

Från bilist till förmånscyklist

Beteendevetenskapliga strategier
för ökad cykelpendling i Sverige



Denna rapport har tagits fram inom ramen för samverkansprojektet Cykelskiftet. Cykelskiftet har utgjort en del av Vinnovas utlysning *Människocentrerad mobilitet - Framtidens mobilitetssystem med utgångspunkt i mänskligt beteende och individuella behov* där fördjupningar och tillämpningar av beteendevetenskaplig kunskap och forskning efterfrågats med syftet att lösa utmaningar inom mobilitetssystemet.

Medverkande aktörer i projektet är Centrum för tjänsteforskning vid Karlstads universitet, 2030-sekretariatet, Akademiska Hus, Helsingborgs stad, Örebro kommun, Studio Berget och Nordic Behaviour Group.

Projektledare och huvudförfattare till rapporten är Gabriella Stuart, medgrundare och beteendestrateg vid Nordic Behaviour Group.

Publicerad: 2024.



Kontaktpersoner

CTF, Karlstads universitet
2030-sekretariatet
Akademiska Hus
Helsingborgs stad
Örebro kommun
Studio Berget
Nordic Behaviour Group

Jessica Westman Trischler
Maria Stenström
Anders M Berg
Emma Kangas
Linnéa Lorinius
Anna Kolback
Gabriella Stuart

Innehållsförteckning

Sammanfattning	3
Viktiga begrepp	4
Introduktion	
Cyklens roll i ett hållbart mobilitetssystem	5
Hur kan cykelresor främjas med beteendevetenskap? ..	6
Förmånscykel – en nyckel för ökad cykelpendling	6
Metod	
Behaviour Change Wheel – ett ramverk för beteendeförändring	12
Datainsamling	13
Resultat	
Beteendediagnos	
Vilka hinder finns för anställda att skaffa en eldriven förmånscykel?	17

Vad kan möjliggöra för anställda att skaffa en eldriven förmånscykel?	20
Fyra beteendeförändrande strategiförslag	
Strategi 1	24
Strategi 2	26
Strategi 3	28
Strategi 4	30
Riktlinjer för utvärdering	32
Slutsatser	28
Referenslista	29
Appendix	31

Sammanfattning

Denna rapport är en del av samverkansprojektet *Cykelskiftet*, finansierat av Vinnova inom ramen för utlysningen *Människocentrerad mobilitet - Framtidens mobilitetssystem med utgångspunkt i mänskligt beteende och individuella behov*. Projektet bygger på beteendevetenskaplig forskning och metod, vilket framgångsrikt tillämpats inom mobilitetsområdet såväl internationellt som i Sverige.

Syftet med *Cykelskiftet* är att utveckla beteendevetenskapligt grundade lösningar för att öka antalet cykelresor i Sverige. Rapporten presenterar det arbete som har utförts i projektet, med fokus på cykelpendling och potentialen att få fler anställda i Sverige att skaffa eldrivna förmånscyklar. Ramverket *Behaviour Change Wheel* har använts för att identifiera hinder och möjliggörare för att skaffa en förmånscykel samt för att utveckla strategier som främjar denna beteendeförändring. Målet är att öka cykelpendlingen och därmed ersätta bilresor med fler cykelresor i Sverige.



Fyra strategier

Projektet har identifierat hinder och möjliggörare för anställda att skaffa eldriven förmånscykel. Utifrån denna förståelse presenterar rapporten fyra strategier med planer för hur och av vem dessa kan implementeras.

Beteendeförändrande kommunikationskampanj

Öka arbetsgivares och anställdas kunskap och intresse för förmånscykel genom en kommunikationskampanj som framhåller fördelar med förmånen.

Sänk trösklarna för att skaffa förmånscykel

Arrangera fysiska event där anställda kan testa och få personliga rekommendationer om cyklar och tillbehör för att öka intresse och minska trösklar för att skaffa en förmånscykel.

Förmånskalkylator 2.0

Lansera en avancerad digital förmånskalkylator som presenterar ekonomiska, hälsomässiga och miljömässiga fördelar med eldriven förmånscykel jämfört med bilpendling.

Prova-på lån oavsett anställningsform

Erbjud kostnadsfria utlån av elcyklar under minst fyra veckor, med syftet att erbjuda fler möjligheten att prova på elcykling oavsett anställningsform.

Viktiga begrepp

Vad är en beteendediagnos?

En beteendediagnos är en analys av faktorer som påverkar ett specifikt beteende. Genom att identifiera och förstå faktorer relaterade till bland annat motivation, attityder, sociala normer och miljön, syftar beteendediagnosen till att utgöra en grund för utvecklingen av effektiva insatser och strategier som åstadkommer beteendeförändring.

Vad är ett bruttolöneavdrag?

Bruttolöneavdrag innebär att en anställd frivilligt minskar sin bruttolön för att få en förmån, som en förmånscykel. Detta reducerar både arbetsgivaravgifter och den skattepliktiga inkomsten för den anställde. Det är ett ekonomiskt fördelaktigt arrangemang som främjar användningen av förmåner utan att öka arbetsgivarens kostnader för sociala avgifter. När en förmånscykel erbjuds mot bruttolöneavdrag dras kostnaden från bruttolönen, vilket ger en skattebesparing för den anställda.

Vad är förmånscykel?

En förmånscykel är en cykel som arbetsgivare kan erbjuda anställda som en löneförmån med syftet att göra det ekonomiskt fördelaktigt för anställda att skaffa en cykel. Förmånen kan bidra till att främja hälsa och hållbart resande samt minska bilpendlingsresor bland anställda.

Vad är nettolöneavdrag?

Nettolöneavdrag i relation till förmånscykel innebär att den anställde har möjlighet att köpa en cykel genom att betala med nettolönen efter skatt, vilket ofta kan göras via en engångsbetalning eller flera delbetalningar. Till skillnad från bruttolöneavdrag innebär nettolöneavdrag inte en skattebesparing för den anställde. Dock påverkar inte nettolöneavdrag den anställdes sjukpennings- och pensionsgrundande inkomst.

Vad är förmånsbeskattning?

Förmånsbeskattning är en skattemässig hantering av förmåner som anställda erhåller från sina arbetsgivare, såsom förmånscyklar. Från och med 1 januari 2022 är de första 3000 kr av förmånsvärdet för förmånscyklar skattefria. Om förmånen överstiger detta belopp beskattas den anställda endast för det överskjutande värdet, vilket kan innebära att en mindre summa skatt betalas jämfört med förmånens totala värde.

Källor: Energikontor Norra Småland, 2022; Skatteverket, u.å.; Skatteverket, 2024



Introduktion

Cykels roll i ett hållbart mobilitetssystem

De negativa konsekvenserna associerade med bilismen är många och stora. Luft- och bullerföroreningar, koldioxidutsläpp, markförstöring, omfattande resursförbrukning och ett bidrag till en stillasittande livsstil är bara några av följderna av människors beroende av bilen.^{1,2}

Människors dagliga bilpendling står för cirka 25 procent av koldioxidutsläppen i Europa.³ Trots bilismens negativa påverkan på miljön och hälsan är bilen fortfarande det mest populära färdmedlet världen över och det vanligaste sättet att pendla till och från arbetet.²

För att kunna uppnå lokala och globala miljö- och hållbarhetsmål samt minska bilberoendet krävs en förändring av människors resvanor. Cykeln är ett färdmedel som jämfört med bil är bättre ur både miljö- och hälsoperspektiv. Till exempel orsakar cykling inga koldioxidutsläpp, luftföroreningar eller buller och främjar fysisk aktivitet⁴. Trots att cykeln erbjuder ett koldioxidsnålt och kostnadseffektivt pendlingsalternativ har svenska resevaneundersökningar visat att andelen persontransporter med cykel förblivit relativt oförändrad^{5a,6}. Cykelresandet utgör ungefär fyra procent av det totala resandet i Sverige. Under pandemiåren noterades en liten ökning i cykelresandet, dock har denna trend vänt de senaste åren.^{5b,6}

15 min



I Sverige har nästan 1,2 miljoner av alla anställda möjligheten att cykla till arbetet inom 15 minuter.



En enkätundersökning som genomfördes med invånare i 28 länder visade att i genomsnitt är det endast 12 procent som cyklar till arbetet.⁷

I Sverige har nästan 1,2 miljoner av alla anställda möjligheten att cykla till arbetet inom 15 minuter, om man utgår från avståndet mellan bostaden och arbetsplatsen. Detta motsvarar en tredjedel av alla i Sverige som har anställning.⁸ Vidare har studier från ett antal regioner visat att 36–70 procent kan nå jobb eller skola med 30 minuters cykling.⁹

Trots detta cykelpendlar enbart 1 av 10 svenskar till arbetet enligt en branschundersökning från 2022.¹⁰ Det finns därför en betydande potential i att få fler anställda i Sverige att börja cykelpendla till arbetet.

Hur kan cykelresor främjas med beteendevetenskap?

