



# Færre ulykker eller dyr lærdom?

## Evaluering av kampanjen Bilist2000

Terje Assum  
Aslak Fyhri

Transportøkonomisk institutt (TØI) har opphavsrett til hele rapporten og dens enkelte deler. Innholdet kan brukes som underlagsmateriale. Når rapporten siteres eller omtales, skal TØI oppgis som kilde med navn og rapportnummer. Rapporten kan ikke endres. Ved eventuell annen bruk må forhåndssamtykke fra TØI innhentes. For øvrig gjelder [åndsverklovens](#) bestemmelser.

---

**Tittel:** Færre ulykker eller dyr lærdom? Evaluering av kampanjen Bilist2000

**Forfatter(e):** Terje Assum; Aslak Fyhri;

TØI rapport 661/2003  
Oslo, 2003-06  
38 sider  
ISBN 82-480-0360-4  
ISSN 0802-0175

**Finansieringskilde:**

Statens vegvesen, Vegdirektoratet. Bilist2000

**Prosjekt:** 2544 Evaluering av trafikksikkerhetskampanjen Bilist2000

**Prosjektleder:** Terje Assum

**Kvalitetsansvarlig:** Marika Kolbenstvedt

**Emneord:**

Trafikksikkerhet; kampanje; fartsgrense; bilbeltebruk; belønning; kontrakt; virkning;

**Sammendrag:**

Evaluering av Bilist2000 viser ingen tegn på langsiktig virkning på de handlingene som kampanjen fokuserte, nemlig beltebruk og respekt for fartsgrenser. Bilist2000 klarte imidlertid å bli kjent blant norske bilister og på kort tid verve omtrent 5 prosent av bilistene som medlemmer. Ideen om å bruke positive virkemidler, dvs. belønning og kontrakt, fikk politisk støtte på et tidlig tidspunkt. Dermed ble det vanskelig for trafikksikkerhetseksperter i embetsverket å uttrykke innvendinger mot kampanjen. Bilist2000 ble etablert som et privat-offentlig samarbeid, men "kulturelle forskjeller" mellom de offentlige representantene i styret og daglig ledelse som hadde næringsliv- og reklamebakgrunn gjorde det daglige arbeidet vanskelig. Da bevilgningene til kampanjen ble stoppet eller redusert høsten 2001, stanset Bilist2000s aktiviteter. Erfaringene fra Bilist2000 viser at nye ideer bør prøves ut i liten skala før de settes i verk i full skala, og mulige innvendinger bør få komme til uttrykk på et tidlig stadium slik at de kan tas hensyn til og innarbeides.

---

**Title:** Fewer accidents or costly experience? Evaluation of the campaign "Driver 2000"

**Author(s):** Terje Assum; Aslak Fyhri;

TØI report 661/2003  
Oslo: 2003-06  
38 pages  
ISBN 82-480-0360-4  
ISSN 0802-0175

**Financed by:**

Norwegian The Public Roads Administration. Driver2000

**Project:** 2544 Evaluation of the road safety campaign "Driver 2000"

**Project manager:** Terje Assum

**Quality manager:** Marika Kolbenstvedt

**Key words:**

Road safety; campaign; reward; contract; effect;

**Summary:**

The evaluation of the campaign Driver2000 shows no indication of long-term effects on the driver behavior focussed, i.e. seat-belt wearing and compliance with speed limits. However, Driver2000 caught the attention of drivers and achieved a considerable number of members, approximately 5 per cent of Norwegian car drivers. The idea of using positive means, i.e. rewards and a signed contract, was supported by politicians at an early stage, a fact stopping possible objections from the road safety professionals. The campaign Driver2000 was established as a private-public collaboration, but "cultural differences" between the civil service representatives in the board and the daily management with a private business and advertising background, made the daily operations difficult. When grants were stopped or reduced, the campaign activities came to an end 1 1/2 before planned. The campaign experience shows that new ideas should be tested in a small scale before full implementation and possible objections should be expressed, discussed and incorporated at an early stage.

