



Oulun seudun pyöräilyn brändin lanseeraus

Loppuraportti

Liikkumisen ohjauksen
valtionavustus 2019

OULU

Oulu Capital
of Northern
Scandinavia



Oulun seudun pyöräilyn brändin lanseeraus

- **Teema:** Kohdennettu markkinointi. Innovatiiviset, tavoitteelliset, selkeille kohderyhmille osoitetut ja käyttäjiä osallistavat tai personoidut tavat tehdä kestävä liikunnan markkinointia, viestintää ja kampanjointia. Etenkin suoraan henkilöautomatkojen vähentämiseen pyrkivä tiedollinen ohjaus ja markkinointi.

Oulun seudun pyöräilyn brändin tausta

- Oulun seudun pyöräilyn brändi-ilme on valmistunut vuonna 2018. Brändi-ilme on luotu osallistamalla Oulun seudun pyöräilijöitä. Näin löysimme aidosti paikallisen ilmeen ja näkökulman sekä sloganin ”Vappaa tyyli”. Brändi-ilmeen luomisella haluttiin tehdä Oulun seudun pyöräilylle yhtenäinen ja hallittu ilme viestinnässä ja markkinoinnissa. Brändin selkäranka muodostuu neljästä ominaispiirteestä, jotka kumpuavat Oulun seudulle tyypillisestä elämäntyylistä: Ympäri vuotinen pyöräily, kattava ja monipuolinen pyöräreitistö sekä nopeat yhteydet.
- Brändi-sloganissa ”Vappaa tyyli” kiteytyy Oulun seudun pyöräilyn ajatus pyöräilyn avoimuudesta; pyöräily kuuluu kaikille, pyörällä pääsee minne vain ja milloin vain, se sisältää sanoman, että voit olla rohkeasti millainen haluat. Pyöräily on tyyli vapaa laji. Pyöräillä voi urheilumielessä tai ihan muuten vaan. Oulun seudun pyöräilyn tavoite on saavuttaa hyvinvoiva ja älykäs Oulun seutu, jossa ihmiset liikkuvat kestävästi ja elävät laadukkaasti. Oulun seudulla pyöräilyllä on jo vahva kannatus ja brändin lanseeraustyö vahvistaa sitä entisestään: se muuttaa pyöräilyn valtavirran silmissä arvokkaaksi ja tärkeäksi, yhteiseksi asiaksi.
- Nyt kun brändi on laadittu, Oulun seudun pyöräily haluaa ottaa seuraavan askeleen ja tehdä konkreettisia toimia brändi-ilmeen jalkauttamiseksi ja ihmisten osallistamiseksi alla olevan työohjelmamme mukaisesti. Työohjelmamme brändinlanseeraukseen rakentuu kolmesta osa-alueesta: **Markkinointi & Viestintä, Tapahtumat** sekä **Vaikutusten mittaaminen**. Brändin lanseeraus on suunniteltu toteutettavaksi tiiviissä vuorovaikutuksessa alueen asukkaiden, toimijoiden ja yrittäjien kanssa vuoden 2019 aikana.



Oulun seudun pyöräilyn brändin lanseeraus

(HAKUVAIHEEN SUUNNITELMA)

Brändin lanseerauksen tavoitteet

- Tavoitteenamme on suunnitella ja järjestää vuoden mittaan useita eri sidosryhmille suunnattuja tapahtumia ja mahdollisuuksia osallistua Oulun seudun pyöräilyn brändin lanseeraukseen. Valtakunnallisesti työn tulokset ja prosessi tuovat arvokasta tietoa siitä, miten brändäyksen, yhteistyökumppaneiden mukaan oton, villin ideoinnin ja eri sidosryhmien osallistamisen keinoin voidaan tehokkaasti ja innostavasti luoda uusia palveluita niin kaupungille kuin asukkaille sekä innostaa ihmisiä liikkumaan oman tyylinsä mukaisesti. Lisäksi brändin vaikutusten mittaamistyö tuo näkemystä muille kunnille, miten pyöräilyn brändiä voisi rakentaa ja mitä siinä tulisi ottaa huomioon.

1. Markkinointi & Viestintä

- Toteutamme brändin lanseerauksen erilaisten osallistavien kampanjoiden avulla. Kampanjat saavuttavat eri kohderyhmät vuoden mittaan eri tyyli- ja tapahtumissa. Kohderyhmiksi olemme valinneet mm. lapset ja nuoret, autolla liikkuvat, pyöräilyn ammattilaiset, kulttuurin ystävät. Ajatuksena on, että Oulun seudun pyöräily on kaikille avointa. Työmme pohjautuu laatimaamme vuosikelloon, jossa on esitetty lanseeraukseen liittyvät tapahtumat, kilpailut ja tempaukset. Kampanjakonseptimme pitää sisällään erilaiset tiedottamismateriaalit, kilpailut sekä muut osallistamisen tavat.



Oulun seudun pyöräilyn brändin lanseeraus

(HAKUVAIHEEN SUUNNITELMA)

- Teemme paikallisten yritysten ja toimijoiden kanssa yhteistyötä niin, että hyöty on molemmiin puolinen ja tapahtumiin ja kilpailuihin osallistuvat Oulun seudun asukkaat ja toimijat saavat niistä suurimman hyödyn.
- Tavoitteena on, että pyöräilijöiden määrä kasvaa, Oulun seudun pyöräilyn brändi-ilme koetaan omaksi ja uusilla opasteilla varustetut pääpyöräreitit tulevat tutuiksi. Pyöräily koetaan helpoksi ja sujuvaksi tavaksi liikkua. Samalla tiedostetaan, että Oulun seudun ja koko Suomen pyöräily on ominaispiirteiltään ainutlaatuista ja uniikkia myös maailmanlaajuisesti. Tämä on globaalistikin sekä markkinoinnillinen että matkailullinen vetovoimatekijä.
- Brändin lanseeraustyö antaa mallin muillekin Suomen pyöräilyseuduille löytää omat leimalliset pyöräilyn piirteet. Tapahtumien ja kilpailujen kautta testaamme konseptin toimivuuden myös osallistamisen saralla. Oulun kaupungin osalta työssä luodaan selkeä malli pyöräilyn brändin hyödyntämisestä ja ihmisten ottamisesta mukaan erilaisten tapahtumien onnistumisessa.



Käytännön keinot:

- **Oulun seudun pyöräilyn verkkosivut:** yleisinfo (slogan ja brändin tausta), pääpyöräreitit ja niiden kuvaukset, tapahtumatiedot, linkit sosiaaliseen mediaan ja niissä oleviin kilpailuihin, yhteystiedot, blogi/artikkelit, usein esitetyt kysymykset, myytävät tuotteet.
- **Videomateriaali:** tuodaan esille tapahtumien yhteydessä Oulun seudun pyöräilyn erityispiirteet.
- **Sosiaalinen media:** Instagram- ja Facebook-tilit, joissa tunnisteilla #oulunseudunpyoraily ja #vappaatyly voi postata kuvia ja ajatuksia pyöräilyyn liittyen sekä keskustella saman henkisten kanssa. Valokuvakilpailu järjestetään sosiaalista mediaa hyödyntäen.
- **Esitteet:** painatamme tapahtumiin liittyen esitteitä/flyereitä/julisteita/karttoja.
- **Brändituotteet:** satulasuojat, T-paidat, kangaskassit, ilmapallot yms. sissimarkkinoinnin välineet
- **Tiedottaminen:** brändäystyön ohessa harjoitetaan tiedollista ohjausta ja mm. autoilijoille kohdennettua viestintää pyöräilyn vaikutuksista. Tietopohjainen viestintä pyöräilyn myönteisistä vaikutuksista puetaan brändiviestinnän keinoin iloisen pinkkiin ilmeeseen.



Oulun seudun pyöräilyn brändin lanseeraus

(HAKUVAIHEEN SUUNNITELMA)

2. Tapahtumat

- Olennainen osa Oulun seudun pyöräilyn brändin lanseerausta erilaiset tapahtumat. Tässä tarkennettuna niistä muutamia:
- **Baanojen avaustapahtumat:** Vuoden 2019 aikana valmistuu kaksi uutta pyöräilyn pääväylää: Linnanmaan baana sekä Lintulan baana. Näiden valmistumisen yhteydessä järjestetään näyttävät avajaistapahtumat nauhan leikkaamisineen ja pyöräparaateineen.
- **Ice Bike Festival:** Talvipyöräily on Oulussa täysin normaalia, mutta suurimmassa osassa talvista maailmaa se on usein utopiaa. Talvipyöräilyfestivaalilla haluamme parantaa talvipyöräilyn imagoa entisestään, korostaa ja juhliä talvipyöräilyn kauneutta, ihanuutta ja sen suomia mahdollisuuksia talvisesta kaupungista, luonnosta ja merestä nauttimiseen. Järjestämme mm. retkiajon meren jäällä.
- **Valokuvakilpailu ja pyöräilynäyttely:** Sosiaalisessa mediassa järjestetyn valokuvakilpailun parhaimmisto teetetään fyysisiksi valokuviksi, ja palkitsemisen lisäksi ne pääsevät mukaan pyöräilynäyttelyyn. Näyttelyssä on tarkoitus olla valokuvien lisäksi esillä myös esim. erikoisia ja historiallisia polkupyöriä ja niihin liittyviä esineitä, vaatteita ja etenkin ihmisten kertomia pyöräilytarinoita.
- **Kansainvälinen pyöräilyseminaari:** Loppuvuodesta järjestetään kansainvälinen pyöräilyseminaari, mahdollisesti jo maailmanlaajuisesti tunnetun Lumo-valofestivaalin yhteydessä. Seminaarin teemoina ovat valo, sekä lasten ja nuorten pyöräily.
- Useissa eri tapahtumissa on erilaisia kohde- ja osallistamisryhmiä.