Förändringar av människors beteenden är avgörande för att hantera de utmaningar mänskligheten står inför, bland annat för att uppnå centrala mål relaterade till hållbarhet och hälsa.¹¹

Förenta Nationerna (FN) är en av flera organisationer som erkänner värdet av beteendevetenskap som verktyg för att främja eftersträvar beteendeförändringar, och betraktar fältet som ett nyckelverktyg för att uppnå de globala målen i Agenda 2030.¹²

Beteendevetenskapen kan bidra med en förståelse för olika aspekter som ligger till grund till mänskliga beteenden såsom attityder, sociala normer och motivation. Denna kunskap kan användas för att utforma evidensbaserade insatser som resulterar i önskvärda beteendeförändringar. För att förändra människors resvanor krävs beteendeförändringar. Beteendevetenskap kan utgöra en central funktion i att omvandla invånarens bilresor till cykelresor. Internationellt har beteendevetenskaplig forskning och metod använts i stor utsträckning för att utveckla framgångsrika insatser som möjliggör för denna beteendeförändring.^{13, 14}

1 av 10



1 av 10 svenskar cykelpendlar till arbetet enligt en branschundersökning från 2022.

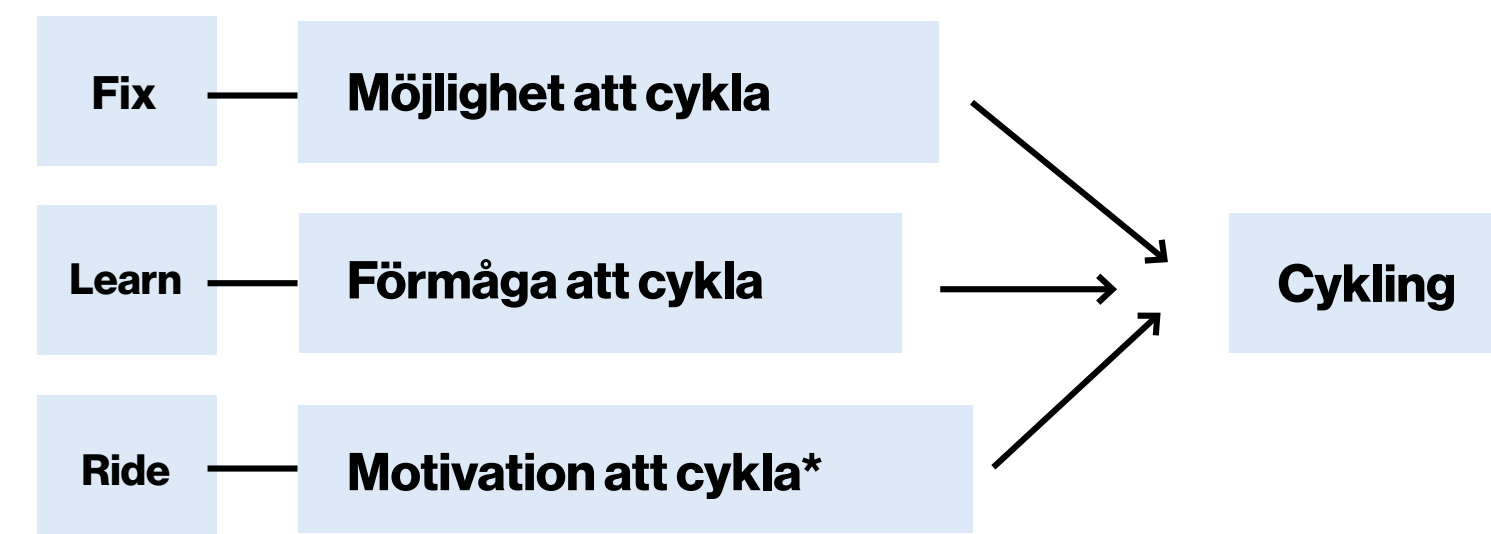


Big Bike Revival

Cykelorganisationen Cycling UK i Storbritannien står bakom programmet *Big Bike Revival* som syftar till att få personer som inte cyklar, trots tillgång till en cykel – att börja cykla. Sedan år 2021 baseras Big Bike Revival på beteendevetenskaplig teori och har introducerat trestegsmetoden *Fix, Learn and Ride* som utgår från att tre förutsättningar behövs för cykling.

För att uppnå de tre förutsättningarna har programmet erbjudit kostnadsfria reparationer, klasser där deltagare får lära sig grunderna för cykelunderhåll, sessioner för att lära sig cykla eller öka självförtroendet i cykling samt guidade gruppcykelturer i deltagarnas områden.^{15,16,17}

* De tre förutsättningar som ingår i Fix, Learn and Ride-metoden baseras på den beteendevetenskapliga modellen *COM-B*, som även använts i Cykelskiftet och som presenteras i metodavsnittet i denna rapport.²⁴



En utvärdering som gjordes 2022 visade att Big Bike Revival resulterat i:

77 246

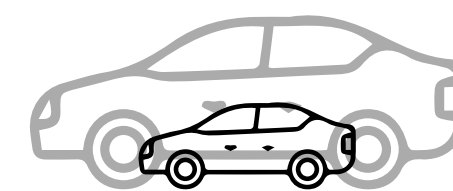
fler cykelresor

11 253

nya regelbundna cyklister

50 %

färre bilresor



14 %

fler cykelresor till arbetet



Förmånscykel – en nyckel för ökad cykelpendling

Projektet Cykelskiftet har fokuserat på förmånscykelns roll i att främja cykelresor och arbetspendling bland anställda i Sverige. En förmånscykel är en löneförmån som arbetsgivare kan erbjuda sina anställda för att uppmuntra hållbara transportalternativ och förbättra anställdas hälsa.

En förmånscykel kan användas både privat och i arbetet och kostnaden dras från den anställdes lön genom löneavdrag.¹⁸ Den anställda hyr eller lånar förmånscykeln av arbetsgivaren under en begränsad period, vanligtvis 36 månader.

Efter leasingperioden kan den anställda välja att lämna tillbaka cykeln eller köpa ut den till ett marknadspris. Sedan år 2022 är förmånen skattefri upp till 3000 kronor per år och person och omfattar cyklar, lådcyklar och fasta tillbehör.^{19,20}

Arbetsgivare som erbjuder förmånscyklar ansvarar för att hantera avtal med cykelleverantörer som tillhandahåller cyklarna, administrerar löneavdrag, säkerställer att förmånen erbjuds och att skatteregler följs. Även försäkring av förmånscyklar är arbetsgivarens ansvar och om ingen försäkring erbjuds kan den anställda behöva teckna detta själv.¹⁹

Fördelar med förmånscykel

För anställda och arbetsgivare.

För anställda:

- **Cykel till bättre pris**
Lägre kostnad jämfört med att köpa cykel privat.
- **Förbättrad hälsa**
Främjar ökad fysisk aktivitet vid användning av förmånscykeln.
- **Minskad miljöpåverkan**
Bidrar till minskad miljöpåverkan genom att välja ett hållbart transportalternativ.

För arbetsgivare:

- **Attraktiv arbetsplats**
Ökad nöjdhet hos anställda bidrar till att rekrytera och behålla personal.
- **Hälsosamma medarbetare**
Ökad fysisk aktivitet vilket kan leda till förbättrad hälsa och minskad sjukfrånvaro.
- **Hållbarhetsprofil**
Stärker arbetsgivarens hållbarhetsprofil genom att uppmuntra och främja användningen av ett miljövänligt färdmedel.

Källor: Skatteverket, 2023; Energikontor Norra Småland, 2022; Gröna Mobilister, 2024

En förmånscykel påverkar inte direkt den pensionsgrundande inkomsten. Om förmånscykeln betalas med bruttolöneavdrag kan dock den anställdes grund för sjukpenning, statlig ålderspension och föräldrapenning minska, eftersom dessa förmåner baseras på den skattepliktiga bruttolönen före avdrag. Om cykeln däremot betalas med nettolöneavdrag påverkas inte den pensionsgrundande inkomsten eller andra förmåner.²¹

Trots fördelarna med förmånscykel är kännedomen om och nyttjandet av förmånen relativt låg. I dagsläget saknas officiell statistik om antalet förmånscyklar i Sverige från Skatteverket och Statistiska Centralbyrån. En enkätundersökning från Cykelfrämjandet år 2022 rapporterade att fyra procent av respondenterna hade en förmåns-
cykel.^{20,22} Vidare är det enligt en branschundersökning från år 2023 få företag i Sverige som erbjuder förmånscykel till anställda, då cirka 16 procent av arbetande svenskar ska ha arbetsgivare som erbjuder detta. Samma undersökning pekade på att kännedomen om förmåns-
cyklar är relativt låg i Sverige, då 53 procent inte känner till att det finns.¹⁰

Förmånscykel i Örebro kommun

Örebro kommun är en arbetsgivare som framgångsrikt infört förmånscykel. En resevaneundersökning från 2020 visade att förmånen har resulterat i följande bland kommunens anställda:

- Ökad användning av elcyklar.
- Fler cykelresor till arbetet.
- Minskad bilpendling.