**Language of report:** Norwegian

---

Rapporten kan bestilles fra:  
Transportøkonomisk institutt, Biblioteket  
Gaustadalleen 21, 0349 Oslo  
Telefon 22 57 38 00 - [www.toi.no](http://www.toi.no)

---

The report can be ordered from:  
Institute of Transport Economics, The library  
Gaustadalleen 21, NO 0349 Oslo, Norway  
Telephone +47 22 57 38 00 - [www.toi.no](http://www.toi.no)

---

# Forord

Bilist2000 er en kampanje for å redusere trafikkulykkene ved belønning av bilister som meldte seg inn og dermed skriftlig forpliktet seg til bruk av bilbelte og respekt for fartsgrensene. Belønningen var en månedlig, gratis utlodning av biler og andre gevinster. For å være med i lotteriet måtte medlemmene også ha Bilist2000s logo klistret på bakruta i bilene sine. Bilist2000 var aktiv fra mars 2000 til høsten 2001.

TØI har hatt som oppdrag å evaluere Bilist2000 med Vegdirektoratet og Bilist2000 som oppdragsgiver i ulike faser. Hovedpoenget med evalueringen var først å vise hvilken virkning Bilist2000 ville få på drepte og skadde i trafikken og på bilistenes atferd. Dette oppdraget ble stoppet i 2001, da Bilist2000 fikk problemer med økonomien. I 2002 overtok Vegdirektoratet finansieringen av evalueringen, og oppdraget ble endret til å vise effekt på atferd og beskrive prosessen rundt hvordan Bilist2000 oppsto, opererte og ble passiv.

Forsker Terje Assum har vært prosjektleder, og lagde det opprinnelige arbeidsopplegget for evalueringen og formulerte spørsmål som inngikk i Vegdirektoratets tilstandsundersøkelser av trafikanters atferd. Han lagde også foreløpig analyser av disse spørsmålene høsten 2000 og våren 2001. Seinere har forsker Aslak Fyhri samlet og analysert resultatene fra tilstandsundersøkelsene høsten 2000 og 2002. Høsten 2002 lagde Assum en arbeidsopplegg for prosessevaluering, og forsker Pål Ulleberg arbeidet videre med dette og forberedte intervjuing av nøkkelpersoner. Vinteren 2003 gjorde Assum og Fyhri intervjuguiden ferdig, og gjennomførte intervjuing av nøkkelpersoner og dokumentgjennomgang sammen. Assum og Fyhri har også skrevet rapporten sammen. Fyhri har hatt hovedansvaret for kapittel 2 og 3, mens Assum har hatt hovedansvar for kapittel 4 og 5. Opinon AS og Analysehuset AS har utført intervjuingen for tilstandsundersøkelsene.

Avdelingsleder Marika Kolbenstvedt har kvalitetssikret rapporten. Avdelingssekretær Trude Rømming har vært ansvarlig for tekstbehandling av rapporten.

Kontaktpersoner i Bilist2000 har vært Per Winterstad, Lena Sarset og Nina Viola Måkestad. Kontaktperson i Vegdirektoratet har vært Finn Harald Amundsen.

TØI takker bilister og nøkkelpersoner som har vært villige til å la seg intervju.

Oslo, juni 2003

Transportøkonomisk institutt

*Sønneve Ølnes*  
Fung. instituttsjef

*Marika Kolbenstvedt*  
Avdelingsleder



# Innhold

## Sammendrag

### Summary

<b>1 BAKGRUNN OG PROBLEMSTILLING.....</b>	<b>1</b>
1.1 Hva er Bilist2000? .....	1
1.2 Mål og midler.....	1
1.3 Problemstillinger .....	3
<b>2 METODE.....</b>	<b>4</b>
2.1 Meningsmåling .....	4
2.2 Evaluering av prosessen.....	5
<b>3 KJENNSKAP, MEDLEMSKAP, ATFERD OG ULYKKER .....</b>	<b>6</b>
3.1 Problemstillinger og hypoteser.....	6
3.2 Kjennskap til Bilist 2000 .....	7
3.3 Medlemskap i Bilist 2000 .....	7
3.4 Bruk av bilbelte .....	10
3.5 Fart i 50-sone .....	11
3.6 Fart i 80-sone .....	12
3.7 Diskusjon .....	13
3.8 Oppsummering.....	15
<b>4 PROSESSEN.....</b>	<b>17</b>
4.1 Hvorfor gikk det slik?.....	17
4.2 Utvikling og markedsføring av ideen .....	17
4.3 Målsetninger .....	19
4.4 Virkemidler .....	20
4.5 Finansiering, planlegging og budsjett .....	21
4.6 Organisering, gjennomføring og samarbeid.....	22
4.7 Måloppnåelse.....	25
4.8 Erfaringer .....	25
4.9 Vurdering .....	27
<b>5 DISKUSJON OG KONKLUSJON.....</b>	<b>28</b>
<b>LITTERATUR.....</b>	<b>30</b>
<b>VEDLEGG 1: PERSONER INTERVJUET OG KONTAKTET.....</b>	<b>33</b>
<b>VEDLEGG 2: INTERVJUGUIDE .....</b>	<b>34</b>
<b>VEDLEGG 3: DOKUMENTER.....</b>	<b>39</b>