Oulun seudun pyöräilyn brändin lanseeraus

(HAKUVAIHEEN SUUNNITELMA)

3. Vaikutusten mittaaminen

- Työssä on tarkoituksena selvittää, miten Oulun seudun pyöräilyn brändi vaikuttaa asukkaisiin ja yleisemmin millaisia vaikutuksia brändäyksellä on pyöräilyn edistämistyöhön. Työssä tehtävän viestinnän ja markkinoinnin vaikutuksia mitataan hyödyntämällä markkinointitutkimuksen periaatteita. Lopputuloksena halutaan tarkemmin tietää, miten brändi vaikuttaa pyöräilyn tunnettavuuteen Oulussa, pyöräilyn mielikuvaan ja lopulta siihen, madaltaako tai innostaako brändäys oululaisia pyöräilemään. Jos tutkimuksen tuloksena saadaan varteenotettavia tuloksia, arvioidaan näiden avulla lisääntyneen pyöräilyn vaikutuksia asukkaisiin ja mahdollisesti yhteiskuntaan. Mittaamisella pyritään samaan suuntaa-antavaa tietoa siitä, mitä mahdollisuuksia ja vaikutuksia brändäämisellä on ihmisen liikkumiskäyttäytymiseen ja asenteisiin. Ajatuksena on, että työn tuloksia pystyttäisiin hyödyntämään valtakunnallisella tasolla ja perusteluviestinnässä brändäämisen mahdollisuuksista.

Alustava ajatus mittareista ja seurannan toteuttamisesta

- **Sähköinen kysely** (ennen markkinointitempauksia – markkinointitempauksien jälkeen, hankkeen loppupuolella)
 - Taustatiedot
 - Brändin tuoteperheen tunnistaminen
 - Mielikuvat/ajatukset/tunteet, jotka liittyvät Oulun seudun pyöräilyyn
 - Oulun pyöräilyn kokonaiskuva (erittäin hyvä-erittäin huono)
- **Tapahtuminen aikaiset minikyselyt** (sääoloihin vertaaminen)
 - Osallistujien kokemus
 - Mistä osallistuja löysi tapahtuman/ päätti osallistua
 - Palaute
- **Tapahtuminen kävijämäärät/ osallistujat**
- **Medianäkyvyyden seuranta** (sivustojen kävijämäärät, julkaisut, hashtagien käyttö)
- **Käyttäjähaastattelut**



Työn organisointi ja aikataulu

Oulun kaupunki

Yhteyshenkilö:
Harri Vaarala

Konsultit

WSP Oy
Navico Oy

- WSP:n ydintiiminä toimii Katjatuulia Järvenpää, Ari Kujala ja Minna Raatikka. Katjatuulia Järvenpää toimii työn projektipäällikkönä ja palvelumuotoilun asiantuntijana. Ari Kujala toimii projektissa Art Directorina. Minna Raatikka toimii kestävän liikenteen asiantuntijana. Työ tehdään yhteistyössä paikallistuntemuksen omaavan konsulttiyritys Navicon asiantuntijoiden Pekka Tahkolan ja Timo Perälän kanssa. Navico toimii WSP:n alikonsulttina.
- Työ aloitettiin helmikuussa 2019 ja se päättyi vuoden lopussa. Työn aloittaminen on sidottu Liikenneviraston liikkumisen ohjauksen myönteiseen valtionavustuspäätökseen 2019, joka varmistui helmi-maaliskuussa.

- **Maaliskuu:** Projektin aloitus, verkkosivujen suunnittelu
- **Huhtikuu:** Verkkosivujen- ja tapahtumamateriaalien suunnittelu, artikkeli ja tiedote. Tapahtuma Oulun Rotuaarilla (Pyörien kevät)
- **Toukokuu:** Verkkosivuston julkaisu, videoaineistot, Tapahtumamateriaalien suunnittelu, 1. kyselyn toteuttaminen. Tapahtuma (kaupunkipyörät)
- **Kesäkuu:** Some-aineistojen suunnittelu, Videoiden suunnittelu, Pyöräilyviikon konferenssi Jyväskylässä
- **Heinäkuu:** Some-aineistojen suunnittelu, Videoiden suunnittelu, reittiesitteen alustava suunnittelu
- **Elokuu:** Reittiesitteen suunnittelu
- **Syyskuu:** Verkkosivujen päivitykset ja ylläpitotehtävät
- **Lokakuu:** Pyöräilytalvi-kampanjan ja aineistojen suunnittelu
- **Marraskuu:** Some-mainokset, Pyöräilytalvi-tapahtumat 18.–22.11.2019
- **Joulukuu:** Kontti-aineiston suunnittelu, 2. kysely



1. Markkinointi ja viestintä

Verkkosivut

- Ensimmäisenä toimenpiteenä hankkeelle oli verkkosivuston perustaminen, jotka toimivat tärkeänä kanavana viestinnälle sekä muulle Oulun seudun pyöräilyyn liittyvälle tiedolle. Verkkosivujen yhteyteen on lisäksi tehty aineistopankki, joka helpottaa tuotettujen materiaalien jakamista hankkeen eri osapuolien kesken hankkeen aikana.

Sivuston rakenne jakaantuu seuraaviin osioihin:

- **Etusivu:** Yleistietoa Oulun seudun pyöräilystä sekä ”Vappaa tyyli” filosofiasta.
- **Pyöräilyn pääreitit:** Esittely opastetuista pyöräilyn pääreiteistä ja kuvaukset kunkin reitin ominaisuuksista sisältäen myös kartat sekä tietoa Oulun baanaverkkosuunnitelmasta.
- **Opasteet:** Tietoa ja kuvia Oulun seudulla käyttöönotettavasta maan kattavimmasta pyöräliikenteen viitoitus- ja opastusjärjestelmästä.
- **Kaupunkipyörät:** Tietoa Oulun kaupunkipyörästä, jotka otettiin käyttöön elokuussa 2019. Kyseisellä sivulla esitellään mm. kaupunkipyörien asemakartta sekä linkki varsinaisille kaupunkipyörät-sivulle.



- **Pyöräilytalvi:** Loppuvuoden suurin viestinnällinen markkinointitempaus, joka toteutettiin yhteystössä Pyöräiliiton kanssa. Pyöräilytalven oma alisivu toimi kanavana mm. valokuvakilpailun järjestämiselle sekä vinkeille talvipyöräilyyn (Pyöräilytalvesta lisää tietoa tapahtumat-osiossa).
- **Lisätiedot:** Kyseistä alisivua käytettiin kyselyiden alustussivuna ja samalta sivulta löytyy myös osio julkisesti ladattavissa oleviin aineistoihin; Oulun seudun pyöräilyn brandbook ja tunnus.
- **Aineistopankki:** Julkiselta puolelta piilossa oleva alisivu hankkeen tiedostojen ja aineistojen jakamista sekä arkistointia varten.

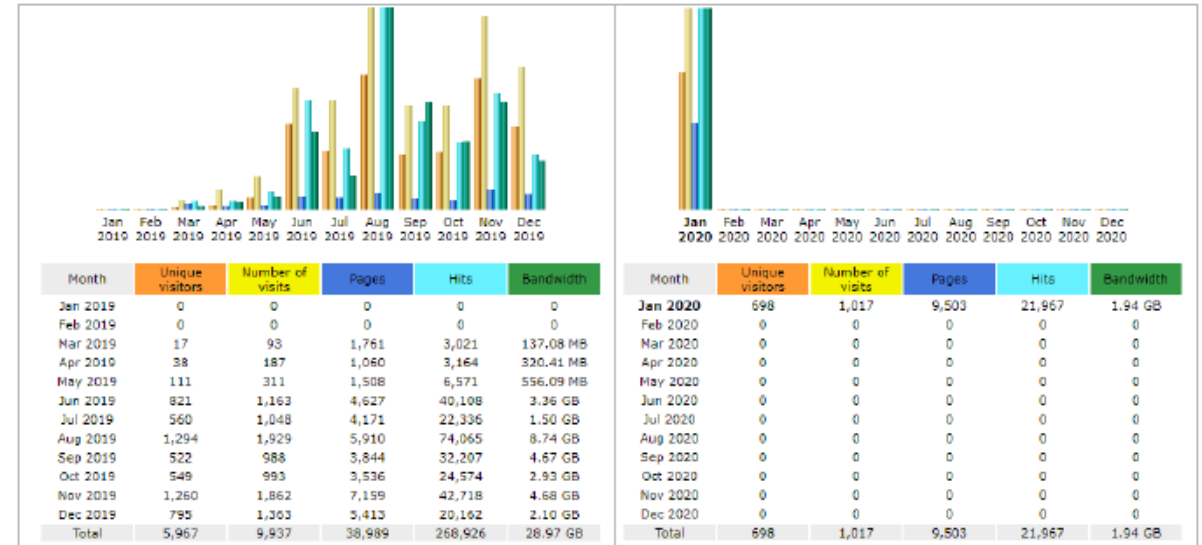


Verkkosivut

- Verkkosivusto on yksi oleellisimmista kanavista brändin lanseeraamiselle vaikkakin tapahtumissa, ulkomainoksissa ja sosiaalisessa mediassa tavoitettavuus on myös tehokasta. Sivusto toimii aina tukikohtana kaikelle tiedolle hankkeeseen liittyen. Sen edut ovat myös nopea päivitettävyys ja tiedon helppo jakaminen sekä ylläpidon edullisuus.
- Sivusto rakennettiin WordPress-julkaisujärjestelmällä, joka mahdollistaa myös helpon käytön muille hankkeen osallisille.
- Sivusto löytyy osoitteista:

oulunseudunpyoraily.fi
vappaatyly.fi

- Sivustolle johdattavat kaksi erilaista nimeä osoittautuivat hyödyllisiksi varsinkin valtakunnallisen Pyöräilytalvi-kampanjan yhteydessä, jolloin vappaatyly.fi -osoite on mahdollisesti huomiota herättävämpi sekä helpommin muistettava.



Statistiikka (2019-1/2020) osoittaa aktiivisuutta sivustolla varsinkin toukokuun jälkeen, jolloin ensimmäisen OSP-tapahtuman yhteydessä julkistettiin sivuston osoite.



Oulun seudun pyöräilyn sivuston avaamisesta julkaistiin lehdistötiedote.



