

Cykelmarketing og holdninger



Den nationale cykelkonference, Randers, 14-15 maj 2014



Thomas Krag Mobility Advice



 **Randers Cykelby**

FÅ BONUS PÅ PIZZA



Find lokale take aways

Indtast by eller postnr.

SØG

GET **Hungry.dk**

Annonce

Billig Bilforsikring?

findforsikring.dk



Spar penge på din bilforsikring - Indhent 3 GRATIS tilbud og spar op til 30% Tryk HER!

13.250 personer synes godt om dette

Kærligheden starter her



SPAR ALTID 20% PÅ PARFUME OG KOSMETIK*

Bestil **TAX FREE** hjemmefra

Hent på ud- eller hjemrejse

MARC JACOBS

GUCCI

BESTIL HER >

* ifht. alm. butikspris i DK

TAX FREE

4 DEJLIGE FERIEDAGE
for 4 personer
fra kun. 2.370 kr.

TILBUD
Få første nat **GRATIS**

Lalandia

Læs mere her

KLAR TALE UDEN AT RÅBE
DEN NYE VOLVO XC60

Udstyr
Video
Galleri

OPLEV **XC60**

V60

Vælg model: ● ●

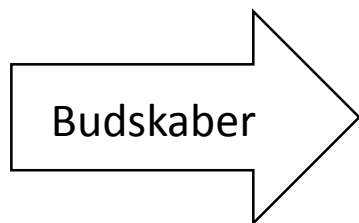
VOLVO

VOLVOBUSINESS.DK

I Volvo Business Line er følgende udstyr bl.a. standard: **Aktive xenon lygter** Beskatning fra 505.971

FIND DIN VOLVO

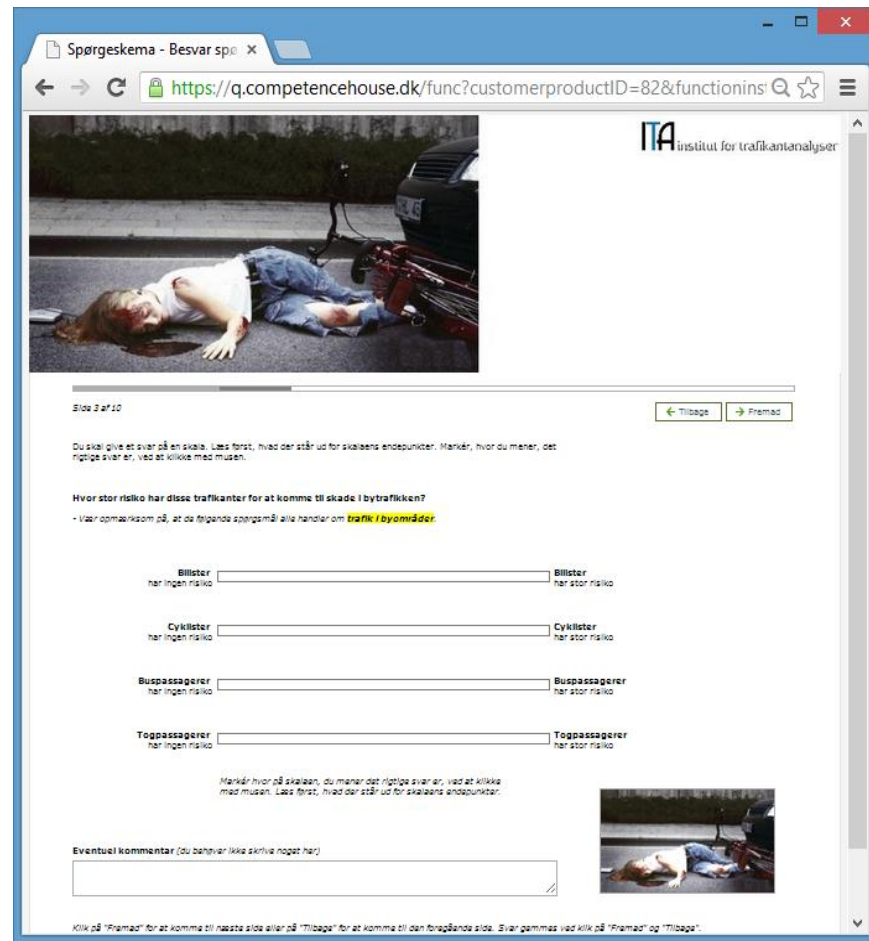
Måling af budskabers effekt på markedsføring af cykeltrafik



