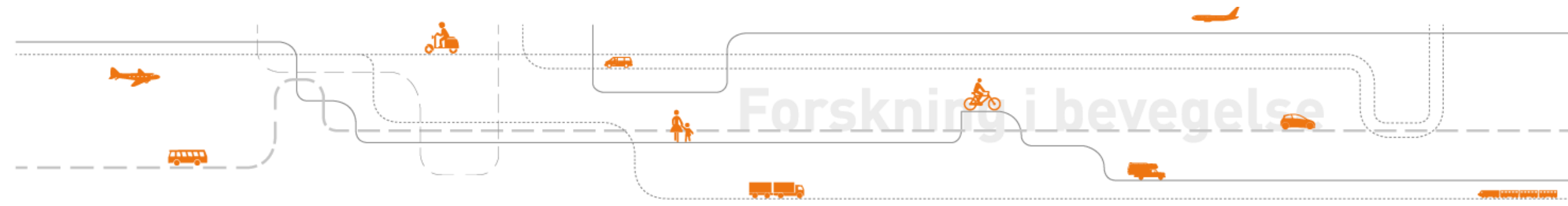


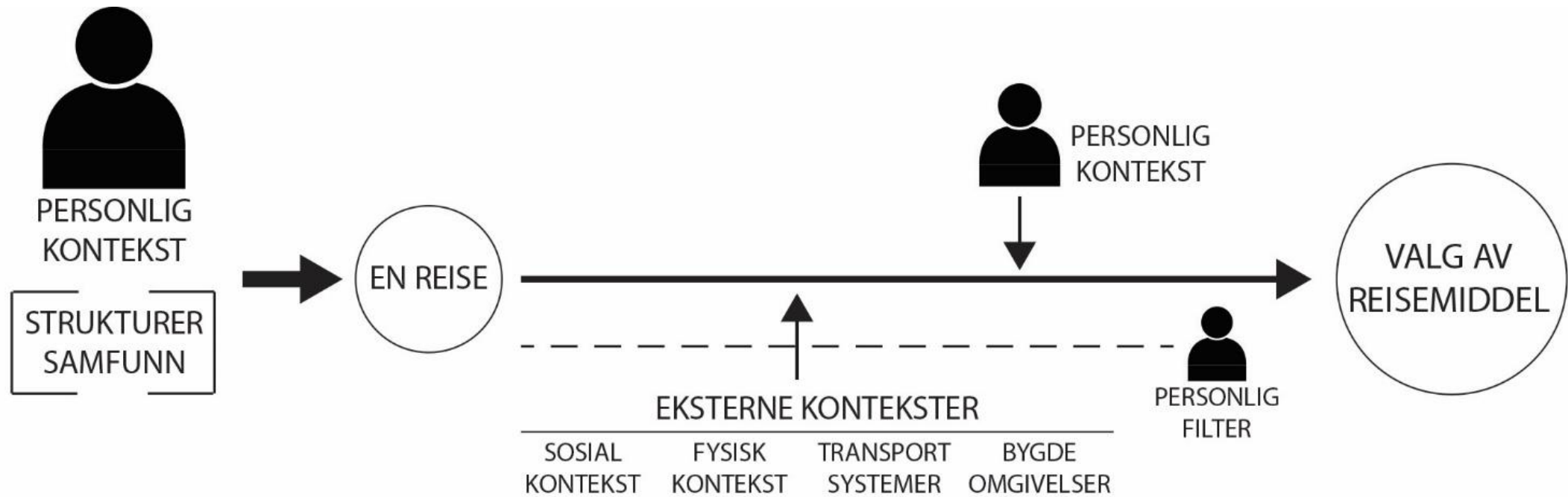
Gange som reisemiddel - hva påvirker våre beslutninger om hvordan vi reiser i hverdagen?

Maja Karoline Rynning (PhD)
Byutvikling og bytransport



The image is a horizontal collage of four photographs. From left to right: 1. A group of young people walking on a city sidewalk; a woman in a blue and light blue top is prominent. 2. Two men walking on a paved path; one is wearing a white t-shirt with a 'Explora' logo and a backpack. 3. A man in a dark suit and cap riding a skateboard on a city street, carrying a blue bag. 4. A man in a light-colored jacket and dark pants riding a bicycle on a city street. The text 'Flere skal gå mer – lengre og oftere → Hvordan?' is overlaid in the center of the collage.