Sosiaalinen media

- Jotta Oulun seudun pyöräilyn brändin lanseeraushanke pystyttiin aloittamaan mahdollisimman ripeästi, työryhmä päätti, että sosiaalisen median kanavina käytetään jo olemassa olevia alustoja, jotka ovat ennestään osalle kohderyhmistä tuttuja – eli kaupungin omia somekanavia.
- Hankkeen aikana tuotettiin some-aineistoa liittyen yleisesti Oulun seudun pyöräilyyn ja vuoden aikana toteutettujen tapahtumien viestintään. Kohderyhmiä osallistettiin Pyöräilytalvi-valokuvauskilpailun yhteydessä instagramissa.
- Suurin some-kokonaisuus tuotettiin kertomaan Oulun seudun pyöräilyn ominaisuuksista (kuva + lyhyehkö teksti julkaistavaksi Instagramissa ja Facebookissa). Sarja sisältää 9 osaa, joissa kuvataan ja kannustetaan pyöräilyyn sekä avataan ”Vappaa tyyli -filosofiaa”.



Esimerkkejä some-toteutuksista.



Sosiaalinen media

- Someviestintä mahdollistaa kevyen ja leikkisän viestintätavan. Pyöräily ja ulkoilu ylipäättään innostaa ihmisiä myös osallistumaan esim. valokuvaamisella, kuten Pyöräilytalvi-kilpailussa.
- Somekanavissa aktiivinen viestintä on tärkeä osa-alue brändin kehittämisen jatkon kannalta.



Esimerkkejä some-postauksista.



Artikkeli

- Viestinnällistä näkyvyyttä tuotettiin myös Poljinlehteen (1/2019) julkaistun artikkelin myötä.

Tekst: Kalkatundat, Järvenpää. Kuusi: Marja Tienhaara

Oulun seudun pyöräily uudisti ilmeensä

Brändäystyö tukee pyöräilyn edistämistavoitteita ja näkyy sekä maastossa että mielikuvissa.

Oulun seudulla pyöräillään tunnetusti innokkaasti. Pyöräilyn kulttuurisuus on se perinteinen ja Oulun seutu päättikin lämpimästi kauppalaistuntien vertailussa. Pyöräily valittiin kulkutavaksi useammin kuin muilla suuressa kaupunkiseudulla. Oulu on myös kansainvälisesti tunnettu taivopyöräilykaupunki.

Tavoitteena kiinnostava kokonaisuus

Pyöreilyn asemaa halutaan vahvistaa edelleen ja kesän 2019 myötä seudulla tullessa uusia toimintamalleja pyöreilyn opastus ja samalla Oulun seudun pyöreilyn uusi graafinen ilme pääsee esille ja kytkeytyä. Uusi beinidi-tuus auttaa edelleen vahvistamaan pyöreilyn asemaa Oulun seudulla. Brändintäälli pyöreilyn päätehtäviä uusi graafinen ilme yhdessä välikäteen toteuttamisen ja sitä myötä kaksisuuntaisesti opastuksen kanssa lisää reitien käyttökukavutta, nostaa niiden

käyttöstä sekä toimii vetovoimaksi-
jona Oulun seudun asukkailla ja matkai-
silla.

Liiketoiminta toimintayksiköille eli rakentava Oulun seudun päätyöryhmittelyille kiinnostaa ja merkitsevästi luvun kokonaisuus, joka heikentää työryhmittelykannan osittain etukäteen luvun kiinnostavien kriteerillä ja pysähtymisen arvossa kuitissa. Usat lue pohjasta Oulun kaupungin toimintayksiköiden, mutta sillä on oma suunnitelmien liikkuvuus, joka viestii taas-arvoista kaikista seudun päätyöryhmittelyiden yhdistämisestä kunnista ja alueista. Yhteinen ja hallittu lue viestittää, että markkinoinnissa rakentava toimintayksiköiden, jotka siinä tunnetun ja vahvistavat inspoa.

Osallistamalla tulokseen

Graafisem ilmeseen ja brändiaudistukseen on haettu ideoita ja ajatuksia osallistamalla Oulun seudun asukkaita, pyörittäjä, potentiaalisia pyörittäjiä sekä

[illegible]

Seuraa pinkkää – löydät perille

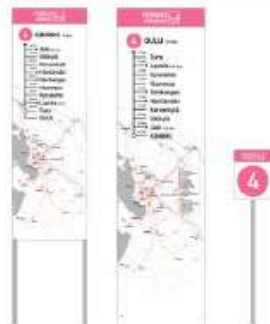
Uuden ilmeen mukainen pinkki väri viestii Ouhusta ja kulkee käsi kädessä joukkoliikenteen ilmeen kanssa. Näin ne muodostavat yhdenlaisen värimaailman viisaa liikkumisen eri muodoille. Oulun seudun pyöräilyn uusi ilme näkyy pyöräilyyn liittyvissä markkinoinnissa, erilaisissa kampanjoissa sekä uusilla netisivustoilla osoitteessa www.ouhunen.fi

Páspvörðslivæðtlen opastug

Uusi ilme tulee näkymään maastossa syksyllä 2009 pääpyöräilyreittien uudistuna opastuksena. Lisäksi pyöräilyn viitoitus- ja pääreiteillä tehostetaan. Muun muassa reittien numerointi tulee näkymään pyöräilyn suunnistus- ja etäisyystaulussa.



OULUN
SEUDUN
PYÖRÄILY



Niin pyöräilystä tulee entistäkin vaikeampaa ja hauskompaa. Opasteissa olevat kartat joita auttavat löytämään matkittomasti perille, kannustavaa myös kokeilemaan uusia reittejä ja tutustumaan niiden varrella sijaitseviin mielenkiintoisiin kohteisiin.

Pydrality on tyvilyapaa la!

Pyörillä liikkuvilla on yksi yhteinen tavoite: päästä jonnekin perille. Joskus matkan kohde on ennalta määritetty – joskus taas pyöräilijä ajattelee ja antaa pyörän vihdoin itsensä omille reiteille ja omiin peikkoihin. Joskus pyöräin avulla pyritään asuttamaan mahdollisimman pian perillekin, toisinaan on hyvä vain ajaa ihmisen kummempaa aikataulua. Oulun seudun pyöräilyyn uuden laadun pohja-ajatus on tuoda ihm. että pyöräilyyn liittyy vapaus – pyöräilijä on itsellensä laji. Pyörä

riily on elämäntapa joka yhdistää, muutta tyylin ja tavat pyörillä saa kukin itseltä. Brändin arvot korostavat elämän kokemista seikkailuna, turvallisen ja selkeän pyöräilyyhteistön merkitystä, hyvinvoinnin lisäämistä liikkumalla sekä ympäristöstä välittävää.

Oulun seudun pyöräilyn
tavoitteet

Oulun seudulla pyrittiin siihen, että viidentoista vuoden jaksilla pyöräilystä on muuttanut autostaan verratessa liikemäisyyteen – pyöräily saa yhä tiheämmän ja laadullisemman tilan ja sitä pidetään kuin nyt autoilusta. Tavoitettiin on myös pyöräilyn tuottamat merkittävät yhteiskunnalliset säästöt muun muassa avaruuskorjausten vähentymisenä ja ihmisten hyvinvoinnin lisääntymisenä. Tähtäyksessä on myös kasvattaa Oulun seudun kasaallista

ja kansainvälistä mainetta pyörittäytymisenä.

Reinetti kannustaa Oulun seudulla asuvia ja liikkuvia ihmisiä pyöräilyyn. kokeilemaan kesällä luvostettavia pyöräilyteemoja sekä tutustumaan lähimäseistönsä eri kohteisiin pyöräilemällä. Oli sitten kesä tai talvi, polkea saa kuka vaan, minkälaisella pyörällä vaan eikä varusteilla ole niin väliä. Tutustella pyöräilemään Oulun ajatuksella: Vapaus tyylillä.

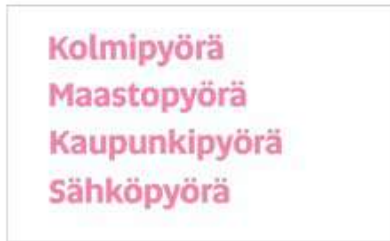
Oulun kaupunki on tilannut työ WSP Finland Oy:n Design Studioista ja paikallisista osaajista työstiä o:n mukana toteutamaan viisain Elikkimen asiantuntijatyötä Navio Oy. Oulun seudun kunnista mukana ovat: Oulu, Kempele, Muhos, Ii, Tyrnävä, Liminka, Lumijoki sekä Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus. Työhön on saatu liikkimien ohjauksen valtionavustusta. ☼

"Oulun seudulla pyöräily on tyyli­vappaa laji: Kukaan ei saarnaakaan eikä "tuputa". Mitään ei ole pakko, vaan jokainen tekee tyyli­llään. Meillä kukaan ei arvostele eikä käske."



Videot

- Oulun keskustan Rotuaarin medianäyttö toimi kanavana videoille mm. tapahtumien yhteydessä.
- Videoita tuotettiin yleisesti Oulun seudun pyöräilystä sekä ajankohtaisista tapahtumista ja muista pyöräilyyn liittyvistä asioista esim. opasteista.
- Muista julkaisukanavia videoille olivat mm. pysäköintihallin medianäytöt sekä pyöräväylien varrella olevat aktiivisen infotaulut (laskentapisteet).



Kuvakaappauksia videoista.



Videot



Valoparaati-video



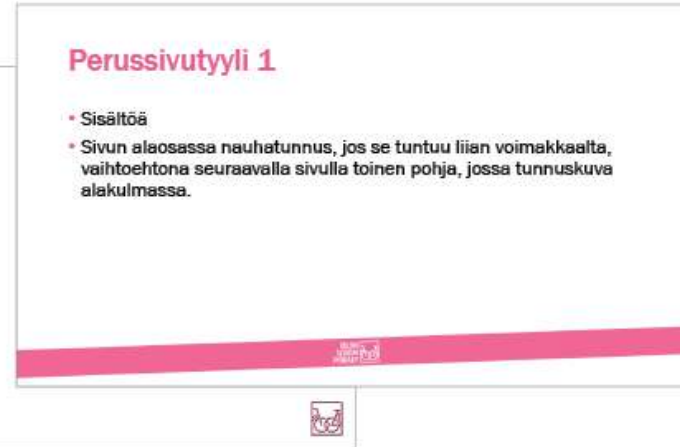
Pyörien Kevät-tapahtuman yhteydessä rotuaarilla.