Utöver förmånscyklar har kommunen främjat cykelresor genom förbättrade cykelvägar och säker cykelparkering, vilket underlättar för anställda att cykelpendla till och från arbetet.²³



Många som har en förmånscykel använder den för arbetspendling, vilket resulterar i färre bilresor. Resevaneundersökningar från bland annat Örebro kommun har visat att bilpendlingen minskar när fler skaffar förmånscyklar.²³

Bland anställda som skaffar förmånscykel väljer många en elcykel, vilket bidragit till en ökad användning av elcyklar. Undersökningar har visat att de som använder elcykel cyklar i regel längre sträckor än de som har en vanlig cykel⁹. Det finns således en stor potential i att uppmuntra fler anställda att teckna en eldriven förmånscykel. Mot denna bakgrund är målet med projektet Cykelskiftet och de strategiförslag som presenteras i denna rapport att få fler anställda att skaffa en eldriven förmånscykel.

Syftet med Cykelskiftet och de strategiförslag som presenteras i denna rapport är att få fler anställda att skaffa en eldriven förmånscykel.

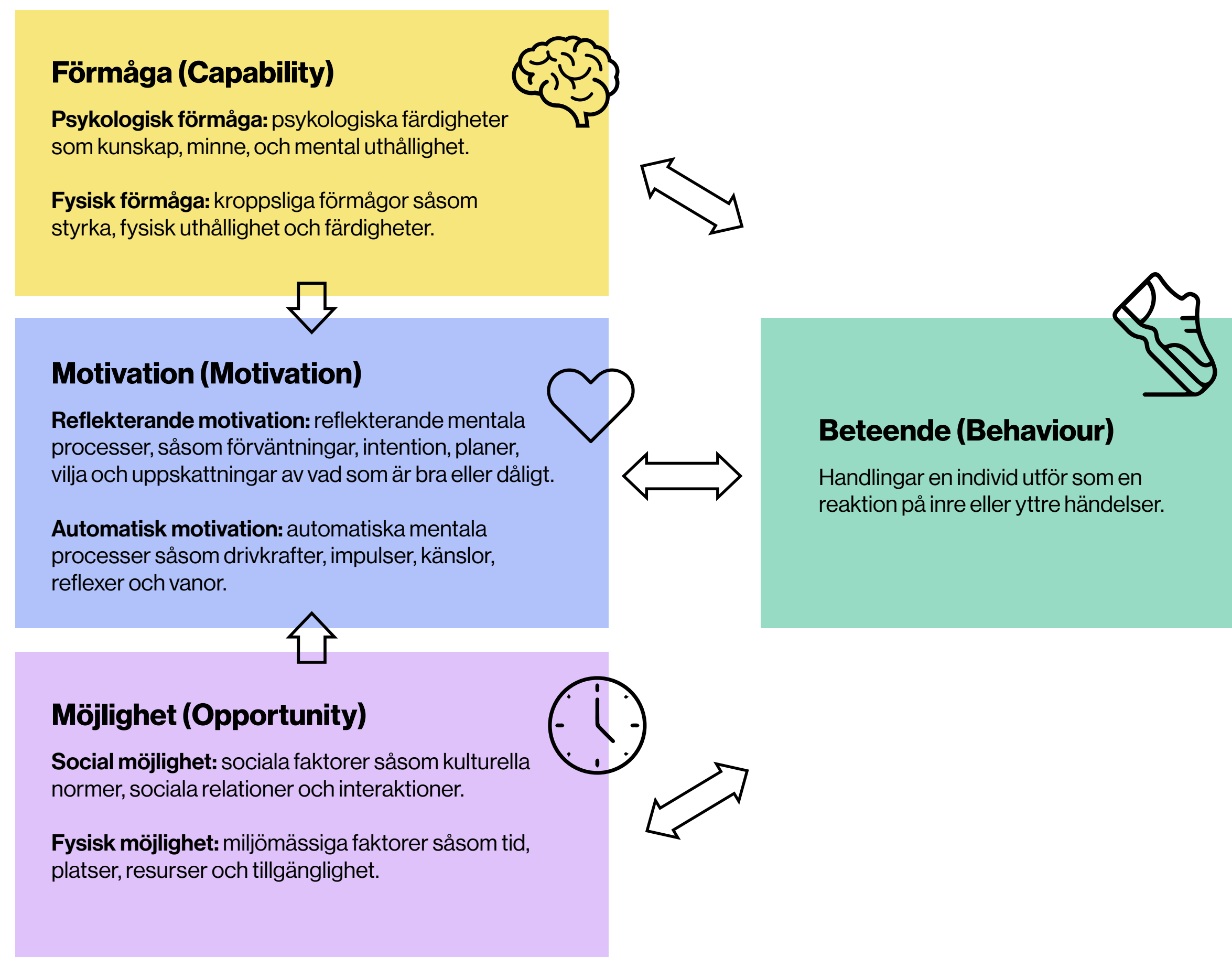


Metod

Behaviour Change Wheel – ett ramverk för beteendeförändring

I utvecklingen av de strategiförslag som presenteras i denna rapport har det beteendevetenskapliga ramverket *Behaviour Change Wheel* använts.²⁴ Behaviour Change Wheel har utvecklats av världsledande forskare i beteendeförändring och används för att förstå mänskligt beteende samt utveckla insatser som åstadkommer beteendeförändring. Ramverket har använts internationellt för att identifiera och förstå faktorer som påverkar människors resvanor. Bland annat har den beteendevetenskapliga modellen *COM-B*, som omfattas av Behaviour Change Wheel, använts för att förstå faktorer som påverkar människors förmåga, möjlighet och motivation att cykla i Storbritannien.²⁵ Samma modell har använts i Cykelskiftet för att göra en så kallad beteendediagnos, med målet att kartlägga och förstå faktorer som hindrar och möjliggör för anställda att skaffa en eldriven förmånscykel via arbetsgivaren.

COM-B modellen



Datainsamling

För att förstå vad som kan hindra eller möjliggöra för anställda att skaffa en eldriven förmånscykel genomfördes projektets beteendediagnos mellan den 26 februari och 30 april 2024. Datainsamlingen inbegrep fem intervjuer med experter, tio målgruppsintervjuer med anställda från fem olika arbetsgivare och en enkätundersökning.

En digital enkät skickades ut till ett urval av personer med anställning hos någon av nio olika arbetsgivare. Frågorna i enkäten syftade till att identifiera hinder och möjliggörare som anställda upplevt och som påverkat dem i att skaffa en eldriven förmånscykel. Enkäten genererade totalt 742 svar, varav 438 av respondenterna av respondenterna uppfyllde samtliga kriterier som listas till höger. Samtliga enkätfrågor presenteras i bilaga 1.

15



.....

15 intervjuer med experter och anställda om hinder och möjliggörare för att skaffa förmånscykel.

438



.....

438 anställda besvarade enkäten.

För att kunna delta i målgruppsintervju eller enkäten behövde den anställda uppfylla kriterierna nedan.

- Vara 18 år eller äldre.
- Ha ett maxavstånd om tio kilometer mellan bostad och arbetsplats.
- Vara tillsvidareanställd hos arbetsgivare som erbjuder förmånscykel.
- Inte ha tecknat en förmånscykel tidigare.
- Bilpendla regelbundet till arbetsplatsen.

Utifrån beteendediagnosen utformades fyra beteendevetenskapliga strategiförslag med potential att få fler anställda att skaffa en eldriven förmånscykel. Strategierna utvecklades utifrån Behaviour Change Wheel och genom litteraturgenomgångar, där tidigare framgångsrika lösningar identifierades och har vidareutvecklats i några av strategierna.

För att säkerställa att de föreslagna strategierna har en god potential att kunna implementeras i praktiken användes de sex så kallade *APEASE*-kriterierna.²⁴ Vid bedömningen av kriterierna beaktades kostnads-effektivitet, genomförbarhet, effektivitet, potentiella bieffekter och jämlikhet för varje strategi.



A **Acceptability:** Är strategin acceptabel och relevant för målgruppen och andra intressenter?

P **Practicability:** Kan strategin implementeras praktiskt givet tillgängliga resurser så som tid, kompetens och material?

E **Effectiveness:** Bedöms tekniken ha potential att generera en betydande och önskad effekt på målbeteendet?

A **Affordability:** Kan tekniken implementeras i en butiksinsats inom ramen för den budget som finns?

S **Side-effects:** Är risken låg att tekniken kan orsaka negativa sidoeffekter?

E **Equity:** Är risken låg att tekniken kan öka ojämlikhet mellan människor?



”Arbetsgivaren är ofta inte jättebra på att informera om förmånen. Alla vet vad friskvårdsbidrag är idag men inte många vet vad en förmånscykel är”.

”Det hade uppmuntrat om det varit mer tydligt hur mycket det kostar och att man förklarar hur det blir billigare än att köpa cykeln själv. Man vill ju veta vad man ger sig in på”.

”Om man har en cykel som kostar lite mer än genomsnittet kan man inte bara ställa den varsomhelst”.

”Finns det några hållhakar? Jag kanske vinner några kronor nu men förlorar när jag går i pension?”

Resultat

Beteendediagnos

För att fler anställda ska skaffa en förmånscykel behövs bättre kunskap kring vad som kan hindra för detta. På samma sätt kan mer relevanta och effektiva lösningar utformas när vi har mer kunskap om vad som kan möjliggöra detta. På kommande sidor presenteras resultaten från projektets beteendediagnos, som sammanställer identifierade hinder och möjliggörare för anställda att skaffa en eldriven förmånscykel. De hinder och möjliggörare som presenteras nedan är modifierbara, vilket innebär att de är möjliga att påverka eller förändra med hjälp av beteendevetenskapliga strategier.