Flere skal gå mer – lengre og oftere → Hvordan?



Basert på (primært):

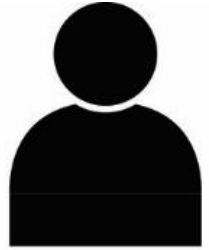
Alfonzo, 2005; Hickman&Banister, 2007; Jacobs, 1961; Kahneman et al., 1997;
Kahneman & Krueger, 2006 Mees, 2010; Næss, 2006; Tennøy, 2012

Personlig kontekst

- Kjønn, alder, inntekt, utdanning, familiesituasjon
- Funksjonsevne, fysisk kapasitet
- Verdier, holdninger, heuristikker
- Vaner

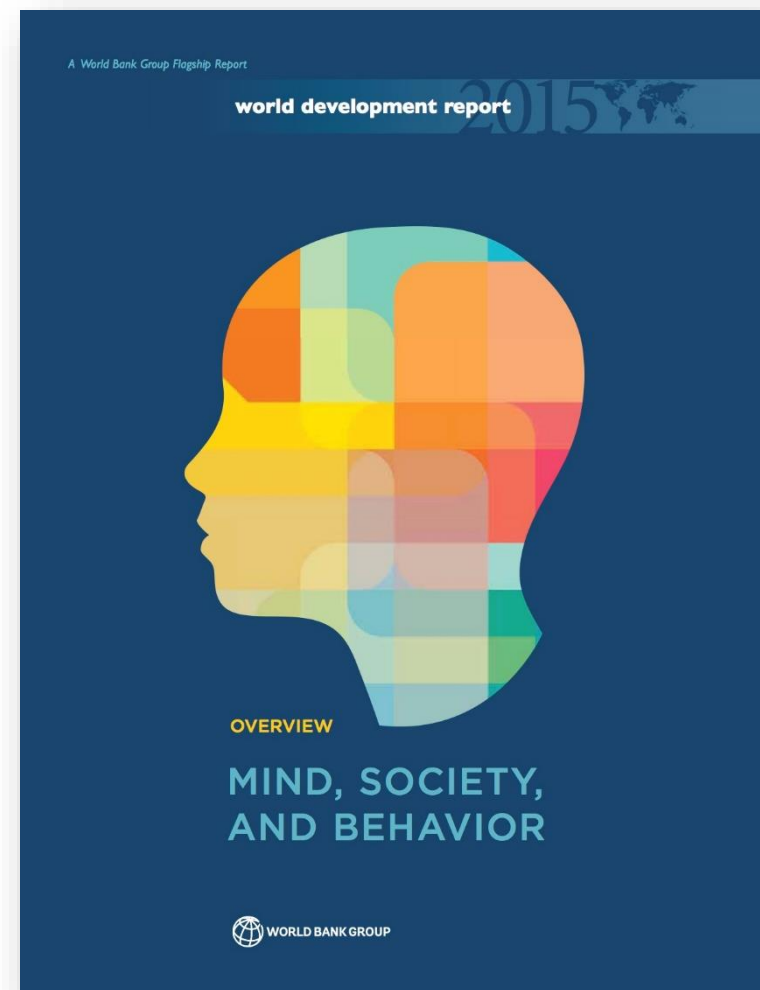
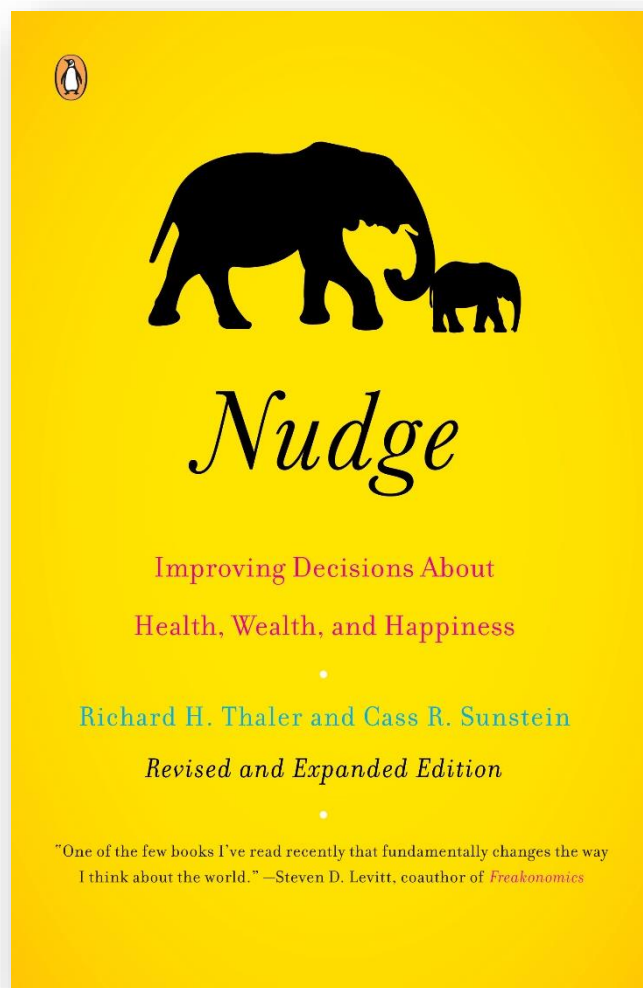
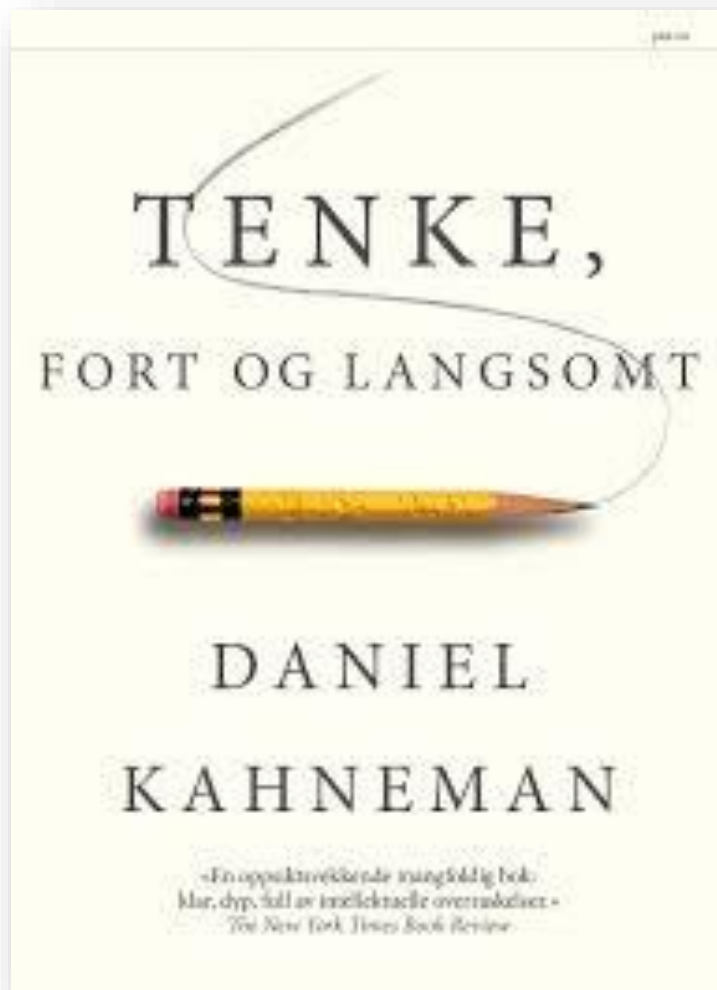
Påvirker blant annet

