



Työbussaile2

*- Valonian ja Turun seudun joukkoliikenne Fölin
viisaan työmatkaliikkumisen edistämiskampanja -*

Seudullista joukkoliikenteen edistämistä

- Yhteensä 200 autoilevaa työmatkalaista Föli-alueelta kokeili kuukauden ajan bussin käyttöä ilmaiseksi
- Kampanjan taustalla Föli-uudistus
 - Turku, Kaarina, Naantali, Raisio, Lieto, Rusko
- Kampanjasta saatiin tilastollista tietoa Fölin toimivuudesta, joukkoliikenteen laatutasosta ja osallistujien kulkutottumuksista

Kampanja lukuina

- Jaettiin 200 ilmaista joukkoliikenteen kausikorttia
 - Kaikista Föli-kunnista osallistujia
- Logomo Byrå mukana kampanjatyöpaikkana
- Kampanjaan hakijoita yhteensä 468 henkilöä
- Kampanja-aika marraskuu 2014-helmikuu 2015

Työbussaile sosiaalisessa mediassa

- Kommenteissa yleisesti positiivinen sävy
- Kertoivat avoimesti kokemuksistaan, myös negatiivisista
- Esimerkkejä päivitysteksteistä:

"Työbussailu aloitettu tiistaina ja hyvin sujuu! Bussi kulkee lähes suoraan kotiovelta työpaikalle, joten mietin vaan miksen ole jo ennen tätä aloittanut bussailemaan ahkerammin? Etenkin näillä loskakeleillä erittäin käte-vä kulkupeli tuo bussi."

"Tasaista, lämmintä, miellyttävää ja ennenkaikkea aikataulujen mukaista."

"Vaakatasossa pyryttävästä lumi-räntäsateesta huolimatta bussimatkan pelastaa ystävällisesti matkustajia ter-vehtivä bussikuski, kiitos!"



Riikka Backman ▶ Työbussaile

14 min · 🌐

Helmikuinen työbussaile kampanja on osaltani käynnistynyt loistavasti. Tästä innostuneena myin autoni pois ja ajattelin jatkossakin käyttää bussia. Olen ollut positiivisesti yllättynyt kuinka usein busseja kulkee esim, Turusta Raisioon. 😊

En tykkääkään · Kommentoi · Jaa

👍 Työbussaile tykkää tästä.



Mikko Jo

@JormanainenM



Seuraa

Tänäänkin bussailen töihin. Alkaa löytymään itselle sopivat vuorot. Onneksi vaihtoehtoja menee 10min välein.
#bussaile #kestäväkehitys



SUOSIKKI

1



8.23 - 7. marraskuuta 2014

- Käytössä eri sosiaalisen median kanavia: FB, Twitter, Instagram

Facebook-kuvakilpailu



Kampanjan tuloksia

- Alku- ja loppukyselyt
- Tärkeää kokemusperäistä tietoa joukkoliikenteen toimivuudesta työmatkaliikkumisessa



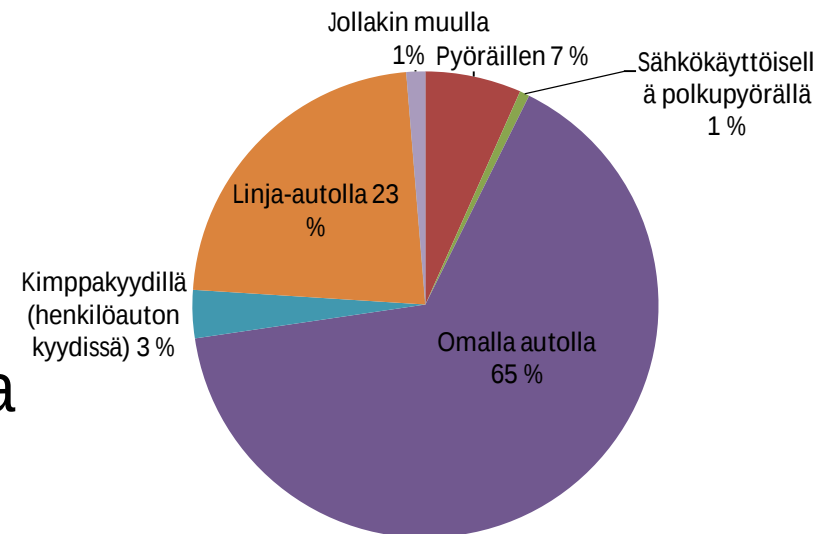
Yleistä

- Naisia 69% ja miehiä 31%
- Suurin osa 36-55-vuotiaita
- Edestakainen työmatka keskimäärin 22 km →
vrt. Työbussaille!-kampanjassa 6 km