Vilka hinder finns för anställda att skaffa en eldriven förmånscykel?

Brist på kunskap om förmånen

I enlighet med tidigare undersökningar pekar projektets beteendediagnos på att många anställda saknar kunskap om vad det innebär att skaffa en förmånscykel och att detta erbjuds av arbetsgivaren. I projektets enkätundersökning svarade nästan var femte anställd att man inte känner till att deras arbetsgivare erbjuder förmånen. Även i intervjuer med såväl målgrupp som experter poängterades detta som ett hinder för att skaffa en förmånscykel.



Ytterligare hinder relaterade till kunskapsbrist identifierades. Såväl experter som anställda underströk bristen på information och kunskap bland anställda om hur en förmånscykel påverkar lön, pension, socialförsäkringar, skatt och andra förmåner. Detta hinder nämns i nedan citat från en målgruppsintervju:

”Det finns en del ekonomiska förutsättningar som behöver redas ut. Finns det några hållhakar? Jag kanske vinner några kronor nu men förlorar när jag går i pension?”

Osäkerhet kring kostnader

I intervjuer och enkäten identifierades hinder relaterade till anställdas uppfattade osäkerhet kring kostnader med att skaffa en förmånscykel. I enkäten svarade 21 procent att otydliga kostnader utgjort ett hinder för dem att skaffa en förmånscykel. I intervjuerna framgick det att detta kan handla om osäkerhet kring huruvida en förmånscykel faktiskt är billigare jämfört med att köpa direkt i handeln. Det kan också handla om bristen på insyn och tydlighet kring vad den totala kostnaden för förmånscykeln blir efter leasingperioden.

”Okunskap är en jättestor orsak till att man inte tecknar. Jag tror att otroligt många fler skulle göra det om man kände till förmånen.”

Expertintervju

1 av 5 

Otydliga kostnader hindrar en av fem anställda från att skaffa en förmånscykel.

Svårigheter att välja cykel

Både experter och anställda har poängterat att det kan vara svårt att välja en lämplig elcykel, vilket är en viktig förutsättning för att den anställda ska bli nöjd med sitt köp och därmed använda cykeln. Det finns ofta ett urval av olika cyklar som anställda kan välja bland i samband med att man skaffar en förmåncykel. Svårigheter att veta vilken cykel som är mest lämpligt givet individuella behov och förutsättningar i kombination med flera valmöjligheter kan leda till så kallad *choice overload*, vilket kan försvåra för beslutsfattande och eventuellt resultera i att inget val eller beslut fattas.²⁶

Uppfattade risker med förmåncykel

För vissa anställda associeras förmånen med risker för negativa konsekvenser, vilka kan ta sig uttryck på olika sätt. En av målgruppen uppfattad risk kopplas till den osäkerhet många känner kring själva leasingen och kostnader som förknippas med denna. Här återkommer den upplevda osäkerheten gällande utestående kostnader för cykeln efter leasingperioden som ett hinder.

”Huvudanledningen är en total osäkerhet i vad det efter tre år skulle kosta att lösa ut en förmåncykel. Det gör att det blir väldigt svårt att veta vad kostnaden för en förmåncykel blir totalt inklusive köp efter leasingtiden. En cykel håller ju normalt många gånger längre än tre år”.

Målgruppsintervju

”Risken finns att man kanske betalar mer för cykeln än vad man behöver, ifall det är så att man kan få billigare alternativ direkt i cykelhandeln. För mig spelar priset en stor roll.”

Målgruppsintervju

En annan kostnadsrelaterad barriär är osäkerhet kring om vad som händer om anställningen upphör innan leasingperioden, vilket belyses i nedan citat från en målgruppsintervju:

”Om man inte varit tillsvidareanställd eller att man känner att man inte kan åta sig att jobba kvar i tre år, vad händer om man inte vet om man kommer jobba på samma ställe i tre år?”

Risken för att cykeln eller cykelbatteriet ska bli stulet är en ytterligare faktor som kan utgöra ett hinder. Om arbetsplatsen saknar säkra låsmöjligheter och/eller cykelförvaring kan detta bidra till att anställda undviker att skaffa och använda en eldriven förmånscykel, bland annat då elcyklar är relativt dyrbara.

Avsaknad av vilja och behov

I beteendediagnosen framkom att varannan anställd som svarade på enkäten saknar vilja och intention att skaffa en eldriven förmåns- cykel. Avsaknad av vilja beror på flera faktorer, vilka till stor del sannolikt relaterar till de hinder som beskrivits ovan. En ytterligare faktor är att man inte upplever sig ha ett behov av en eldriven förmåns- cykel, vilket 37 procent uppgav i enkätundersökningen. Detta fynd överensstämmer med utlåtanden från såväl målgrupps- intervjuer som expertintervjuer, som belyser att detta kan bero på att man redan har en bil eller cykel som man använder för arbetspendling.

”Det är väldigt svårt att välja rätt elcykel, att veta vilken cykel man ska köpa och vad som skiljer olika cyklar från varandra”

Expertintervju

”Om man har en cykel som kostar lite mer än genomsnittet kan man inte bara ställa den varsomhelst. I stan där jag bor försvinner många cyklar.”

Målgruppsintervju

58%

.....
58% har inga planer på att skaffa en eldriven förmåns- cykel i framtiden.

Vad kan möjliggöra för anställda att skaffa en eldriven förmånscykel?

Information om förmånen

För att få fler anställda att skaffa en förmånscykel behövs mer information enligt experter och målgruppen. Att nås av information och marknadsföring är en förutsättning för att känna till vad det innebär att skaffa en förmånscykel och vilka fördelar detta kan innebära ur ekonomiska, miljömässiga och hälsomässiga perspektiv. Beteendediagnosens resultat har visat på kunskapsbrister och en expert underströk vikten av att informera anställda om förmånen i nedan citat:

”Jag märker tydligt att de som nyligen fått information om att det finns ofta blir väldigt glada – ’åh detta är perfekt’ och så vidare. Information skulle jag säga är nummer ett, att veta om att det finns och att det kommuniceras i alla led.”

Expertintervju

Information om kostnader

Ett centralt hinder för anställda att skaffa en förmånscykel är otydliga kostnader, vilket beskrivits ovan. Flera anställda har efterfrågat tydligare information som reder ut eventuella frågetecken kring hur mycket en förmånscykel faktiskt kostar, på vilket sätt detta är ekonomiskt förmånligt samt hur ett nyttjande av förmånen påverkar pension, socialförsäkringar, lön och andra förmåner. Information om vilka cyklar som erbjuds och beräkningar som tydligt redovisar kostnader har också efterfrågats av anställda som medverkat i projektets intervjuer och enkät.



Uppfattade fördelar med förmånscykel och elcykling

Att skaffa en eldriven förmånscykel kan innebära flera fördelar för den anställda. För att förmånen ska vara attraktiv är det viktigt att de anställda uppfattar fördelarna som tillräckligt betydelsefulla. I enkätundersökningen uppgav drygt en tredjedel att de överväger eller har för avsikt att skaffa en förmånscykel. Det kan därför vara värdefullt att framhäva de olika fördelarna med cykelpendling, elcyklar och förmånscyklar ur ekonomiska, praktiska, miljömässiga och hälsomässiga perspektiv för anställda som saknar kunskap men är nyfikna på förmånen.

”När jag läste på intranätet så var det mycket mjuka värden som kommunicerades och väldigt få konkreta siffror. Om informationen innehållit konkret information; vilka cyklar som finns, vad det kostar, vilka tillägg som finns så hade det blivit mycket mer lukrativt att teckna”.

Målgruppsintervju

”Det finns massa fördelar med att cykla. Dels är det bättre för miljön, nu när jag åker egen bil blir det extra utsläpp. Hälsofördelarna är att man får in mer vardagsmotion genom att cykla till jobbet.”

Målgruppsintervju

Möjlighet att testa cyklar

Att erbjuda möjligheten att inspektera, testa eller låna cyklar har visat sig kunna vara framgångsrikt för att få fler anställda att skaffa förmåncykel samt börja cykelpendla. En lärdom från beteendediagnosen är att elcykelprovardagar och utlån av cyklar är aktiviteter som underlättar. Detta beror bland annat på att den anställda får möjligheten testa att cykla med en elcykel om man inte gjort detta tidigare vilket belyses i nedan citat från en målgruppsintervju:

”Det hade varit väldigt förmånligt om det gick att ha en provperiod, eftersom jag tycker det är lite läskigt att cykla. Cyklar är också ganska dyra, så om man kunde få möjligheten att prova en cykel hade det varit intressant.”

Som beskrivits ovan kan det vara svårt att hitta en lämplig elcykel. En möjliggörare är därmed att guida och underlätta för den anställda i valet av en elcykel som passar dennes behov och förutsättningar.



”Jag skulle vilja kunna ta reda på om en cykel passar mig.”