- Hvordan vi oppfatter og vektlegger vær og klima, topografi, avstand, bygde omgivelser, trafiksikkerhet, osv.
- Hvorfor vi velger å gå/ikke gå
- Reiseopplevelse – som igjen er viktig for fremtidige reisemiddelvalg



RVU 2013/14

- Kvinner, unge og eldre går mest
- Andelen reiser til fots synker med personlig inntekt. Unge og eldre (gen. dårligere økonomi) foretar flere reiser til fots enn resten av befolkningen



Hvordan kan dette bidra til å få flere til å gå mer?

- Bedre forståelse av tidligere funn og resultater
 - *Folks motivasjon for å gå*
- Nye sammenhenger og mulige koblinger
 - *Travel satisfaction and wellbeing&happiness*
- Bedre forståelse av kjente tiltak og virkemidler, fysiske og ikke-fysiske
- Identifisere nye tiltak og virkemidler for å stimulere til gåing
- Noen eksempler...

1. Reiseopplevelsen kan påvirke fremtidige reisemiddelvalg

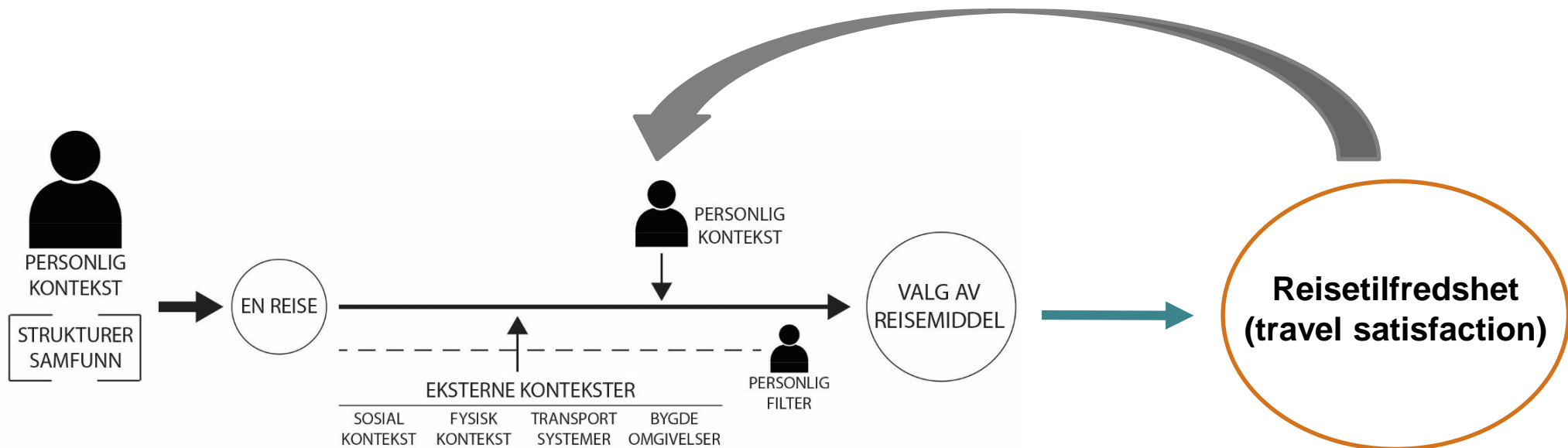
- Hvordan man evaluerer en hendelse i etterkant er tett knyttet til opplevelser underveis
- Hvorvidt opplevelsen var positiv eller negativ kan påvirke fremtidige valg om å gjenta hendelsen eller ikke
- Negative eller ubehagelige aspekter ved en hendelse veier ofte tyngre enn positive og/eller hyggelige, selv når mest positivt

Kahneman et al. (1997), Kahneman & Krueger (2006)

Reiseopplevelsen kan påvirke fremtidige reisemiddelvalg

Flere funn indikerer at dette også gjelder for reiser og reisemiddelvalg (De Vos et al., 2016; 2018)

→ En positiv reiseopplevelse med et reisemiddel kan motivere til å gjenta denne typen reise



Basert på (primært):

Alfonzo, 2005; Hickman&Banister, 2007; Jacobs, 1961; Kahneman et al., 1997;
Kahneman & Krueger, 2006 Mees, 2010; Næss, 2006; Tennøy, 2012

En forsterkende effekt på sikt?

- Holdninger og atferd henger tett sammen, påvirker hverandre (De Vos et al., 2018; Nordbakke og Olsen, 2018)

En cross-sectional, explorativ studie av De Vos et al. (2018)

- Gehnt, Belgia, 1200+ respondenter
- **Fins det en ‘syklisk’ effekt?**
 - *En positiv holdning til gange kan føre til at man går mer*
 - *Å gå mer kan forbedre holdning til gange*
- Resultat
 - **Indikasjoner på sammenheng**, at tilfredshet ved tidligere bruk forbedrer holdninger til et reisemiddel
 - Videre at gjentakelse kan **bidra til å etablere vaner** gjennom positiv ‘forsterkning’
 - Men mye usikkerhet i studien som må følges opp