- Tietoa Oulun seudun pyöräilyn pääreiteistä tuotettiin myös painetun esitteen muodossa.



PowerPoint



Lanseeraushankkeen yhteydessä tuotettu PowerPoint-pohja.



Kaupunkipyörät

- 2019 vuoden aikana tuotettiin myös aineistoa Sykkeli-kaupunkipyöriin (ei kuulu valtionavustus-hankkeeseen)

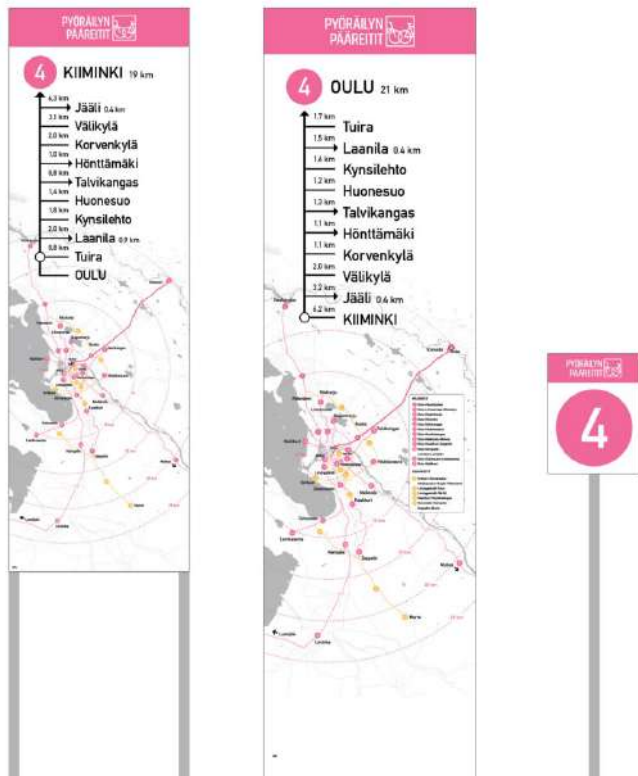


Hankkeen ohessa tuotettuja kaupunkipyörä-aineistoja



Opastus

- 2019 vuoden aikana asennettiin ensimmäiset Oulun seudun pääpyöräreittien opasteet (ei kuulu valtionavustus-hankkeeseen).



Markkinoinnin ja viestinnän huomiot lyhyesti

- Tiivis yhteistyö tapahtumavastaavan kanssa tärkeää, markkinointi herää ”eloon” tapahtumissa
- Ennakointi ja suunnitelmallisuus: vältetään turhaan työtä
- Tapahtumien toteuttamisen realistisuus / resurssien mukaiset kohdentamiset tiettyihin tapahtumiin ja oleelliset aktiviteetit tapahtumissa.
- Säännölliset kokoukset työryhmän kanssa
- Somevastaava osaksi työryhmää



2. Tapahtumat

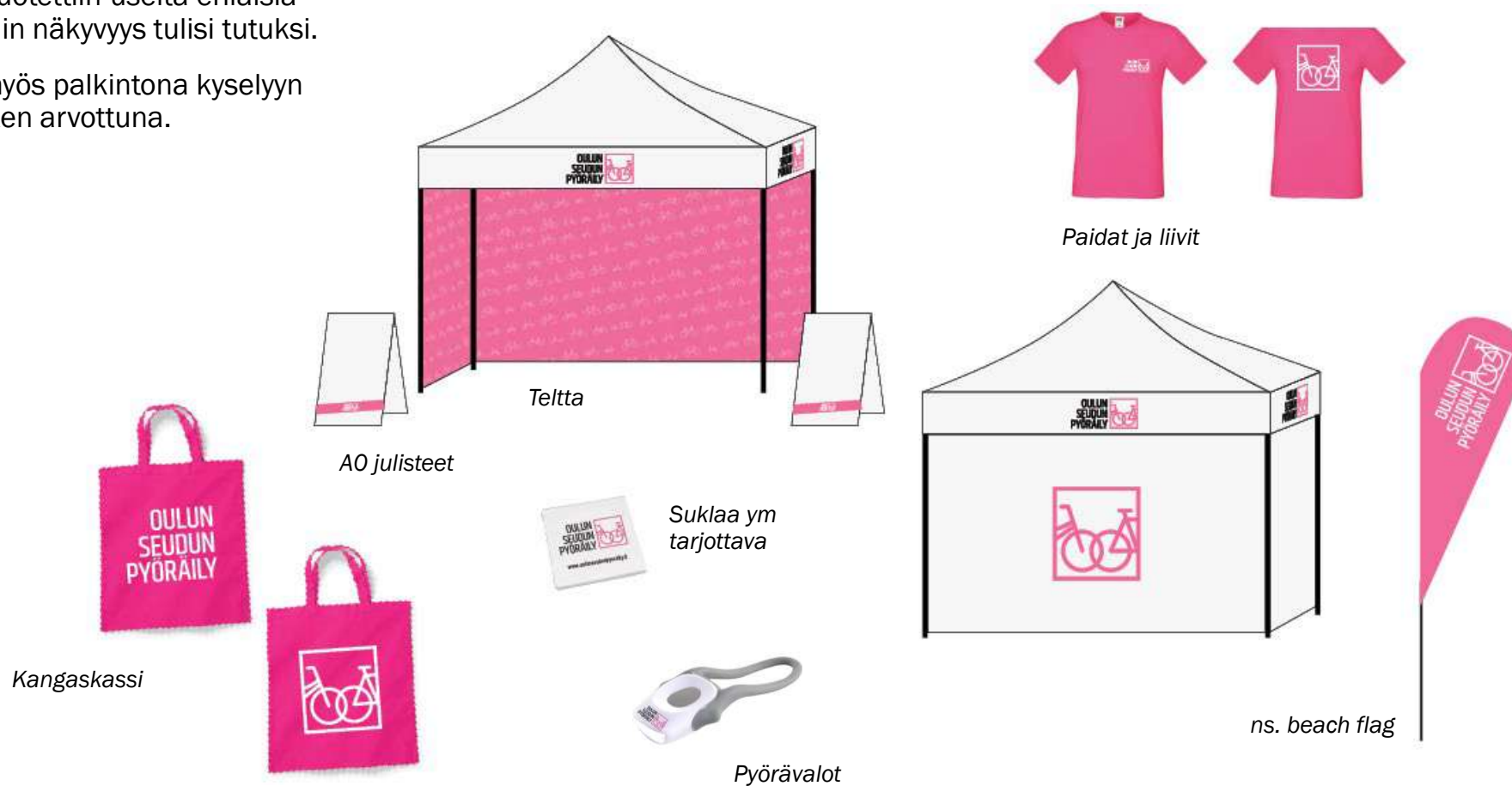
Tapahtumat

- Oulun Rotuaarilla järjestettiin 27.4.2019 keväinen pyörätapahtuma, jonka ohjelmassa oli mm. pyörän pikahuoltoa, tuote-esittelyjä, leikkimielisiä kilpailuja, erikoispyöriä ja tulevan kesän tapahtumien esittelyjä. Liikenneturva jakoi tilaisuudessa pyöräilyaamiaisia. Oulun uudet kaupunkipyörät Sykkelit kokivat ensimmäisen julkisen esittelynsä tapahtumassa ja keräsivät todella paljon kiinnostusta!
- Kaupunkipyöriä esiteltiin myös Rotuaarilla pyöräilyviikolla 4.5.
- Pekka Tahkola ja Harri Vaarala osallistuivat pyöräilyviikon konferenssiin Jyväskylässä 6.5.2019. Mukana tilaisuudessa oli myös Oulun kaupunkipyöriä esittelyssä ja mallina Jyväskylälle, sillä Jyväskylässä pohdittiin tuolloin kaupunkipyörien hankintaa.
- Oulun kaupunki palkkasi kaksi henkilöä opastamaan käyttäjiä Sykkeli-kaupunkipyörien käyttöön. Heille hankittiin Oulun Seudun Pyöräilyn brändin ja kaupunkipyörien ilmeen mukainen vaatetus.
- Oulussa järjestettiin 18.-22.11.2019 joka päivä tapahtumia, joissa valotta pyörällä liikkuville ihmisille jaettiin ilmaiseksi Oulun Seudun Pyöräily -brändätyjä LED-valoja yhteensä 2000 kpl (1000 etuvaloa ja 1000 punaista takavaloa). Lisäksi valojen kanssa jaettiin lämmintä juomaa ja Pätkis-suklaata pyöräilijöille, kiittäen heitä pyöräilystä.
- Osana Lumo Light Festival Oulua järjestimme myös polkupyörien valoparaatin Rotuaarilta perjantaina 22.11.. Paraati kiersi läpi Oulun keskustan ja lähialueiden valotaideteoksia, ja parhaiten valokoristellut polkupyörät palkittiin lahjakortein pyöräliikkeisiin.
- Tämän lisäksi perjantaina ja lauantaina 22.-23.11. Oulun Rotuaarilla esiteltiin tavarapyöriä. Paikalle oli kutsuttu Tavarapyöräasiantuntija Espoosta esittelemään valikoimaansa, sillä Oulun pyöräliikkeissä ei juuri ole tarjolla tavarapyöriä koeajettaviksi. Tavarapyörä on suuri investointi, ja sellaisen hankinnan kynnystä madaltaa olennaisesti mahdollisuus koeajaa ja testata erilaisia pyörämalleja. Osa esillä olleista pyöristä oli sähköavusteisia.