Målgruppsintervju

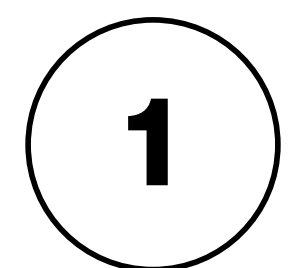
”Om man känner att man inte har råd att köpa en cykel rakt upp och ner är det en väldig fördel att kunna göra det genom jobbet”.

Målgruppsintervju

Fyra beteendeförändrande strategier

Utifrån de hinder och möjliggörare som identifierats i beteendediagnosen har fyra beteendeförändrande strategiförslag utformats. Strategierna har utformats av Cykelskiftets projektgrupp och är örankrade med representanter från cykelåterförsäljare och cykelorganisationer. Syftet med samtliga strategier är att de ska ha potential att leda till fler förmånscyklar på Sveriges gator och ökad cykelpendling.

Utifrån bedömningarna utifrån APEASE-kriterierna presenteras den bedömda enkelheten att testa varje strategi i praktiken. Enkelheten presenteras enligt graderingen nedan:



Enkelt



Mellan



Krävande



Beteendeförändrande kommunikationskampanj

Öka arbetsgivares och anställdas kunskap och intresse för förmånscykel genom en kommunikationskampanj som framhåller fördelar med förmånen.



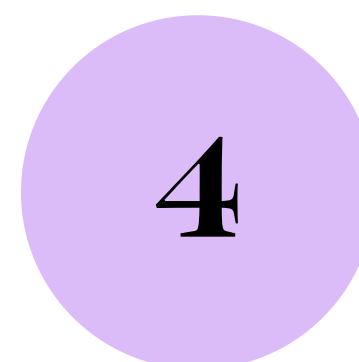
Sänk trösklarna för att skaffa förmånscykel

Arrangera fysiska event där anställda kan testa och få personliga rekommendationer om cyklar och tillbehör för att öka intresset och minska trösklarna för att skaffa en förmånscykel.



Förmånskalkylator 2.0

Lansera en avancerad digital förmånskalkylator som presenterar ekonomiska, hälsomässiga och miljömässiga fördelar med eldrivna förmånscyklar jämfört med bilpendling.



Prova-på lån oavsett anställningsform

Erbjud kostnadsfria utlån av elcyklar under minst fyra veckor, med målet att erbjuda fler möjligheten att prova på elcykling oavsett anställningsform.

1.

Strategi 1:

Beteendeförändrande kommunikationskampanj

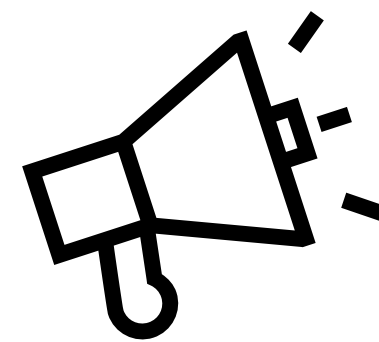
En förutsättning för att anställda ska teckna eldriven förmåncykel är att arbetsgivaren erbjuder detta. Såväl tidigare undersökningar som Cykelskiftets beteendediagnos pekar på att det är fortfarande få arbetsgivare som tillhandahåller förmånen till anställda.

Syftet med Strategi 1 är därför att utforma en beteendeförändrande kommunikationskampanj som ökar kunskapen och intresset för förmåncykel bland både arbetsgivare och anställda.

Målet med kampanjen är att förmåncykel ska bli ett välkänt och vedertaget begrepp bland arbetsgivare och anställda samt att möjliggöra för anställda att uppmuntra arbetsgivare att introducera förmånen.

Adresserade hinder och möjliggörare:

- Brist på kunskap om förmånen
- Information om förmånen
- Uppfattade fördelar med förmåncykel och elcykling



”En stor utmaning har varit att få arbetsgivare att erbjuda förmåncykel”.

Expertintervju

1.

Större kännedom skapar större efterfrågan

En kommunikationskampanj som lyfter fram hälso-, miljö- och ekonomiska fördelar med förmånscykel och cykelpendling. Uttalanden från anställda och arbetsgivare används för att presentera positiva erfarenheter.

En del av kommunikationskampanjen är anpassade guider för anställda (om vad förmånscykel är) och för arbetsgivare (om hur man kan uppmuntra anställda att välja förmånscykel).

- **Målgrupp:** Arbetsgivare, anställda och allmänheten.
- **Leveransformat:** Kommunikations- och informationskampanj med digitala (till exempel sociala medier och digitala annonser) och tryckta uttag (frontmaterial, PR, broschyrer, stortavlor).
- **Implementeras av:** Nationella cykelorganisationer och/eller branschorganisationer.

Enkelhet att testa: 1

2

3



2.

Strategi 2:

Sänk trösklarna för att skaffa förmånscykel

Bland arbetsgivare som erbjuder förmånscyklar finns det stor potential att promota förmånen och sänka trösklarna för anställda. Det finns exempel där arbetsgivare möjliggjort för anställda att besöka cykelåterförsäljare eller uppvisning av cyklar vid specifika tillfällen.

Strategi 2 tar steget längre och syftar till att anordna fysiska event där anställda får möjligheten att inspektera och testa olika elcyklar och tillbehör, genomföra behovstester och få personliga rekommendationer samt höra om andras erfarenheter av förmånen, elcyklar och cykelpendling.

Adresserade hinder och möjliggörare:

- Brist på kunskap om förmånen
- Svårigheter att välja cykel
- Uppfattade risker med förmånscykel
- Information om förmånen
- Möjlighet att testa cyklar

”Arbetsgivare behöver göra mycket mer för att promota förmånscyklar internt.”

Expertintervju

Låt anställda testa sig fram

Strategin går ut på att arrangera event där anställda kan inspektera och testa olika eldrivna förmåncyklar samt tillbehör som cykelväskor, hjälmar och regnskydd. Under eventet får anställda ta del av andras erfarenheter av förmånen, instruktioner om hur en förmåncykel tecknas samt en frågestund. Även tips om hur elcyklar kan låsas på ett säkert sätt ges under eventet. Deltagare introduceras till en digital plattform med behovstest för personliga rekommendationer på elcyklar och tillbehör. På plats kan anställda även få offert eller beställa förmåncykel vilket belönas med ett cykeltillbehör. Strategin inkluderar också visning av arbetsplatsens cykelparkering och laddningsmöjligheter om sådana finns.

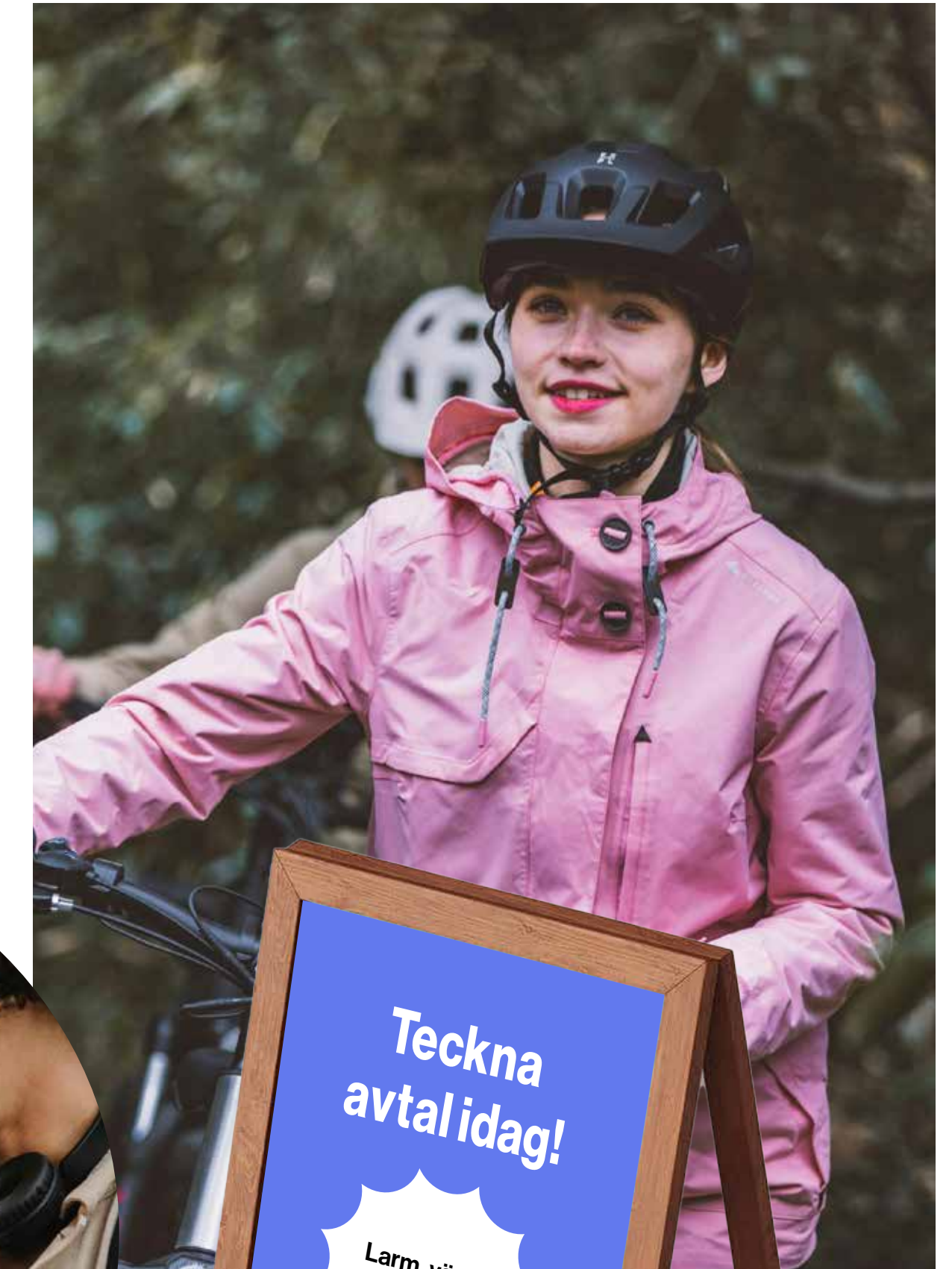
- **Målgrupp:** Anställda.
- **Leveransformat:** Fysiskt evenemang i anslutning till beställningsfönster under vår och/eller tidig höst.
- **Implementeras av:** Arbetsgivare (eventuellt HR-avdelning) i samarbete med cykelåterförsäljare.