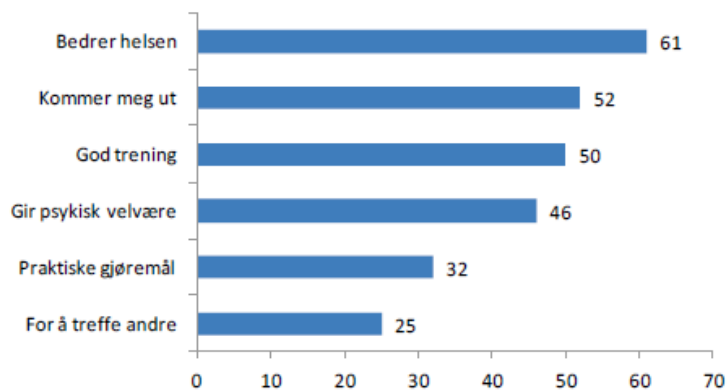
2. Gange handler om mer enn å komme seg fra A til B

- Folkehelse – fysisk og psykisk
 - *Fysisk aktivitet for barn koblet mot læring*
- Sosialt samhold og samvær, og deltakelse i samfunnet
 - «*Transportfattigdom*»
- Subjective wellbeing og happiness
 - *Reiseopplevelsen, muligheter reisen åpner for*
 - *Reisen som en sosial aktivitet*
 - *Sammenheng med bosted*
- Flere studier finner at reisetilfredshet ofte varierer ut ifra reisemiddelvalg (De Vos et al., 2015; Christiansen og Julsrud, 2014)

2. Gange handler om mer enn å komme seg fra A til B

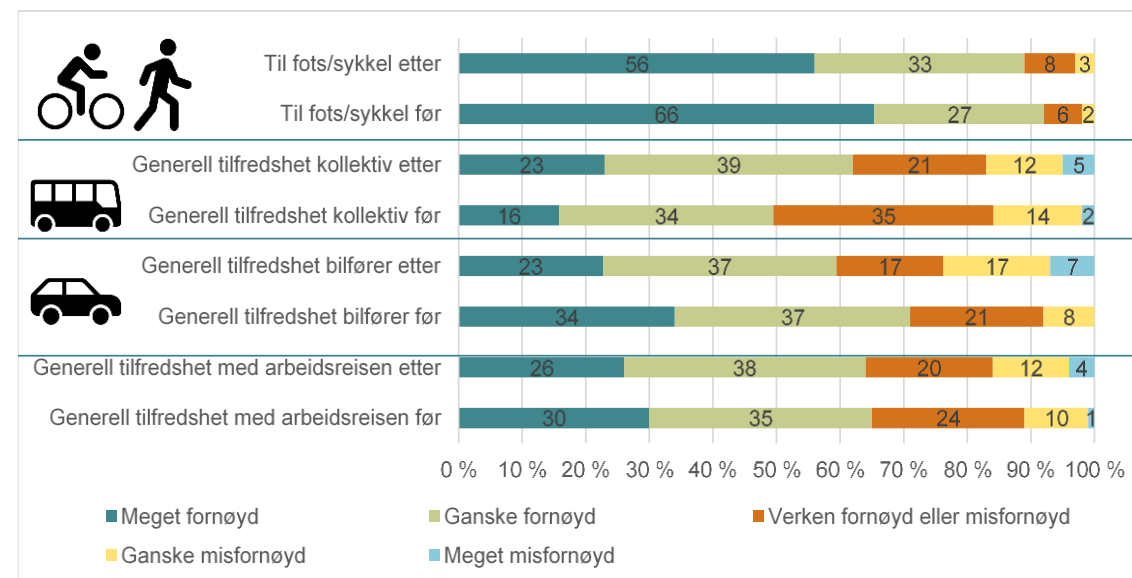
Bedret helse – et viktig motiv for å gå

For mange av de eldre er helseaspektet et viktig motiv for å gå, i tillegg til å komme seg ut, gjennomføre praktiske gjøremål og å treffe andre.



Figur 5.2 De viktigste årsakene til å gå. Andelen som har svart "Svært viktig". Prosent. Kristiansand 2012

Tilfredshet med arbeidsreise



Kilde: Christiansen og Julsrud (2014). Flytting av Gjensidige fra Lysaker til Oslo sentrum. «før» = 2012 og «etter» = 2014

Hva åpner dette for?

- Hvordan bedre utnytte at gange (som regel) scorer høyt/høyest?
- Hvordan synliggjøre andre positive effekter (for den reisende) ved mer gåing?
- Hvilke reiser kan gjøres om til gåturer? Hvordan synliggjøre dette?
- Kan vi (og burde vi) skille mer på den enkelte gående?
- Er det viktigere å optimalisere reisen eller å gjøre den hyggelig og komfortabel?
- Hvilke ikke-fysiske tiltak bør man igangsette?