Työmatkat

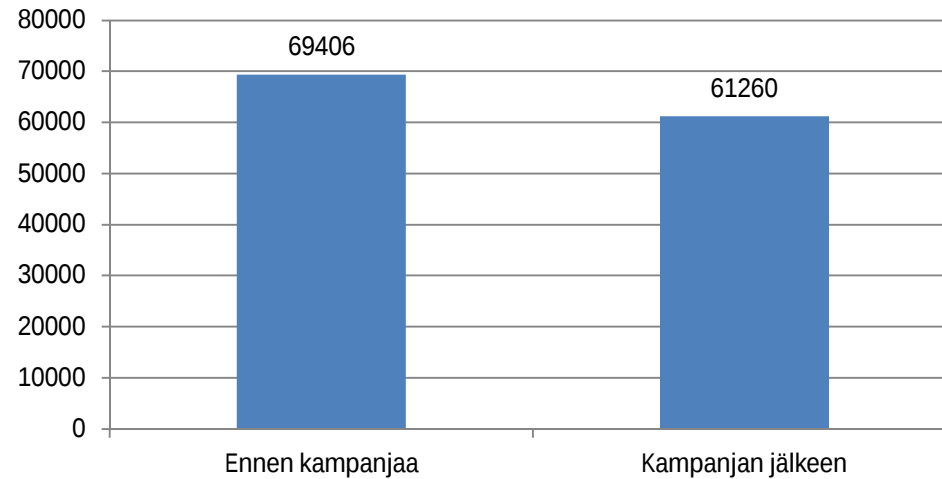
- Kaikki kulkivat ennen kampanjaa pääosin autolla työmatkansa (valintakriteerit)
- Kampanjan jälkeen pääosin autoilevia 65%
- Bussilla matkustus lisäsi työmatkoilla jonkin verran myös pyöräilyä ja kävelyä → matkaketjut
- Työbussailijat käyttivät bussia keskimäärin 3 kertaa viikossa kampanjan aikana
- Bussilla kuljettiin kampanjan aikana arviolta 58 000 km

Pääsääntöinen kulkumuoto kampanjan jälkeen (n:150)

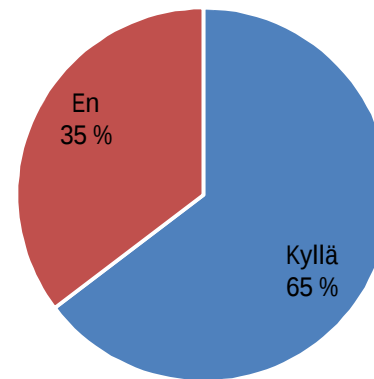


- 8146 vähennettyä henkilöautokilometriä
- Bussinkäyttöä jatkaneet käyttävät pääosin kausikorttia ja arvokorttia, muutama valitsee kertalipun
- Miksi eivät ole jatkaneet?
 - Matka kestää liian kauan
 - Tarvitsevat autoa työpäivän aikana tai sen jälkeen
 - Mukavuudenhalu ja autoilun helppous