Enkelhet att testa:

1

2

3



Teckna
avtal idag!

Larm, väska
och hjälm på
köpet!



3.

Strategi 3:

Förmånskalkylator 2.0

En viktig förutsättning för att få fler anställda att skaffa en förmånscykel är att man känner att det är ett tryggt och fördelaktigt alternativ till att köpa en elcykel privat och kontant. Syftet med denna strategi är att bemöta eventuella tvivel om att ett införskaffande och användande av en eldriven förmånscykel kan innebära betydande fördelar för den egna plånboken, hälsan och miljön.

Ett antal cykelåterförsäljare erbjuder idag kalkylatorer för att uppskatta kostnaderna för en förmånscykel. Det finns dock en stor potential att framhålla ytterligare fördelar med att äga och använda en eldriven förmånscykel istället för bil.

Adresserade hinder och möjliggörare:

- Brist på kunskap om förmånen
- Osäkerhet kring kostnader
- Information om kostnader
- Information om förmånen
- Uppfattade fördelar med förmånscykel och elcykling

”Jag skulle vilja se helheten och de olika alternativen. Vad blir slutpriset om jag gör så eller så?”

Målgruppsintervju

3.

En förmånskalkylator som visar på fler fördelar

Strategi 3 rekommenderar lansering av en avancerad digital förmånskalkylator som visar kostnader med eldriven förmåns cykel utifrån branschstandard. Kalkylatorn ska vara interaktiv och tillåta användaren att ange parametrar som inkomstnivå och nuvarande transportkostnader och ge en sammanställning av ekonomiska, hälsomässiga och miljömässiga fördelar med elcykel jämfört med bil. Kalkylatorn ska även belysa fördelarna med cykelpendling jämfört med bilpendling. En supportsektion finns tillgänglig för frågor och hjälp med kostnadsberäkning samt en länk för delning av kalkylatorn till kollegor och vänner.

- **Målgrupp:** Anställda.
- **Leveransformat:** Digital och interaktiv produkt.
- **Implementeras av:** Cykelorganisationer som delar kalkylatorn via ombud.

Enkelhet att testa:

1

2

3

Är förmåns cykel ett bra val för mig?

En värdekalkylator för dig som funderar på att teckna förmåns cykelsvtal.

Tipsa en kompis!



Hur stor blir min månadskostnad?



Elcykel istället för bil, hur funkar det?



Hälsofördelar över tid



Din miljövinst om du tar cykeln (istället för bilen).



Vad tjänar jag ekonomiskt på att cykla istället för att åka bil?



4.

Strategi 4:

Prova-på lån oavsett anställningsform

För att få teckna en eldriven förmåncykel krävs ofta en tillsvidareanställning, vilket många svenskar inte har. För att få personer att lägga om sina resvanor behöver fler erbjudas möjligheten att prova på elcykling på lika villkor, oavsett vem man är och vilket jobb man har.

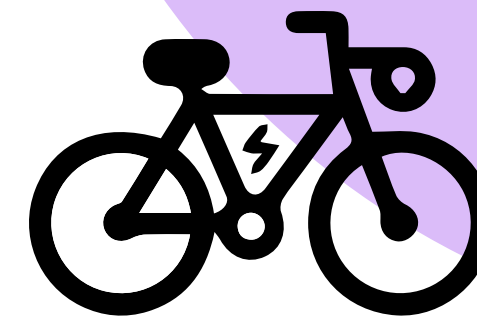
Flera svenska kommuner och arbetsgivare har testat att erbjuda cyklar för utlån, vilket både har visat sig kunna leda till fler cykelresor och förändrade resevanor.^{17,22} Cykelskiftets fjärde strategi syftar till att presentera ett vidareutvecklat förslag för utlån av elcyklar. Målet är att skapa gynnsamma förutsättningar för fler cykelresor och ett ökat intresse för elcyklar hos allmänheten och anställda.

Adresserade hinder och möjliggörare:

- Avsaknad av vilja och behov
- Möjlighet att testa cyklar
- Uppfattade fördelar med förmåncykel och elcykling

”Elcykelprovardagar och utlån av cyklar är saker som förenklar.”

Expertintervju



4.

Prova-på-kampanjer

Strategin omfattar kostnadsfria utlån av elcyklar och cykeltillbehör under en sammanhängande period om minst fyra veckor. För att låna cykeln krävs e-legitimering och insamling av nödvändig information om låntagaren. Elcykeln bokas digitalt och hämtas på en lättillgänglig plats. Under låneperioden erbjuds låntagaren möjligheten att ingå i grupper med kostnadsfria cyklingspass anpassade för ålder, behov, bostadsområde, intressen och andra förutsättningar.

Under perioden skickas motiverande och målgruppsanpassade utskick som informerar om var låntagaren kan vända sig vid frågor eller stöd. De låntagare som lyckats minska sina bilresor under låneperioden får en materiell belöning.

- **Målgrupp:** Allmänheten och anställda.
- **Leveransformat:** Prova-på kampanj
- **Implementeras av:** Svenska städer och kommuner i samarbete med cykelåterförsäljare.

Enkelhet att testa:

1

2

3

Prova på!

Gratis cykellån i upp
till 3 månader!





Riktlinjer för utvärdering av strategierna

Utvärdering är avgörande för att veta om en strategi resulterat i önskad beteendeförändring. Informationen från en utvärdering kan användas för att förbättra, skala upp eller upprepa strategin, eller för att utforma nya beteendeförändrande insatser. I vissa fall kan informationen från utvärderingen leda till att en insats behöver avbrytas.

En utvärdering kan göras på många olika sätt och omfattningen och komplexiteten kan variera beroende på flera faktorer. Alltifrån val av utvärderingsmetod till praktiska överväganden som tid och resurser påverkar. Det finns dock några generella principer att tänka på när man ska utvärdera beteendeförändrande strategier och insatser:

Planera utvärderingen tidigt: Utvärderingen bör planeras redan i början av utformningen av strategin och tidigt tydliggöra vilka lärdomar som ska göras.

Utforma en förändringsteori: Specificera logiken bakom strategin och beskriv hur och varför den förväntas leda till beteendeförändring samt omständigheter som kan påverka dess effekt.

Specificera beteendet: Tydliggör vilket beteende som strategin syftar till att förändra och vad som ska utvärderas i förhållande till detta.

Identifiera lämpliga utfallsmått: Välj utfallsmått som har en tydlig koppling till den eftersträvade beteendeförändringen som kan följas upp och analyseras.

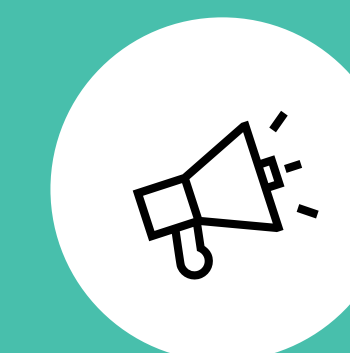
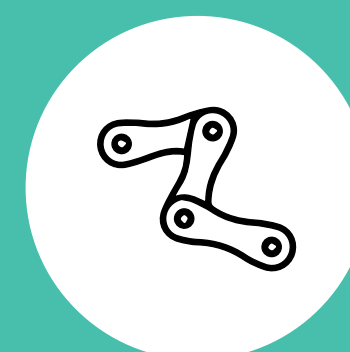
Välj utvärderingsmetod: Välj mellan kvantitativ, kvalitativ eller blandad utvärderingsmetodik beroende på tillgänglig data, tidsramar och utvärderingens frågeställningar.²⁷

Slutsatser

För att främja en hållbar utveckling och minska koldioxidutsläppen är det avgörande att människor förändrar sina resvanor. Cykling är ett färdmedel som har många fördelar ur miljömässiga, ekonomiska och hälsomässiga perspektiv. Människors val av färdmedel för pendlingsresor utgör ett område med betydande potential för beteendeförändringar och många svenskar har idag möjligheten att ta cykeln till arbetet i stället för bilen. Trots detta är det fortfarande en minoritet som cykelpendlar till arbetet.