Sammendrag:

# Færre ulykker eller dyr lærdom?

## Evaluering av Bilist2000

### Bakgrunn, oppdrag og metode

Bilist2000 er en kampanje rettet mot bilister for å redusere antall drepte og skadde i trafikken. Dette skulle oppnås ved bruk av belønning og kontrakt som forpliktet medlemmene til respekt for fartsgrensene og bruk av bilbelte samt et klistremerke som skulle festes på bilen, for å vise at man hadde inngått en slik kontrakt. Belønningene var å være med i et gratislotteri om en bil og andre gevinster hver måned. Medlemmene, de som inngikk kontrakt, skulle påvirkes til å respektere fartsgrensene, bruke bilbelte og vise ansvarlig atferd i trafikken generelt.

Bilist2000 ble organisert som en stiftelse i samarbeid mellom næringslivet og offentlige myndigheter. Viktige partnere var Bilimportørenes landsforening B.I.L., Vegdirektoratet og Trygg Trafikk. Bilist2000 var ment å vare i tre år, 2000 – 2002, men bevilgningene til kampanjen ble redusert og stanset høsten 2001, og kampanjens aktiviteter stoppet dermed opp.

TØI fikk i oppdrag av Bilist2000 å evaluere kampanjen, for å vise virkning av kampanjen på trafikkulykker, drepte og skadde. Det ble lagt et opplegg for å skulle vise forskjeller i *utvikling* i forsikringsmeldte skader blant medlemmer og ikke-medlemmer, men dette ble ikke gjennomført på grunn av stans i bevilgningene til Bilist2000. Noen spørsmål om Bilist2000 ble lagt inn i Vegdirektoratets løpende meningsmålinger om trafikantenes kunnskaper, holdninger og atferd. Disse resultatene viser eventuell virkning på fart og beltebruk, de to handlingene Bilist2000 fokuserte på.

Vegdirektoratet tok over evalueringsoppdraget i 2002. I tillegg til å vise eventuell virkning av Bilist200, skulle prosessen rundt Bilist2000 beskrives, dvs. hvordan kampanjen oppsto, hva som skjedde underveis og hvorfor kampanjen stoppet opp. Denne rapporten består av to deler, analyse av materiale fra meningsmålingene og analyse av intervjuer med personer som sto sentralt i Bilist2000.

## Resultater

### Medlemmer

Kampanjen ble offisielt lansert i mars 2000. Allerede den 30. mars hadde Bilist2000 fått 10 000 medlemmer og 104 000 medlemmer ved årsskiftet 2000/2001. Det endelige medlemstallet ble 140 000 høsten 2001.

Bilist2000 nådde i størst grad fram til de viktigste målgruppene, dvs. de som er mest utsatt for ulykker, nemlig unge menn som kjører mye.

### Bruk av bilbelte

I 2000 svarte 94 prosent av de spurte medlemmene at de alltid bruker bilbelte i tettbygde strøk, mot 83 prosent av ikke-medlemmene. I 2002 var det ikke signifikant forskjell mellom medlemmer og ikke-medlemmer i bruk av bilbelte.

### Fartsgrenser

I 2000 oppga 61 prosent av medlemmene og 48 prosent av ikke-medlemmene å holde lovlig fart i 50-sone. I 2002 oppga 54 prosent av begge grupper at de holder lovlig fart. Heller ikke i 80-soner var noen forskjell av betydning mellom medlemmer og ikke-medlemmer i 2002. Det var en (ikke-signifikant) forskjell mellom gruppene i 2000. Den forskjellen som fantes i oppgitt overholdelse av fartsgrenser mellom medlemmer og ikke-medlemmer i 2000 er blitt borte i 2002. Dette er motsatt utvikling av det som skulle ventes dersom Bilist2000 skulle ha tilsiktet effekt.

I 50-sone har andelen medlemmer som bryter fartsgrensa med mer enn 5 km/t økt fra 12 til 22 prosent, og i 80 sone har andelen økt fra 41 til 50 prosent. For ikke-medlemmene har det ikke vært noen slik endring fra 2000 til 2002. Siden respekten for fartsgrensen har gått ned blant medlemmene, har Bilist2000 ikke hatt den tilsiktede, langsiktige virkningen på hastighet i 50-sone.