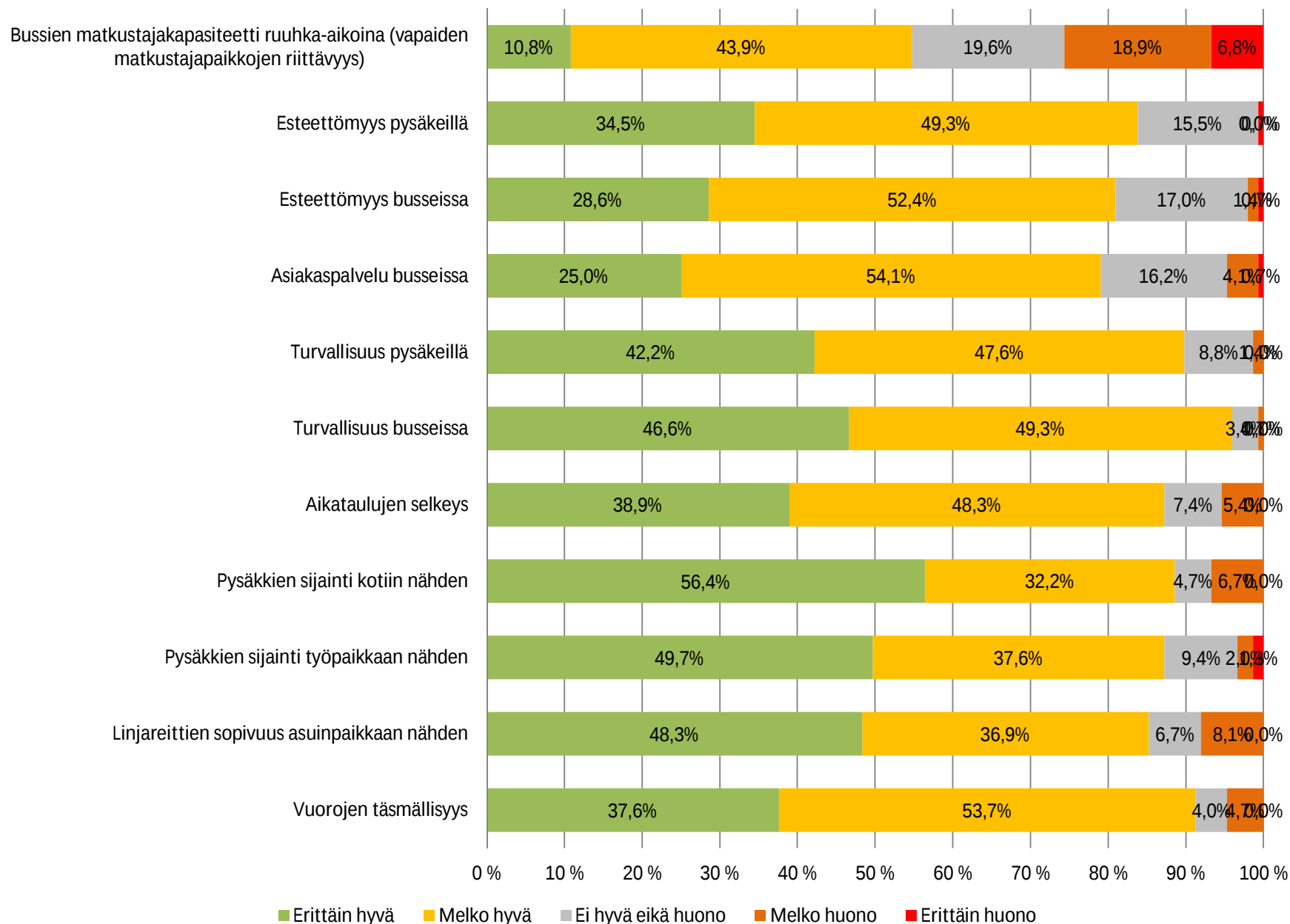
Kampanjaan osallistuneiden henkilöautolla kuljetut kilometrit kuukausitasolla



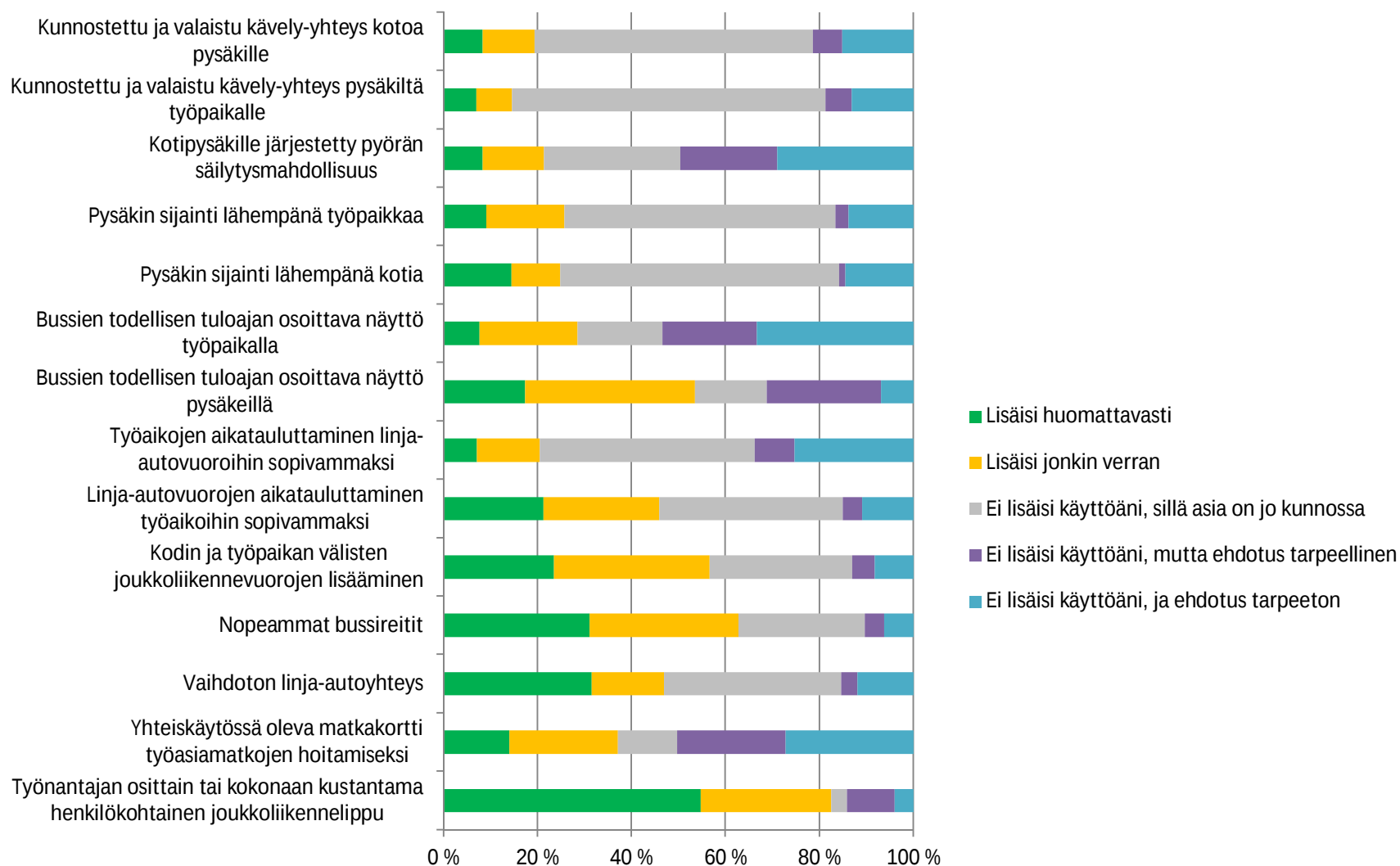
Oletko jatkanut bussin käyttöä työmatkoilla kampanjan jälkeen?