Tapahtumiin tuotetut aineistot

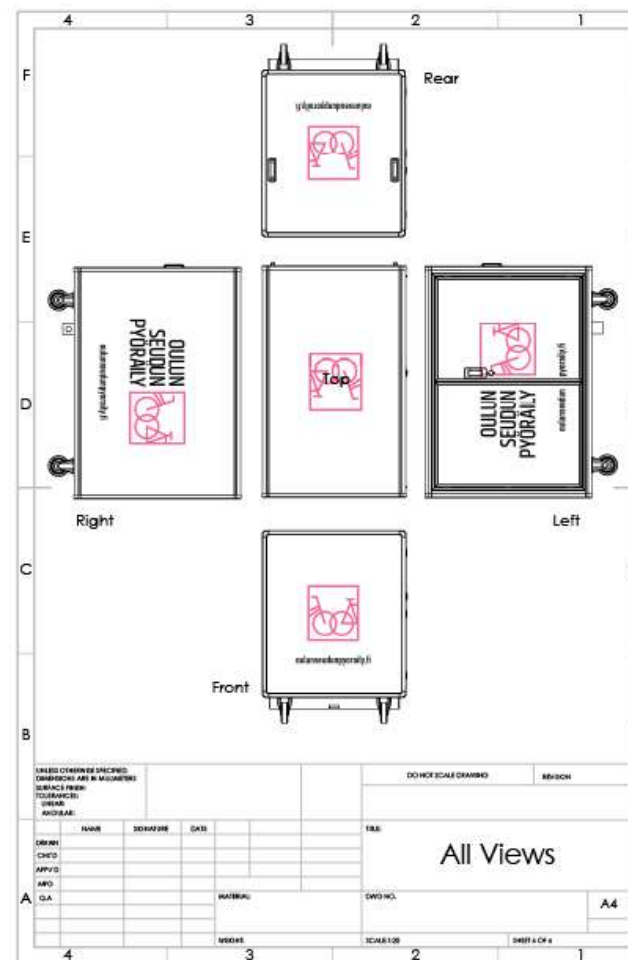
- Tapahtumia varten tuotettiin useita erilaisia tuotteita, jotta brändin näkyvyys tulisi tutuksi.
- Kangaskassi toimi myös palkintona kyselyyn osallistuneiden kesken arvottuna.



Erilaisia aineistoja tapahtumia varten.



Tapahtumiin tuotetut aineistot



A0-kokoiset julisteet sekä tavarakonttiin toteutettava teippausaineisto.





Valokuvia tapahtumista



Pyöräilytalvi-kampanja

- Pyöräilytalvi-kampanja oli yhteistyössä Oulun seudun pyöräilyn, Pyöräliiton ja Bassoradion kanssa toteutettu kampanja, jonka tarkoitus on edistää ja kannustaa talvipyöräilyyn Suomessa valtakunnallisesti. Jo aiempina vuosina pidettyyn kampanjaan liittyi nyt mukaan Oulun seudun pyöräily, joka toimii talvipyöräilyn esimerkkikaupunkina huomattavan suuren talvipyöräilyn suosion myötä.
- Pyöräilytalvi-kampanja oli lanseerausvuoden laajin ja suurin panostus. Kampanjan tehokkaimpana toimenpiteenä oli marraskuussa Bassoradiossa pyörinyt radiomainos, jossa kannustettiin osallistumaan valokuvauskilpailuun hashtagilla #pyöräilytalvi sekä ottamaan esimerkkiä Oulusta sivustolla vappaatyly.fi pyöräilyvinkkien muodossa.



Pyöräilytalvi-kampanja

- Pyöräliiton valtakunnallinen Pyöräilytalvi-hanke toteutettiin teemaviikolla 18.–22.11.2019. Hanke kannusti mm. viestinnän, tapahtumien, kuvakisan ja led-valojen jakamisen keinoin jatkamaan pyöräilyä ympärivuotisesti ja kokeilemaan pyöräilyä talvella.
- Vuonna 2019 viidettä kertaa toteutettu kampanja ulottui Suomessa ympäri maata 25 paikkakunnalle, joilla järjestettiin yhteensä 41 tapahtumaa. Viikon aikana Pyöräliiton paikalliset vapaaehtoiset jakoivat yhteistyökumppaneineen ohikulkeville valottomille pyöräilijöille 6500 LED-valoa, lämmintä juomaa, pientä purtavaa ja Pyöräillen talvella –esitettä sekä suomeksi että ruotsiksi.

Yhteistyö

- Hankkeen pääpainopisteinä ovat paikalliset ympäri Suomea järjestetyt tapahtumat ja valtakunnallisesti koordinoitu mediakampanja. Valtakunnallisen Pyöräilytalvi-kampanjan tekemiseen osallistui yli 150 ihmistä, joista valtaosa (noin 90) on paikallisia vapaaehtoisia ja noin 60 muuta ihmistä on toimijoita yhteensä 49 eri organisaatiosta. Suomalaisista kaupungeista erityisesti Oulu panosti Pyöräilytalvi-kampanjaan vuonna 2019. Yhteistyön sisältönä oli nostaa Pyöräilytalvi-kampanjan avulla Oulun seudun pyöräily -brändiä osaltaan esiin.

Tapahtuman sisältö

- Oulussa järjestettiin 18.–22.11.2019 joka päivä tapahtumia, joissa valotta pyörällä liikkuville ihmisille jaettiin ilmaiseksi Oulun Seudun Pyöräily -brändätyjä LED-valoja. Lisäksi valojen kanssa jaettiin lämmintä juomaa ja suklaata erityisesti kiitoksena niille pyörällä liikkuville, joilla oli valot jo omasta takaa.

• Tapahtuman viestintä ja kilpailu

Oulu-yhteistyön avulla levitettiin Pyöräilytalvi-kampanjan siivittämänä ajatusta, että Oulu on Suomen pyöräilypääkaupunki ympäri vuoden. Yhteistyö Oulun seudun pyöräilyn, WSP:n ja Pyöräliiton välillä mahdollisti Bassoradion kautta toteutetun kaksiviikkoisen radiokampanjan, jonka yhteydessä tuotettuja kahta 30 sekunnin mittaista mainosta soitettiin 130 kertaa kahden viikon aikana promoamaan sekä Pyöräliiton Pyöräilytalvi-kampanjaa että Oulun seudun pyöräilyn brändiä. Kampanja huipentui 22.11., jolloin Pyöräliitto palkitsi vuoden 2019 parhaan #pyöräilytalvi-aiheisen Instagram-valokuvan ottajan Pelagon polkupyörällä. Palkinto meni Jyväskylään.



Pyöräilytalvi-kampanja

Pyöräiliiton toteuttamien Pyöräilytalvi-sivujen lisäksi samat kampanjasisällöt koottiin Oulun seudun pyöräilyn sivuille, jonne mm. kerättiin kaikki Pyöräiliiton kilpailuun osallistuneet #pyöräilytalvi-kuvat. Lisäksi WSP taittoi Pyöräiliiton Pyöräillen talvella -esitteen uusiksi ja Pyöräiliiton vapaaehtoiset jakoivat sitä Pyöräilytalvi-kampanjan tapahtumissa ympäri maata.

Lopputulos

Kuvakilpailuun osallistui 250 kuvaa. Kampanja tavoitti 250 000 radiokuulijaa Bassoradion mainoskampanjan sekä viisi arkiaamua kestäneen aamuohjelman sisältöyhteistyön kautta. Oulussa jaettiin 2000 kpl LED-valoja.

Spinoff-tapahtumia

- Esiteltiin erilaisia sähköavusteisia laatikkopyöriä Oulun keskustassa Rotuaarilla 22.–23.11.2019.
- Valoparaati polkupyörillä perjantaina 22.11. kello 18–19 osana Oulun Lumo-valofestivaalia, kesto noin 60 min.



Talvi tuli. Pidetään pyörät pyörimässä – vapaalla tyyllillä!

Pyöräily talvella ei ole erityisen vaikeaa, kuten ei ole talvella käveleminenkaan. Päinvastoin – pyöräily on nopea ja hauska tapa liikkua myös lämpötilan pudottua ja päivien pimenettyä.

Jatkamalla pyöräilyä läpi talven pääset nauttimaan ulkoilmasta, hyvistä oloista ja liikennemuodosta vailla vertaa.

Hyviä syitä pyöräillä talvella

Pyöräily kohottaa mielialaa, lisää hyvinvointia ja pidentää elinikää. Lisäksi pyöräilyn ansiosta ilmasto paranee, liikennemelu vähenee ja kaupungeista tulee viihtyisämpiä paikkoja. Pyöräily siis tuottaa yhteiskunnalle selvää rahaa – myös talvella.

Tässä esitteessä muutama vinkkejä, joilla saat pyöräilystä ilon irti talvellakin!

Kokoonkalanen: Pekka Takala ja Marja Tuohimäki

Pyöräile

Zakausi
kuukausi
unokkautuu ei murhe eni
pyöräillessä hienosti
yhteiskunta ei ole
menestynyt kukaan
kouluun ja kauppaan
ollessa ei yhdessä
ollessa ei yksin
nauttimaan aurinkoa
tuntemaan ei tuulen kaiv olosta
tai ilmas mitään sen kummemmaa syytä
mutta senne kaikkea, koska se on kivaa



Talvi tuli. Pidetään pyörät pyörimässä – vapaalla tyyllillä!



Pyöräily talvella ei ole erityisen vaikeaa, kuten ei ole talvella käveleminenkaan. Päinvastoin – pyöräily on nopea ja hauska tapa liikkua myös lämpötilan pudottua ja päivien pimenettyä.

Jatkamalla pyöräilyä läpi talven pääset nauttimaan ulkoilmasta, hyvistä oloista ja liikennemuodosta vailla vertaa.

Hyviä syitä pyöräillä talvella

Pyöräily kohottaa mielialaa, lisää hyvinvointia ja pidentää elinikää. Lisäksi pyöräilyn ansiosta ilmasto paranee, liikennemelu vähenee ja kaupungeista tulee viihtyisämpiä paikkoja. Pyöräily siis tuottaa yhteiskunnalle selvää rahaa – myös talvella.

Tässä muutama vinkkejä, joilla saat pyöräilystä ilon irti talvellakin.



Ote pyöräilytalvi verkkosivuilta



Pyörä en talvellakin yliveto kulkupoli

Varsinkin talvella matkakato on mukavampaa, kun varat siihen muuttaman ylimääräisen minuutin. Voit ajaa hiihtomatta, ilman huppua ja saattia takaa perheistä puolesta. Olet pyörällä ailiilemasi siemeni perillä, koska pyörä on kaupungeissa alle viiden kilometrin matkoilla nopein.