### Kortsiktig virkning eller skjev rekruttering?

I 2000 var medlemmene "flinkere" enn ikke-medlemmene med hensyn til fart og beltebruk. Spørsmålet er om dette skyldtes skjev rekruttering til Bilist2000 eller en kortsiktig påvirkning av medlemmene mens kampanjen var på det mest aktive.

Både i 2000 og i 2002 brukte medlemmene i større grad enn ikke-medlemmene refleks, hjelm ved sykling og lys på sykkel i mørket. Dette tyder på at medlemmene er rekruttert blant sikkerhetsorienterte folk.

### Færre ulykker og skader?

Siden det ikke har vært mulig å påvise noen langvarig virkning på de to typene atferd Bilist 2000 fokuserte på, beltebruk og fart, er det liten grunn til å tro at Bilist2000 har hatt noen langvarig virkning på trafikkulykkene eller –skadene, selv om den klarte å få oppmerksomhet og rekruttere et stort antall medlemmer.



## Proessen - hvorfor gikk det slik?

Bevilgningene til Bilist2000 fra Vegdirektoratet ble stoppet etter 1 ½ år i stedet for tre år, som først planlagt, og aktivitetene stoppet opp. Hvorfor gikk det slik?

## Utvikling og markedsføring av ideen

Ideen til Bilist2000 kom fra Bilimportørenes landsforbund (B.I.L.), og hadde sin bakgrunn i mange trafikkdrepte unge førere. Ønsket var å gjøre noe med trafikk døden, finne en ny vinkling, bruke positive virkemidler og tusenårsskiftet som anledning til å skaffe oppmerksomhet om dette problemet. Belønning i form av et lotteri, forpliktelse til fornuftig atferd gjennom kontrakt og samarbeid mellom bilbransjen og staten skilte Bilist2000 fra tidligere kampanjer.

## Markedsføring og aksept

Bilimportørenes landsforening (B.I.L.) inviterte flere organisasjoner til samarbeid og fikk positive svar. Ideen vakte begeistring bl.a. i Stortingets samferdselskomite som ga Samferdselsdepartementet ”signaler” om å støtte Bilist2000, og Bilist2000 fikk penger over Vegdirektoratets budsjett.

Det var lett å få med folk i begynnelsen. Politikerne syntes det var positivt å prøve noe nytt i kampen mot trafikkulykkene. De få motforestillinger som var i starten, ble antakelig ikke uttrykt særlig klart, siden Stortinget og politisk ledelse i Samferdselsdepartementet allerede hadde støttet ideen. Motforestillingene fantes først og fremst i trafikksikkerhetsmiljøet, dvs. administrasjonen i Vegdirektoratet og Samferdselsdepartementet og i Trygg Trafikk. I følge vanlige regler i statsadministrasjonen kan fagfolkene ikke ta kontakt med politikerne og omvendt. All kontakt må gå via statsråden, og dette begrenser kontakten.

Initiativtakerne klarte å skape interesse og entusiasme både hos politikerne, i ledelsen i Samferdselsdepartementet og Vegdirektoratet og i næringslivet. Dessuten var selv de skeptiske velvillig innstilt til ideen om positive virkemidler, dvs. belønning og kontrakt, og var åpne for å prøve ut ideen. Det var altså stor oppslutning om tanken om å prøve ut positive virkemidler i trafikksikkerhetsarbeidet, mens motforestillingene ikke kom klart fram.

## Målsetninger

I Bilist2000 ble målsetningene utviklet over tid. Etter at de profesjonelle trafikksikkerhetsfolkene var kommet med, ble det bestemt å fokusere på beltebruk og respekt for fartsgrenser og satt som mål å spare 50 menneskeliv per år.

Det var stort sett enighet om målet, å redusere antall trafikkdrepte, og generelt sett var det også enighet om midlene. En viss målforskyvning kan ha forekommet, i sær ble medlemstallet et viktig mål for dem som jobbet daglig med kampanjen.

## Virkemidler

Det skulle brukes positive virkemidler, i motsetning til de offisielle virkemidlene innenfor trafikksikkerhet, som ofte blir knyttet til forbud, påbud, straff, skremsler og moralisering. Det var generelt stor enighet om bruken av positive virkemidler. Uenigheten dreide seg mer om den faktiske utformingen. Motsetningene kom til uttrykk i det daglige arbeidet, og vektlegging av oppmerksomhet og medlemsverving versus trafikksikkerhet ble stadig diskutert.