Projekt *Cykelskiftet* har syftat till att tillämpa beteendevetenskaplig forskning för att utveckla strategiförslag som kan öka antalet cykelresor i Sverige. Särskilt fokus har lagts på att få anställda att skaffa eldrivna förmånscyklar, eftersom detta bedöms ha en särskilt stor potential i att ersätta bilresor med cykelresor till arbetet.

De strategier som presenteras i rapporten har utvecklats av en mångfacetterad arbetsgrupp och har förankrats med relevanta intressenter. Nu är det upp till branschen, arbetsgivare och nationella organisationer att utforska möjligheter för implementering och utvärdering av strategierna för att bidra till en hållbar förändring och fler förmånscyklar på Sveriges gator.



Referenslista

¹ Naturskyddsforeningen. (u.å.). Vanliga frågor om bilar, klimat och miljö. Hämtad från <https://www.naturskyddsforeningen.se/artiklar/vanliga-fragor-om-bilar-klimat-och-miljo/>

² Larsen, R., Begg, S., Rudner, J., & Verrinder, G. (2024). Behavioural interventions designed to increase commuter cycling: A systematic review. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, *100*, 388–401. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2023.11.020>

³ Giménez-Nadal, José Ignacio & Molina, José Alberto & Velilla, Jorge, 2022. "Trends in commuting time of European workers: A cross-country analysis," *Transport Policy*, Elsevier, vol. 116(C), pages 327–342.

⁴ Cykelfrämjandet. (u.å.). Därför cykel. Hämtad från <https://cykelframjandet.se/darfor-cykel/>

⁵ Miljöbarometern (2030). Miljöbarometern.se.

a) Resesträckor i olika transportslag - Miljöbarometern. (2023). 2030. Miljöbarometern.se. <https://2030.miljobarometern.se/nationella-indikatorer/beteendet/resestrackor-i-olika-transportslag-b3a/inrikes-transporter/>

b) Andel resesträcka - Miljöbarometern. (2023). 2030. Miljöbarometern.se. <https://2030.miljobarometern.se/nationella-indikatorer/beteendet/andel-persontransporter-med-gang-eller-cykel-b3b/andel-persontransporter-med-gang-cykel-eller-moped-b3b/>

⁶ 2030-sekretariatet. (2022, november 17). 2030-sekretariatet: Dags för nationellt cykelmål. Mynewsdesk. <https://www.mynewsdesk.com/se/2030-sekretariatet/pressreleases/2030-sekretariatet-dags-foer-nationellt-cykemaal-3218144>

⁷ Ipsos. (2022). Global Advisor: Cycling across the world. Hämtad från <https://www.ipsos.com/en/global-advisor-cycling-across-the-world-2022>

⁸ Statistiska centralbyrån. (2024). Nästan en av tre kan cykla till arbetet på 15 minuter. Hämtad från <https://www.scb.se/hitta-statistik/artiklar/2024/nastan-en-av-tre-kan-cykla-till-arbetet-pa-15-minuter3/>

⁹ Dahlstrand, A. & Mattson, F. (2022) Nationellt cykelbokslut 2021. Trafikverket för nationella cykelrådet. Hämtad från: <https://trafikverket.diva-portal.org/smash/get/diva2:1681695/FULLTEXT01.pdf>

¹⁰ HRnytt. (2024). Här är svenskars inställning till cykelpendling till jobbet. Hämtad från <https://hrnytt.se/aktuellt/har-ar-svenskars-installning-till-cykelpendling-till-jobbet/>

¹¹ Newell P, Twena M, Daley F. Scaling behaviour change for a 1.5-degree world: challenges and opportunities. *Global Sustainability*. 2021;4:e22. doi:10.1017/sus.2021.23

¹² UN Innovation Network (2021). United Nations – Behavioural Science Report. Hämtad den 5 juli 2024 från: <https://www.uninnovation.network/innovation-library/united-nations-behavioural-science-report>.

¹³ Bird, E. L., Baker, G., Mutrie, N., Ogilvie, D., Sahlqvist, S., & Powell, J. (2013). Behavior change techniques used to promote walking and cycling: A systematic review. *Health Psychology*, *32*(8), 829–838. <https://doi.org/10.1037/a0032078>

¹⁴ Doğru, O. C., Webb, T. L., & Norman, P. (2021). What is the best way to promote cycling? A systematic review and meta-analysis. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, *81*, 144–157. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2021.06.002>

¹⁵ Cycling UK. (2023). Big bike revival leads the way to a cycling nation. Hämtad från <https://www.cyclinguk.org/blog/big-bike-revival-leads-way-cycling-nation>

¹⁶ Department for Transport. (2022). Big Bike Revival 2021/22 Report – Summary by Cycling UK - Issuu. Issuu.com. https://issuu.com/ctc_cyclists/docs/ap1325_final_

¹⁷ Cycling UK. (u.å.). Making cycling e-asier. Hämtad 23 juli 2024, från <https://www.cyclinguk.org/making-cycling-e-asier>

¹⁸ Energikontor Norra Småland. (2022). Handbok för arbetsgivare. Retrieved from <https://www.rjl.se/globalassets/energikontor-norra-smaland/formanscyklar---en-handbok-for-arbetsgivare.pdf>

¹⁹ Skatteverket. (u.å.). Cykelförmån. Hämtad från <https://www.skatteverket.se/privat/skatter/arbeteochinkomst/formaner/cykelforman.4.46ae6b26141980f1e2d466e.html>

²⁰ Cykelfrämjandet. (u.å.). Förmånscykel. Hämtad från <https://cykelframjandet.se/formanscykel/>

²¹ Skatteverket (2024) Cykelförmån – 2024. Hämtad från: <https://www4.skatteverket.se/rattsligvagledning/edition/2024.3/399883.html>

²² Cykelfrämjandet. (2022). Cyklistvelometern 2022: Huvudrapport. Hämtad från <https://cykelframjandet.se/wp-content/uploads/2022/07/cyklistvelometern-2022-huvudrapport.pdf>

²³ Örebro kommun. (2020). Resvaneundersökning förmånscyklar Örebro kommun. Hämtad från <https://www.orebrosesedownload/18.71b542201784abfbf7a8da6/1616425620020/Resvaneundersokning%20Formanscyklar%20Orebro%20kommun%202020.pdf>

Referenslista

²⁴ Michie, S., van Stralen, M. M., & West, R. (2011). The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation Science*, 6(1), 42. <https://doi.org/10.1186/1748-5908-6-42>

²⁵ Cycling UK. (2023). What is behaviour change and how does it apply to cycling? Hämtad från <https://www.cyclinguk.org/blog/what-behaviour-change-and-how-does-it-apply-cycling>

²⁶ Chernev, Alexander & Bockenholt, Ulf & Goodman, Joseph. (2015). Choice Overload: A Conceptual Review and Meta-Analysis. *Journal of Consumer Psychology*. 25. Pages 333–358. 10.1016/j.jcps.2014.08.002.

²⁷ Public Health Wales. (2024). Evaluating behaviour change interventions. Hämtad 23 juli 2024, från <https://phwwhocc.co.uk/wp-content/uploads/2024/02/Evaluating-Behaviour-Change-Interventions.pdf>

Fotografier:

Ai-genererad bild, Studio Berget	s. 1
Ai-genererad bild, Studio Berget	s. 5
Ai-genererad bild, Studio Berget	s. 6
Pexels Ashea	s. 7
Pexels Gato Joseph	s. 8
Ai-genererad bild, Studio Berget	s. 9
Pexels Buro Millenial	s. 10
Ai-genererad bild, Studio Berget	s. 13
Unsplash Murillo De Paula	s. 14
Pexels Mateusz	s. 15
Ai-genererad bild, Studio Berget	s. 16
Pexels Introspectivedsgn	s. 17
Pexels Lina	s. 18
Pexels Jean Fourche	s. 19
Ai-genererad bild, Studio Berget	s. 20
Pexels Uriel Mont	s. 21
Unsplash Micheile Henderson	s. 26
Pexels Truckrun	s. 26
Pexels Armin Rimoldi	s. 26
Ai-genererad bild, Studio Berget	s. 28
Pexels Highway-bikes	s. 30
Pexels koprivakart	s. 31
Ai-genererad bild, Studio Berget	s. 32
Pexels fr3nks	s. 34
Ai-genererad bild, Studio Berget	s. 37



Appendix

Enkätfrågor

Bilaga 1. Enkätfrågor

1. Ungefär hur långt är avståndet mellan din bostad och din arbetsplats?

- 0 kilometer (om du arbetar heltid hemifrån)
- 0–1 kilometer
- 2–3 kilometer
- 4–5 kilometer
- 6–10 kilometer
- Över tio kilometer

2. Hur gammal är du?

- 18–29 år
- 30–39 år
- 40–49 år
- 50–59 år
- 60+

3. Vilken kön identifierar du dig som?

- Kvinna
- Man
- Annat
- Vill ej uppge

4. Har du en tillsvidareanställning?

- Ja
- Nej

5. Har du eller någon annan i ditt hushåll tillgång till bil?

- Ja, en bil
- Ja, fler än en bil
- Nej

6. Hur brukar du resa till och från arbetet under en normal arbetsvecka?

Klicka i en eller flera av alternativen nedan.