Pukeudu mukavasti

Pukeudu sellaisiin vaatteisiin, joista itset pidät eniten. Voit pukeutua kuten muutankin pukeutuaat ulkona talvella. Tärkeimmät talvivaatteet löytyvät vaatekaappistasi. Ne ovat:

Takki
Kangas
Päähine
Käineet

Pida huolta pyörästäsi

Paras talvipyörä on oma pyöräsi. Taisi sitten se odottaa sinua vielä kaupassa. Tärkeintä on, että pyöräsi on kunnossa ja sillä on mukava ajaa. Huono pyörä jättää sinua pikalle kumikasan alla.

Pro Tip:
Keväällä pyöräkorjauksia on aina ruuhkaa. Valitse tunkaaseen huollettavalla pyörälläsi aikaa. Talvella pyöräkaupat ottavat asiakkaista huomioon vaatan, koska ulkoinen kaupassa on usein aika hiljasta.

Valitse sopivat renkaat

Viihteessä renkaan ilmapaine laskee, mutta toisaalta hieman pehmeä renkaalla on parempi pito. Nastarenkaat eivät ole välttämättömät, mutta monen mielestä ne tuovat ajamisen lisää vaimuutta, ja niillä voi ajaa hieman vauhdikkaammin kuin tavallisilla renkailla. Renkaat voit vaihtaa itse tai vaihdattaa ne pyörähuoltoon.

Katujet on hyvä puhdistaa siinä välillä, jotta ajamisen pyörä kiihtyy. Lisää kelpuikin silloin tällöin myös tipsa tippi. Huuho katju tilgimien jälkeen, jotta tilgines katju ei kerää likaa.

Näki:
1. Ota pala kangasta kiitos
2. Puhdista se katjun ympäri
3. Työnnä polkimia
Valmistettu bull

Ennakoimalla pysyt pystyssä

Talvessa on tuki omat haasteensa. Äkkiniäiset kovanokset ja sopeutumisvaikeudet kulkua pienillä ovat pääsyyt kaatumiseen. Jarruta siis ennen luidkasta paikkoja ja valita nopeita kulkureittejä. Pidä ajosopuutasi malliiliinena ja tasaisena, niin pysyt pystyssä.

Metalliset rakenteet, kuten viemärikanavat, puiset alustat, mietä lehdet ja alustat kipeäiset ovat talvella kulkureittejä. Helsingissä varo myös ratikkakatoja.

Valaise itsesi

Polkupyörän lampun tarkoitus ei ole valaista yötä, vaan helpottaa muita kulkijoita havaitsemaan sinut. Talvella valo on hyvä käyttää jo päivän hämärtyessä eikä odottaa, että tulee sähkijä. Lapsin talvessa siis meidän lailla koto ajan, etelässä aamulla ja itäpäässä yöllä.

Tiedonmuuttajia valoja: Etuvalo on valkoinen, takavallo punainen. Pienikin tuliku näyttää etuvaloksi. Takavallo kannattaa käyttää, siitä tulee pakollinen 1.6.2020.

Valokai kannattaa valita USB-ladattava led-lamppu. Silloin ei tarvitse jatkuvasti vaihdella paristoja, ja kaiken työmatkan aamun valo voi ladata suoraan seinästä tai loppuun.





Valokuvia
Pyöräilytalvi-
tapahtumasta



KAMPANJA

Tänäkään talvena pyöräily ole mitenkään erikoista tai vaativaa. Kuten ei ole talvella käveleminenkään. Päinvastoin – pyöräily on nopein ja hauskin tapa liikkua myös lämpötilan pudottua ja päivien pimennyttyä.

Aamulinja isännöi #pyöräilytalvi teemaviikkoa radiossa. Taajuuksilla kuului kaksi viikkoa kaksi radiospottia, joita toistettiin yhteensä 130 kertaa. Bassoradio tavoittaa 140 000 viikkokuuntelijaa.

Basson Instagramissa julkaistiin kuvajulkaisu, joka sai 12 251 näyttökertaa! Kuvalla tavoitettiin 9 400 käyttäjää ja se keräsi reaktioita 391 kappaletta.

Basson Hikisen Iltapäivän juontaja Tuke julkaisi omassa Instagramissaan 2 kuvajulkaisua, jotka saavuttivat 379 reaktiota.

Toimitus julkaisi #pyöräilytalvi Instagram storyja yhteensä teemaviikon aikana 7 kappaletta, jotka saavuttivat 30 740 näyttökertaa.



Pyöräilytalvi-kampanjan tunnusluvut Basso-yhteistyön osalta vuodelta 2019.

Elämä | Terveystieteet

Oulussa ihmetellään pääkaupunkiseudun "talvipyöräilyä" – "Lycraan tai Gore-Texiin pukeutuminen on meillä marginaali-ilmiö"

Tee se näin -juttusarjassa HS etsii vastauksia lukijoiden kysymyksiin. Tällä kertaa selvittimme talvipyöräilyä saloja. Jutun lopussa voitehdottaa omaa kysymystä.

HS

Tervetuloa vastaamaan Helsingin Sanomia koskevaan kyselyyn.

Vastaamalla osallistut myös 50 euron arvokkaan lahjoituksen arvontaan.

Osallistu >>

Luetuimmat - Elämä & Hyvinvointi

Elämä

Mikromatios on aivan positiivinen ajattelutapa, joka auttaa arvioimaan tilanteita. Se on erittäin hyödyllinen työkalu, jota voi käyttää esimerkiksi...

Elämä

Kiertueen lopputulokset: Samu Haberin piti pystyssä vain kolme ja valittiin... Nyt Haber kertoo katoista vuosista ja kertyneistä keloista.

Pyöräilytalvi-kampanja vaikutti Helsingin sanomissa julkaistuun artikkeliin talvipyöräilystä.



Kuvakisan voittaja

Pyöräiliitto, Oulun seudun pyöräily ja Bassoradio järjestivät

18.-22.11.2019 Instagram-kuvakilpailun juhlistamaan pyöräilyn riemua ja lähestyvää talvea Bassoradion Aamulinja-ohjelmassa.

Kilpailun voittajaksi valittiin Enni Kemppaisen **ottama selfie**. Kuva ja sen kirjallinen tarina tekivät vaikutuksen Pyöräiliiton tuomaristoon.

Lisätietoa



Pyöräilytalvi-kuvakilpailun voittaja on jyväskyläläinen Enni Kemppainen.

Kuvakilpailun voittajan julkistettiin marraskuun lopussa. Alla Pyöräilytalvi-kampanjan yhteystyökumppanit.



Tapahtumien huomiot lyhyesti

”

- Kaikki tapahtumat olivat erittäin onnistuneita. Erityisesti keväinen pyöräpäivä Rotuaarilla 27.4., pyöräilyviikon valojen jako ja tavarapyörien esittelytilaisuus keräsivät paljon kansaa ja näkyvyyttä.
- Tavarapyörien esittelytilaisuuksia tarvitaan jatkossakin. Pyörien koeajo Oulussa on edelleen hankalaa, ja tulisikin pohtia tapahtumien vakinaistamista ja niiden mahdollista järjestämistä useammin. Myös jonkinlainen tavarapyörälainaamo voisi toimia hyvin. Tästä löytyy esimerkki Jyväskylästä.
- Yhteensä 2000 valoa jaettiin nopeasti. Kolmena ensimmäisenä päivänä valot riittivät hyvin, mutta kolmannen päivän iltana Kaleva ja Yle julkaisivat aiheesta jutut:
- <https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/oulun-kaupunki-jakaa-2000-lamppua-pyorailijoille-tempaus-on-osa-valtakunnallista-pyorailyalvi-viikkoa/830562/>
- <https://yle.fi/uutiset/3-11075702>
- Näiden juttujen seurauksena neljäntenä päivänä ko. päivän valokiintiö loppui minuuteissa, samoin viidentenä päivänä. Valoja varmaankin jaetaan tulevinakin vuosina, mutta pohdittavaksi tulee, kannattaako jakotilaisuuksista tiedottaa sen kummemmin, vai vain jakaa valoja valottomille pyöräilijöille. Osasyinä suureen suosioon olivat epäilemättä myös yo. lehtijuttujen kuvituskuvat, joista voisi päätellä jaettavien valojen olevan huomattavasti arvokkaampia kuin ne itse asiassa olivat. Jos valojen jaoista siis tiedotetaan tulevaisuudessa, tulee tiedotteen mukana olla myös sopiva valokuva oikeasta selvästi halvemmasta valomallista. Yksi vaihtoehto on toki varautua huomattavasti suuremmalla valomäärällä.
- Kaupunkipyörät herättivät runsaasti keskustelua ja positiivista huomiota esittelytilaisuuksissa. Kävijät saivat myös koeajaa pyöriä, ja moni yllättyi siitä, kuinka kevyttä ja helppoa pyörällä oli ajaa. Markkinointia ja käyttöönnoton opastusta tulee jatkaa kuluvanakin vuonna, sillä järjestelmä ei (vielä?) ole niin yksinkertainen kuin sen pitäisi olla.

”



3. Vaikutusten mittaaminen

Kyselyt

- Lanseerausvuoden aikana toteutettiin kaksi kyselyä, joiden tarkoitus on havainnoida Oulun seudun pyöräilyn brändin tunnettuuden kehittymistä, Oulun mainetta ja mielikuvaa pyöräilykaupunkina sekä saada tietoa Oulun seudulla asuvien pyöräilytavoista, motiiveista sekä mahdollisista esteistä.
- Ensimmäinen kysely toteutettiin toukokuussa pyöräilyviikon yhteydessä sähköisenä ja paperilomakeena. Vastauksia kertyi yhteensä 136 kpl, joista valtaosa kerättiin lomakemuodossa.
- Vuoden lopussa järjestettiin toinen kysely, johon vastauksia tuli 196 kpl, tämä kysely toteutettiin kokonaan sähköisenä.



Somemainos loppuvuoden kyselyyn.



Kyselyt

Miten Oulun seudun pyöräilyn brändi on tavoittanut kaupunkilaiset?