## Finansiering, planlegging og budsjett

Bilist2000 ble utviklet fra å være næringslivets bidrag til trafikksikkerhet til en ide om samarbeid mellom næringslivet og staten. Kampanjen fikk 1 million til forberedelser i revidert statsbudsjett for 1999, og løfter om 5 millioner kroner per år i tre år, dvs. 2000, 2001 og 2002 over Vegdirektoratets budsjett. Forutsetningen var at staten ved Vegdirektoratet skulle yte 40 prosent og næringslivet 60 prosent av budsjettet til Bilist2000. "Naturalier" som annonseplass, biler og andre lotterigevinster etc. skulle ikke regnes med i næringslivets andel.

Nedgangstider høsten 2001 førte til at bevilgninger fra næringslivet ble redusert. Vegdirektoratet sto på avtalen om 40 prosent finansiering. Ble det mindre penger fra næringslivet, måtte det bli tilsvarende mindre fra Vegdirektoratet.

Planer og budsjett var utarbeidet, men trafikksikkerhetsfolkene og kampanjeledelsen var uenige om vurdering av budsjettene, pengebruken og i sær økonomistyringen. *"Våren 2001 diskuterte vi økonomien i styret. Etter sommeren foreslo jeg at vi skulle bringe boet til skifteretten, og jeg gjentok dette forslaget i oktober, da det ble vedtatt avvikling. Det var nye styremøter i 2002 hvor avviklingen ble gjennomført, og Bilist2000 ble overtatt av Kuben-prosjekt."* forklarte et tidligere styremedlem. Dermed var Bilist2000 i praksis opphørt.

## Organisering, gjennomføring og samarbeid

Etter at Bilist2000 var stiftet og kampanjen kom i gang, var det sekretariatet, plassert i reklamebyrået Take-Off, som utførte det daglige arbeidet. Det var ulike synspunkter på hvordan det daglige arbeidet skulle organiseres, og flere syntes at sekretariatet var dyrt. Derimot var det ingen som hadde noe å si på arbeidsinnsatsen og markedsføringskompetansen.

Et hovedpoeng med Bilist2000 var samarbeid mellom næringslivet og staten. Politikerne hadde, som rimelig kan være, liten føling med interne samarbeidsforhold i Bilist2000. Det ble tidlig en motsetning mellom trafikksikkerhetsfolkene og kampanjeledelsen. Økonomistyringen var det største problemet i samarbeidet. De statlige representantene i styret følte ansvar for offentlige penger, og syntes ikke sekretariatet fulgte opp styrevedtak i tilstrekkelig grad. Sekretariatet på sin side syntes de "proffe" var for tradisjonelle, for forsiktige og redde for konkurranse.

Både arbeidsmetoder og vurderinger var så forskjellige mellom de to grupperingene at noen intervjupersoner snakker om "kulturforskjeller". I etterhånd er det tydelig at det burde vært brukt mer tid i forkant på å ta opp og bearbeide motsetningene mellom de to grupperingene.

Som nevnt var det enighet om de positive virkemidlene, men uenighet om den daglige praksisen. Medieomtale var viktig for å verve medlemmer, mens innholdet i informasjonen var viktig for å påvirke atferd. Satsingen på arbeid i kommunene var omstridt. Det er stor enighet om at medlemstallet utviklet seg bra så lenge Bilist2000 var aktiv. Derimot er det uenighet om både om medieomtalen, om innholdet i informasjonsmaterialet og om kommunekampanjen.

## Måloppnåelse

Flertallet av trafikksikkerhetsfolkene tror ikke på noen effekt på ulykker. Kampanjeledelsen har en annen oppfatning: ” Ulykkene gikk ned i 2001. Bilist2000 bidro til dette, tror jeg.” sa daglig leder.

## Erfaringer

Et viktig spørsmål for eventuelle framtidige tilsvarende kampanjer, er om det selve tiltaket det var noe feil med, eller om det var organisering i akkurat denne kampanjen som var feil. Også på dette punktet kom motsetninger fram, men begge parter ser organiseringen som problemet. Ingen sa at det var kampanjen som sådan eller bruk av positive virkemidler som er feil. Med såpass mye ressurser som ble brukt, er det rimelig å stille spørsmål om bedre resultater kunne vært oppnådd med annen bruk av ressursene. Svarene varierer fra at det hadde vært klart bedre å bruke pengene på andre tiltak til at samfunnet har fått mye igjen for pengene. Skillet mellom trafikksikkerhetsfolkene og kampanjeledelsen er ikke så klart som på andre spørsmål, men tendensen er den samme.