Måleapparat til bestemmelse af fedtindhold i mælk, 1965. Foto: Foss

Den valgte metode

- Elektroniske spørgeskemaer
- Billedrepræsentation af budskaber
- VAS-skalaer til angivelse af holdninger



VAS skala (Visuel Analog Skala)

Ingen
smerter



Uudholdelige
smerter

Spørgsmål

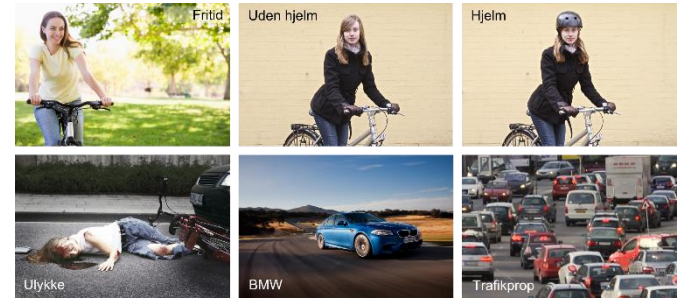
- “TU” spørgsmål om rådighed over og brug af bil, cykel og kollektiv trafik
- Holdning til generel sikkerhed, oplevelse, udseende, oplevet risiko og image – alt sammen for bil, cykel, bus og tog
- “Stages of change”-placering
- Demografiske spørgsmål (køn, alder, bopæl, børn)
- “Værdi”spørgsmål (sundhed, komfort, velvære, frihed, kontrol, hurtighed, livskvalitet) til sidst – ellers kun indirekte spørgsmål.

Undersøgte budskaber



Rettigheder: Fritid: iStockphoto, file #9116292, order no 20044837. Uden hjelm og Hjelm: Copenhagenize Design Company. Ulykke: ZNS – Hannelore Kohl Stiftung, Tyskland. BMW: BMW, Denmark. Trafikprop: Sidsel Birk Hjuler.

Undersøgte hypoteser



Hypotese

Positive budskaber har en positiv effekt

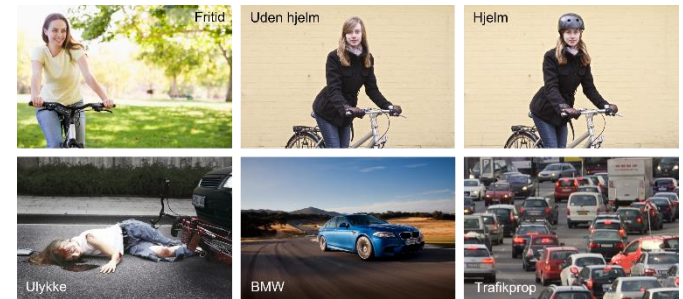
Skræmmebudskaber har en negativ effekt

Fokus på cykelhjelme har en negativ effekt

Bilreklamer har en negativ effekt

Bil-trafikpropper har en positiv effekt

Undersøgte budskaber



Billede	Pilot-'er (N <= 50)	Runde 1 (N=2.379)	Runde 2 (N=3.674)
Fritid	X	X	X
Ulykke	X	X	X
Uden hjelm			X
Hjelm			X
BMW			X
Trafikprop			X
Neutral			X

Resultater

- Der er en statistisk signifikant forskel på respondenternes holdninger, afhængigt af det viste billede
- Mange andre faktorer har indflydelse (også større indflydelse) på holdningerne

Resultater

- Der er en statistisk signifikant forskel på respondenternes holdninger, afhængigt af det viste billede
- Mange andre faktorer har indflydelse (også større indflydelse) på holdningerne

Hypotese	
Positive budskaber har en positiv effekt	JA
Skræmmebudskaber har en negativ effekt	NEJ
Fokus på cykelhjelme har en negativ effekt	JA
Bilreklamer har en negativ effekt	NEJ
Bil-trafikpropper har en positiv effekt	NEJ

Meget mere om dette...



... her lige om lidt - og på <http://trafikantanalyser.dk>