- Keväällä ja syksyllä 2019 toteutettujen kyselyiden tiedonkeruumenetelmät ja tavoitetut kohderyhmät poikkesivat toisistaan, mikä heijastuu kyselyiden tuloksiin ja niiden vertailukelpoisuuteen. Keväällä 2019 pyöräilytapahtumassa kerätyt vastaukset olivat positiivisempia pyöräilyn kannalta, kun taas loppuvuoden kysely tavoitti yleisöä myös aktiivisen pyöräilypiirin ulkopuolelta sekä maantieteellisesti laajemmalla alueella. Tämä näkyy toisen kyselyn vastauksissa mm. pienempänä aktiivisuutena pyöräilyaiheisiin tapahtumiin osallistumisessa sekä matalampana Oululle pyöräilykaupunkina annettuna arvosanana. (1. kysely arvosana 8.1 ja 2. kysely arvosana 7.7).
- Loppuvuoden kyselyn mukaan 38 % vastaajista oli nähnyt Oulun seudun pyöräilyn logon aiemmin, mitä voidaan pitää kevään kyselyä luotettavampana tuloksena.

Millaisena pyöräily Oulussa koetaan?

- Kyselyiden avoimista palautteista käy ilmi, että Oulu nähdään Suomessa pyöräilyn edelläkävijänä ja kaupungin kasvanut panostus pyöräilyyn on noteerattu. Erityisesti kattava pyörätieverkosto sekä uudet baanat ja opastukset saivat toistuvasti kiitosta loppuvuoden kyselyn kommentteissa. Kuitenkin talvikunnossapito mainittiin lukuisissa kommentteissa merkittävänä kehityskohteena, ja se nähtiin edellytyksenä ympärivuotisen pyöräilykaupungin maineen ylläpitämiselle.
- Brändin taustalla olevat Oulun seudun pyöräilyn tunnuspiirteet näkyvät selvästi sanavalinnoissa, joilla vastaajat kuvailevat Oulua pyöräilykaupunkina. Vastaajien mukaan pyöräily Oulussa on kaikille sopivaa, helppoa ja vuodenaikasta riippumatonta.



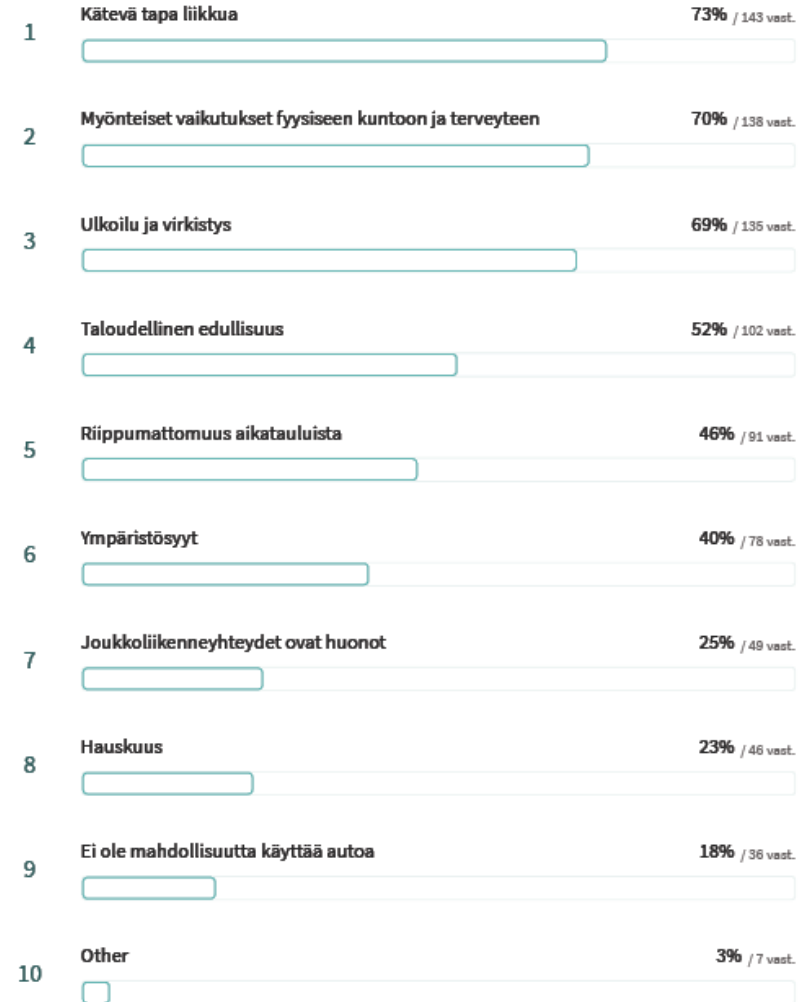
Kyselyt

Miten vaikuttavuuden arviointia tulisi jatkossa toteuttaa?

- Tämän työn puitteissa käytössä ollut aika on verrattain lyhyt brändin tunnettuuden mittaamiseen ja vaikuttavuuden arviointiin. Eri menetelmin toteutetut kyselyt tavoittivat erilaiset vastaajaryhmät, jonka vuoksi brändin näkyvyyden ja tunnettuuden kasvua kyselyiden välillä on vaikea arvioida. Lisäksi katukuvassa näkyvät opasteet ja brändin värityksen mukaiset kaupunkipyörät ehtivät olla katukuvassa vain muutaman kuukauden ennen toisen kyselyn toteuttamista.
- Jotta brändimarkkinoinnin toimenpiteiden vaikuttavuutta voisi luotettavammin arvioida, tulisi brändin näkyvyyttä mitata säännöllisesti ja pidemmällä aikajänteellä. Tässä työssä toteutetussa kyselyssä kysyttiin lisäksi myös kaupunkilaisten motiiveja ja esteitä pyöräilylle, mutta muissa brändin lanseeraus- ja markkinointihankkeissa näkyvyyttä mittaavan kyselyn voisi myös rajata tarkemmin keskittyen ainoastaan brändiin tai jonkin sen osa-alueen näkyvyyteen.

Mikä motivoi sinua pyöräilemään?

195 196:sta ihmisestä vastasi tähän kysymykseen



Ote vastauksista loppuvuoden kyselystä.



1. Kyselyn tulokset ja analyysi

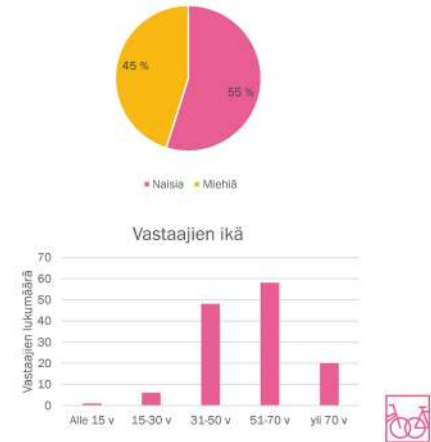
Oulun seudun pyöräily

Brändin vaikuttavuuden mittaaminen
Kevään 2019 kyselyn tulokset



Kyselyn vastaajat

- Kyselyyn vastasi yhteensä 135 henkilöä (paperinen kysely 121 vastausta, Internet-kysely 14 vastausta).
- Valtaosa vastaajista iältään 31-50- ja 51-70-vuotiaita.
- Alle 30-vuotiaita vastaajia vain 7 kpl.



Vastaajien pyöräilytottumukset

- Kyselyyn vastaajat pyöräilevät ahkerasti:
 - Kesäisin lähes kaikki pyöräilevät päivittäin tai muutamia kertoja viikossa.
 - Talvisin päivittäin tai lähes päivittäin pyöräilee reilu kolmannes. Kuitenkin sama osuus vastaajista pyöräilee talvisin vain harvoin tai ei ollenkaan.



Pyöräilyyn motivoivat tekijät

- Tärkeimpänä motiivina pyöräilyyn koettiin mahdollisuus ylläpitää omaa kuntoa.
- Merkittävänä motiivina myös pyöräilyn nopeus ja näppäryys liikkua kaupungissa, jota tukevat laadukkaat pyörätiet.
- Myös ekologiset näkökulmat nousivat esiin useissa vastauksissa.



1. Kyselyn tulokset ja analyysi

Pyöräilyä estävät tekijät

- Talvikunnossapidon puutteet ja huono sää koettiin merkittävimmiten pyöräilyä vaikeuttaviksi tekijöiksi.
- Myös puutteet pyöräilyinfrastrukturissa (esim. korkeat reunakivetykset), liikenteestä aiheutuva turvallisuuden tunne ja muiden liikkujien käyttäytyminen vaikeuttavat vastaajien pyöräilyä.

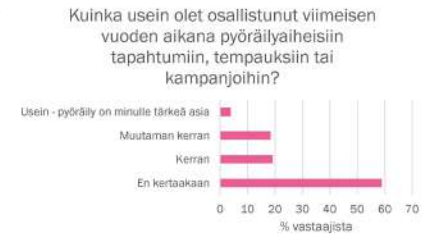
"Talvisin pyöriteiden auringon liian harvoin, keväällä pöly"
Mies, 51-70 v.

Mitä esteitä koet pyöräilyssä?



Oulun seudun pyöräilyn brändin tunnettavuus

- 38 % vastaajista on nähnyt Oulun seudun pyöräilyn logon aikaisemmin.
- Suurin osa vastaajista ei ole osallistunut pyöräilyaiheisiin tapahtumiin viimeisen vuoden aikana.
- 36 % vastaajista osallistui kyselyyn, koska osui sattumalta paikalle tapahtumaan, jossa kyselyä jaettiin. 22% löysi tapahtuman lehti-ilmoituksesta. 19 % löysi tapahtuman/kyselyn sosiaalisesta mediasta.