Joukkoliikenteen laatutaso kokemusten perusteella (n:149)



Kehitystoimenpiteiden vaikutus joukkoliikenteen käyttöön



Kampanjan onnistuminen

- Vastaajat arvioivat kampanjan eri osioita asteikolla 1-5
 - Yleisarvosana 4,5
 - Kampanjatiimin tuki 4
 - Tiedottaminen 4,3
- Yleissävy oli positiivinen

"Hyvin olette pitäneet kampanjaan osallistuneet ajan tasalla, jakaneet kuvia ja kokemuksia. "

"Hieno kampanja. Sain syyn myydä autoni ja ottaa askeleita ekologisempaan suuntaan."
- Negatiivista: työmatkan keston piteneminen, rauhattomuudet busseissa/pysäkeillä, aikataulujen pitämättömyys

Vaikuttiko kampanja mielikuviin/ennakko- odotuksiin joukkoliikenteestä? (otteita vastauksista)

"Sujui yllättävän hyvin ja aioin jatkossa käyttää ainakin osan vuotta."

"Lisäsi positiivisempaa suhtautumista matkustamiseen vaikkakin matka olikin vähintään tunnin yhteen suuntaan."

"Parkkipaikan etsiminen on jäänyt pois ja työmatkan voi käyttää rentoutumiseen. Pieni kävely pysäkiltä työpaikalle virkistää. Edullinen tapa matkustaa. Ennakkokäsitykseni olivat negatiivisemmat, se on myönnettävä ja se liittyy lähinnä tupaten täynnä oleviin busseihin. Olen joskus kotimatkan joutunut alussa seisomaankin, mutta useimmiten on istumapaikka löytynyt ruuhkabussissakin."

"Vaikutti positiivisesti, linja-auto kuljettajat olivat tosi kohteliaita, heille kehut. Huomasin ja opin käyttämään bussia, sitä on kiva käyttää ja sen käyttö on myös helppoa. Olen myös tyytyväinen että vihdoin ja viimein Liedostakin on halvempi käyttää bussia, ennen se oli kallista."

"Olin yllättynyt siitä, miten joutuisasti pääsin aamulla työpaikalle. Olin yleensä työpaikalla aiemmin kuin normaalisti. Toisaalta iltapäivällä takaisin päin oli todella hankalaa, jouduin lähtemään töistä liian aikaisin, jotta ehdin hakea ensin auton kotoa ja sitten lapsen päiväkodista."

"Kampanja osoitti minulle sen, että joukkoliikenne on oiva vaihtoehto, varsinkin silloin kun ei ole niin kiire. Oli vaihteeksi mukava matkustaa bussilla."

"Bussilla kulkeminen on edullista verrattuna oman auton käyttöön."

Mitä kampanjalla saatiin aikaan?

- Asennemuutoksia
- Kulikutapamuutoksia
- Positiivista ja rakentavaa vuorovaikutusta
- Tiedon keruuta ja jakamista Fölistä
- Kymmeniä tuhansia kilometrejä bussin kyydissä!