- Bil
- Kollektivtrafik
- Cykel
- Elcykel
- Motorcykel eller moped
- Elsparkcykel
- Gång
- Taxi
- Annat – vad? [fritext]

7. Hur ofta reser du med bil till arbetet under en normal arbetsvecka?

- Varje dag
- Några gånger i veckan eller mindre
- En gång i veckan eller mindre
- Ett par gånger i månaden eller mindre
- En gång i halvåret eller mindre

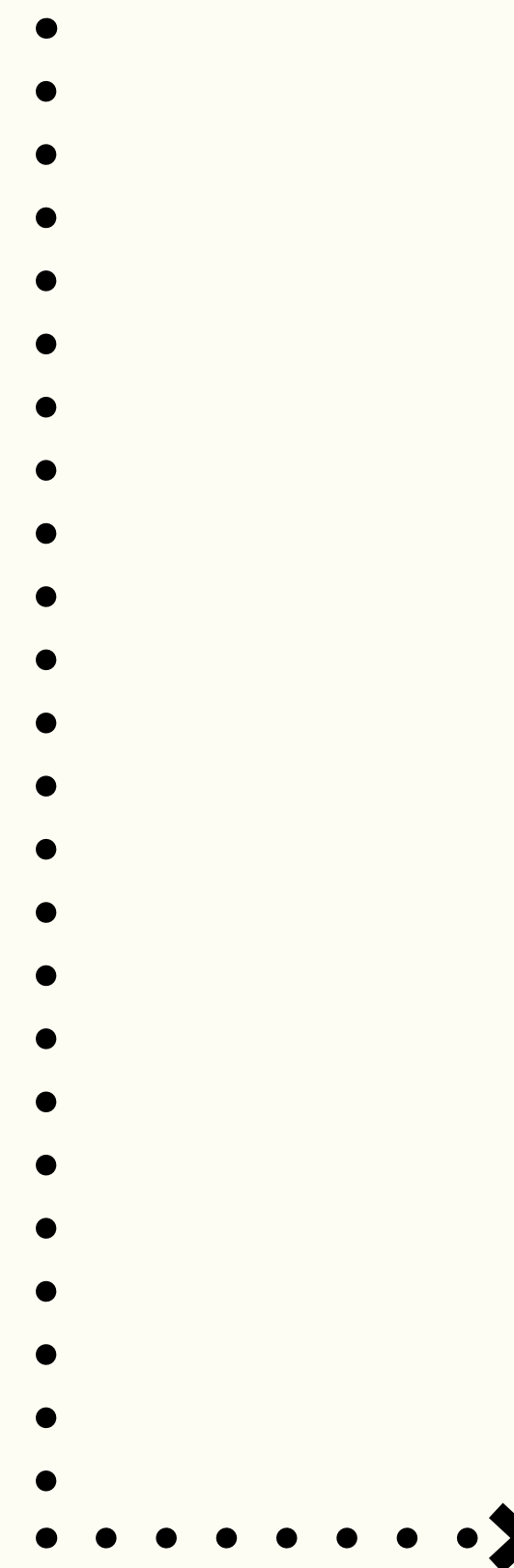
8. [Om svar "Varje dag" eller "Några gånger i veckan eller mindre"] Vad är anledningarna till att du reser till arbetet med bil? Klicka i en eller flera av alternativen nedan.

- Det är enkelt att hitta bilparkering
- Bilparkering är inte så dyrt
- Det är bekvämt
- Det är tidseffektivt
- Behöver kunna transportera personer eller föremål

9. Har du en eldriven cykel eller en vanlig cykel idag?

Klicka i en eller flera av alternativen nedan.

- Ja, eldriven cykel
- Ja, vanlig cykel
- Nej



10. Hindrar något av nedan dig från att cykelpendla till arbetet?

Klicka i en eller flera av alternativen nedan.

- Väderförhållanden
- Brist på omklädningsrum och/eller dusch på arbetsplatsen
- Brist på cykelförvaring på arbetsplatsen
- Cykelpendla är tidskrävande
- Det känns otryggt att cykelpendla
- Dåliga cykelvägar
- Inget hindrar mig, jag cykelpendlar redan till arbetet.
- Annat, vad? [fritext]

11. I vilken utsträckning känner du till vad en förmånscykel är för något?

- (1) Jag har MYCKET BEGRÄNSAD kunskap om vad en förmånscykel är
- (2) Jag har BEGRÄNSAD kunskap om vad en förmånscykel är
- (3) Varken eller
- (4) Jag har GANSKA GOD kunskap om vad en förmånscykel är
- (5) Jag har MYCKET GOD kunskap om vad en förmånscykel är

12. Erbjuder din arbetsgivare förmånscykel till sina anställda?

- Ja
- Nej
- Vet ej

13. Har du tecknat eldriven förmånscykel via din nuvarande arbetsgivare?

- Ja
- Nej
- Vet ej

14. I vilken utsträckning vet du hur du skulle gå till väga för att teckna en eldriven förmånscykel?

- (1) Jag har INGEN kunskap om hur jag skulle gå till väga för att teckna en förmånscykel
- (2) Jag har BEGRÄNSAD kunskap om hur jag skulle gå till väga för att teckna en förmånscykel
- (3) Varken eller
- (4) Jag har GANSKA GOD kunskap om hur jag skulle gå till väga för att teckna en eldriven förmånscykel
- (5) Jag har MYCKET GOD kunskap om hur jag skulle gå till väga för att teckna en eldriven förmånscykel

15. I vilken utsträckning är din uppfattning att det är komplicerat att teckna eldriven förmånscykel?

- (1) Det är MYCKET komplicerat eller svårt att teckna en eldriven förmånscykel
- (2) Det är NÅGOT komplicerat eller svårt att teckna en eldriven förmånscykel
- (3) Varken eller
- (4) Det är INTE SÄRSKILT komplicerat eller svårt att teckna en eldriven förmånscykel
- (5) Det är INTE ALLS komplicerat eller svårt att teckna en eldriven förmånscykel

16. I vilken utsträckning är det vanligt bland personer i din omgivning (vänner, bekanta, grannar, kollegor) att teckna förmånscykel?

- (1) Jag känner INGEN som har tecknat förmånscykel
 - (2) Jag känner NÅGRA FÅ som har tecknat förmånscykel
 - (3) Varken eller
 - (4) Jag känner GANSKA många som har tecknat förmånscykel
 - (5) De FLESTA i min omgivning har tecknat förmånscykel
- Vet ej

17. I vilken utsträckning har du nåtts av information om arbetsgivarens erbjudande om förmånscykel?

- (1) Jag har ALDRIG nåtts av information eller marknadsföring om förmånscykel
- (2) Jag har NÅGON GÅNG nåtts av information eller marknadsföring om förmånscykel
- (3) Varken eller
- (4) Jag har nåtts AV EN DEL information eller marknadsföring om förmånscykel
- (5) Jag har nåtts av MYCKET information eller marknadsföring om förmånscykel

18. I vilken utsträckning vill du teckna en eldriven förmånscykel?

- (1) Jag har INGEN vilja att teckna eldriven förmånscykel
- (2) Jag har EN SVAG vilja att teckna eldriven förmånscykel
- (3) Varken eller
- (4) Jag har EN VISS vilja att teckna eldriven förmånscykel
- (5) Jag har en STARK vilja att teckna eldriven förmånscykel

19. I vilken utsträckning planerar du att teckna en eldriven förmånscykel i framtiden?

- (1) Jag har INGA planer på att teckna eldriven förmånscykel
- (2) Jag ÖVERVÄGER att teckna eldriven förmånscykel
- (3) Varken eller
- (4) Jag har EN AVSIKT att teckna eldriven förmånscykel
- (5) Jag har KONKRETA PLANER att teckna eldriven förmånscykel



**20. Har något av nedan hindrat dig från att teckna en eldriven förmånscykel?
Klicka i en eller flera av alternativen nedan som stämmer in på dig.**

- Har inget behov av en eldriven cykel
- Har inte känt vad förmånscykel är för något
- Har inte känt till om arbetsgivaren erbjuder förmånscykel
- Har inte tillräckligt långt till arbetet
- Få i min omgivning har tecknat förmånscykel
- Svårt att välja rätt cykel
- Otydliga kostnader
- Annat, vad? [Fritext]

21. Tror du att du skulle börja cykla oftare om du tecknade en eldriven förmånscykel?

- Ja
- Nej
- Vet ej





Denna rapport har tagits fram inom ramen för samverkansprojektet **Cykelskiftet**.
Cykelskiftet har utgjort en del av Vinnovas utlysning "Människocentrerad mobilitet - Framtidens mobilitetssystem med utgångspunkt i mänskligt beteende och individuella behov". Medverkande aktörer i projektet är Centrum för tjänsteforskning (CTF) vid Karlstads universitet, 2030-sekretariatet, Akademiska Hus, Helsingborgs stad, Örebro kommun, Studio Berget och Nordic Behaviour Group. Publicerades: 2024.