Oulu pyöräilykaupunkina

- Oulu sai pyöräilykaupunkina vastaajilta keskiarvoksi 8,1
- Pyörätieverkoston laajuus keräsi vastaajilta kiitosta
- Parannustoiveita keräsivät erityisesti keskustan pyöräilyolosuhteet ja talvikunnossapito

"Joka paikkaan pääsee pyörällä"
Arvosana 9

"Muuten antaisin paremman, mutta talvipyöräilyn osalla parannusta"
Arvosana 7

"Hyvät pyöräilyväylät kaikkialla muualla paitsi keskustassa. Pyörät pois jalkakäytäviltä. Oisi turvallisempaa, jos pyöräilijöiden ajoradalla väistämisaikaa olisivat loogisemmat."
Arvosana 8

"Oulu on tunnettu pyöräilystä"
Arvosana 9

"Kaupunkipyöräjärjestelmä nostaa arvostusta"
Arvosana 9



Mitä avainsanoja sinulle tulee mieleen sanoista: "Pyöräily Oulussa" ja "oululainen pyöräilijä"

"Fiksu esimerkki" "Talvipyöräily"

"Sinnikäs" "Oulu on pyöräilykaupunki" "Normaalia"

"Rauha" "Sykkeli"

"Parasta Suomessa" "Helppous" "Tehokas"

"Turvallisuus" "Osa Oulua ja oululaista identiteettiä"

"Kelillä kuin kelillä" "Osa vähän holtittomia"



Avoin palaute

- "Mainiota, että olette nyt näkyvillä"
- "Tapahtumia lisää! Mainostamista!"
- "Kehitysidea: Sykkelin vuokraaminen liikuntaedulla"
- "Pyöräily on oululaisten tapa liikkua. Keskusten alueella pyöräily on hankalaa; epäloogiset reitit, huonot pyöräparkit. Keskustassa Pyöräily Oulu ei näy."
- "Väylien kunnostuksesta ja ylläpidosta vastaaville olisi hyvä viikoittain irtautua työpöydän äärestä"
- "Keskusta on suorastaan pyöräilyvihamielinen alue. Pyörällä kun on tarkoitus päästä mahdollisimman lähelle kohdetta ja saada pyöräkin parkkeerattua lähelle. Kahviloiden, kauppojen yms. asiointipaikkojen edustoille kunnolliset ja riittävästi pyörätelineitä!"
- "Oulun pyöräilymaine menee (on ehkä jo mennyt), jos keskustan pyöräilyolosuhteita ei saada kuntoon."
- "Hyvä OSP!"



2. Kyselyn tulokset ja analyysi

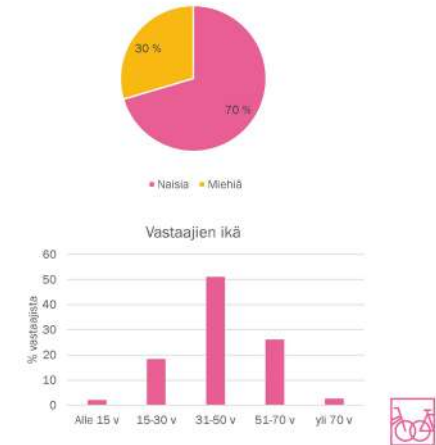
Oulun seudun pyöräily

Brändin vaikuttavuuden mittaaminen
Syksyn 2019 kyselyn tulokset



Kyselyn vastaajat

- Syksyllä 2019 toteutettuun Internet-kyselyyn vastasi yhteensä 196 henkilöä, joista valtaosa on naisia.
- Puolet vastaajista 31–50-vuotiaita, nuoria ja iäkkäitä vastaajia vain muutamia.



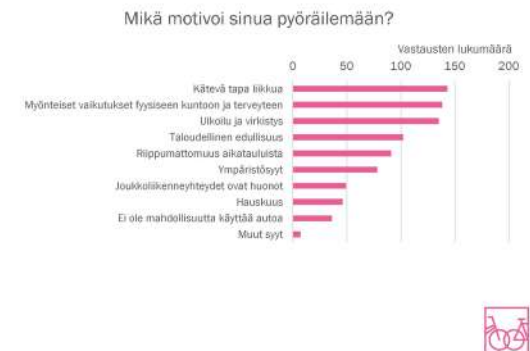
Vastaajien pyöräilytottumukset

- Kesäisin yli 80 % vastaajista pyöräilee päivittäin tai muutamia kertoja viikossa.
- Reilut 40 % vastaajista jatkaa pyöräilyä päivittäin tai muutamia kertoja viikossa myös talvisin. Kuitenkin yhtä suuri osuus vastaajista pyöräilee talvisin vain harvoin tai ei ollenkaan.



Pyöräilyyn motivoivat tekijät

- Tärkeimpinä motiiveina pyöräilyyn koettiin pyöräilyn kätevyys kulkumuotona sekä mahdollisuus ylläpitää omaa kuntoa ja terveyttä liikunnan ja virkistyksen myötä.
- Merkittävänä motiiveina pidettiin myös taloudellisia ja ympäristöllisiä näkökulmia sekä pyöräilyn joustavuutta.



2. Kyselyn tulokset ja analyysi

Pyöräilyä estävät tekijät

- Pyöräilyn suurimmiksi esteiksi koettiin tavaroiden kuljettamisen vaikeus, huono sää sekä liian pitkät.
- Myös turvattomuuden tunne liikenteessä sekä pelko pyörän varastamisesta nousivat merkittävimpien syiden joukkoon.
- Kevään 2019 kyselyssä pyöräteiden puutteellinen talvikunnossapito oli useimmin mainittu pyöräilyä estävä tekijä (ongelma nousi esiin avoimen Muu syy-kenttään kirjoitettujen vastausten kautta). Syksyllä 2019 aihe mainittiin vain muutamassa vastauksessa, mutta talvikunnossapidosta annettiin runsaasti palautetta *Minkä arvosanan antaisit Oululle pyöräilykaupunkina*-osiossa kyselyn lopussa.

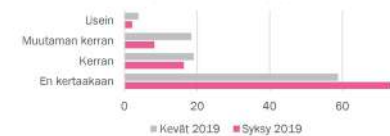


Oulun seudun pyöräilyn brändin tunnettavuus

- Syksyn 2019 kyselyssä Oulun seudun pyöräilyn logo tunnettiin vastaajien keskuudessa harvemmin, kuin keväällä 2019 toteutetussa kyselyssä.
- Syksyn kyselyn vastaajat olivat osallistuneet pyöräilyaiheisiin tapahtumiin myös harvemmin, kuin keväällä kyselyyn vastanneet. (Huom. tulokseen vaikuttanee se, että 90 % kevään 2019 vastauksista annettiin pyöräilytapahtumassa jaetun paperikyselyn kautta. Syksyn kysely toteutettiin kokonaan sähköisesti.)



Kuinka usein olet osallistunut viimeisen vuoden aikana pyöräilyaiheisiin tapahtumiin, tempauksiin tai kampanjoihin?



Oulu pyöräilykaupunkina

- Syksyn 2019 kyselyssä Oululle pyöräilykaupunkina annettu keskiarvo oli **7,7**. Keväällä 2019 keskiarvo oli **8,1**.
- Kiitosta saivat erityisesti kattava pyörätieverkosto sekä uudet baanat ja opasteet. Vastauksista käy ilmi, että kaupungin panostus pyöräilyn edistämiseen on huomattu.
- Parannustoiveita keräsivät erityisesti keskustan pyöräilyolosuhteet. Lisäksi pyöräteiden puutteellinen talvikunnossapito laski useiden vastaajien mukaan annettua arvosanaa.



Mitä avainsanoja sinulle tulee mieleen sanoista: "Pyöräily Oulussa" ja "oululainen pyöräilijä"

"oululainen elämäntapa" "vastatuuli" "edelläkävijä"

"helppous" "pinkki" "Onkohan pyörätie aurattu?"

"kaikki polkee" "hiekkaa kettingissä" "tasainen maasto"

"rutiini" "matala kynnyksen" "kylmää pelkäämättömät"

"vapaus" "talvipyöräily" "baana"



Poimintoja avoimista palautteista

- "Pyörätie pitäisi saada myös välille Sanginsuu-Päivärinne, jotta pyöräily olisi turvallista erityisesti lapsille"
- "En ole varmasti yksin ajatuksen kanssa, että Päivärinne -Sanginsuu välille tarvittaisiin pyörätie. Kesällä tiellä kulkee uskomaton määrä pyöräilijöitä. Autoilijoiden ja pyöräilijöiden turvallisuuden kannalta pyörätie tulisi tarpeeseen. Maisemat matkalla ovat myös omanlaisensa, mikä varmasti motivoisi muitakin ihmisiä polkemaan. Saattaisihan se jopa tuoda paikallisille yrittäjille lisäasiakkaita."
- "Aleksanterinkadulla pyöräily katkeaa korkeisiin jalkakäytävien reunavalleihin. Huonosti paikkoja parkkeerata pyörä keskustassa, kun olemassa olevat telineet esim. Valkean luona ovat usein aivan täynnä. Samoin torin reunalla kaupungin puolella on surkea tilanne. Hallituskadun keskivaiheilla myös puuttuu pyöräparkit."
- "Jos haluatte ihmisten pyöräilevän talvellaikin, varmistakaa, että pyöräteiden kunto palvelee ajatusta aina, ei vain joskus. Vuorotyöläisenä tämän merkitys korostuu etenkin, koska töissä pitää olla jo silloin, kun pyöräteitä vasta aletaan auraamaan. Tai vastaavasti iltavuorosta on kurjaa lähteä kotiin huonokuntoiselle pyörätielle."
- "Myönteisiä seikkoja: pyörätieverkosto on varsin kattava ja kohtuukuntainen; opasteisiin ja reittimerkintöihin on panostettu kiitettävästi; oululaiset tielläliikkujat käyttäytyvät varsin sivistyneesti. Kielteistä: pyörävarkaudet; telineitä/lukituspaikkoja niukasti (esimerkiksi Linnanmaalla ja keskustassa) pyöräilyn suosion huomioiden; keskustan kaistajärjestelyt voisivat paremmin tukea pyöräilyä."
- "Liikenteen turvallisuuteen etenkin liikenteen solmupisteissä voisi kiinnittää enemmän huomiota ja tehdä pieniä parannuksia esim. peilien asentamisella. Jatkuvasti vaarallinen paikka on Asematunneli, missä näkyvyys on huono 90 asteen kulman takia (tunneliin siirryttäessä) ja jossa sekä kävelijät ja pyöräilijät liikkuvat varsin tiiviisti. Siellä turvallisuutta voisi parantaa helpostiikin peileillä. Oulun suunta pyöräilyn kehittämisessä on oikea ja tuonut pyöräilyä näkyvämmäksi osaksi muiden liikummisluotojen rinnalle. Ehkä myös kestäväää logistiikkaa voisi kehittää pidemmälle tulevaisuudessa?"