## Diskusjon og konklusjon

Det var stor enighet om bruk av positive virkemidler og stor oppslutning om å prøve noe nytt. Fordi politikerne tidlig hadde forpliktet seg til støtte, var det vanskelig for fagfolkene å gå ut med motforestillinger. Et vesentlig problem var den svake kontrollen av overholdelse av kontrakten – brukte medlemmene belter og viste de respekt for fartsgrensene? Det eneste som ble kontrollert, var at vinnerne av bilene hadde klistremerke på bilen sin. Skulle opplegget ha rimelig sjanse til å virke på atferd, måtte det også vært kontroll av at de som vant, faktisk brukte belte og ”viste respekt for” fartsgrensene.

En forutsetning for å redusere antall ulykker med informasjonskampanjer, er at omfanget av farlig atferd reduseres. For å oppnå dette er det gunstig å kombinere kampanjer med økt politikontroll og angi klart hvilke atferdsendringer som ønskes oppnådd. I stedet for kontroll brukte Bilist2000 positive virkemidler. Belønning av riktig atferd og forpliktelse til slik atferd ved kontrakt, er i liten grad prøvd ut, og det var vanskelig å forutsi hvordan dette ville gå.

En annen forutsetning for at en kampanje skal lykkes, er at kampanjeaktivitetene faktisk blir gjennomført. Det var økonomistyringen som til slutt fikk Vegvesenets representanter til å stoppe bevilgningene fra staten. Det er umulig å si noe om hvilke resultater Bilist2000 kunne ha fått, dersom den hadde holdt på i tre år som planlagt. Erfaringene fra Bilist2000 tilsier at motforestillinger bør få komme fram,

slik at de kan tas hensyn til. Dette kan både gi viktige justeringer av opplegget og skape eierforhold til tiltaket hos alle samarbeidende parter.

En hovedlærdom fra Bilist2000 er at nye ideer bør prøves ut i begrenset skala før de iverksettes i fullt omfang. Inntil nye tiltak har vist seg effektive i kampen mot trafikkulykker bør ressursene først og fremst brukes på tiltak med kjent, ulykkesreducerende virkning. Samtidig må noe ressurser tillates brukt på utprøving av gode ideer. Det er en utfordring å overbevise entusiaster om at det er fornuftig å begynne i det små. Begrensninger i kontaktmuligheter mellom fagfolk i embetsverket og politikere gjør denne utfordringen større.

**Summary:**

## **Fewer accidents or costly experience?**

### **Evaluation of the campaign "Driver 2000"**

#### **Background, project and method**

“Driver2000” is a campaign directed towards car drivers to reduce the number of fatalities and injuries on the roads of Norway. This reduction was to be achieved through rewards and a contract committing the members of “Driver2000” to respect the speed limits and to use their seat belts. Moreover, a “Driver2000” sticker should be attached to the rear window of the car to show that the driver had signed the contract. The primary reward was a free monthly lottery of cars and other prizes. The members, having signed the contract, should be persuaded to respect the speed limits, use their seat belts and be responsible in road traffic in general.

“Driver2000” was organized as a foundation in collaboration between private industry and the public authorities. Important partners were the Norwegian Automobile Importers' Association (B.I.L), the Public Roads Authorities and the Norwegian Society for Road Safety (Trygg Trafikk). “Driver2000” was planned to go on for three years, 2000 – 2002, but the grants for the campaign were reduced or stopped during fall 2001. Consequently the campaign activities came to an end.

The Institute of Transport Economics (TØI) was assigned to evaluate the campaign, to show the effects on road accidents, fatalities and injuries. A project was planned to show the development in damage and injuries reported to a large insurance company by members and non-members of the “Driver2000”. However, this project was not carried out because of the discontinuance of the grants for the campaign. Some questions concerning the “Driver2000” were included in opinion polls carried out by the Public Roads Authorities in 2000 and 2002. These polls show the possible effect on speed and the use of seat belts, activities focused by “Driver2000”.

In 2002 a description of the process of “Driver2000” was added to the contract, i.e. how the campaign started, what happened as it developed and why it came to and before planned. This report describes the results of the opinion polls as well as the results of interviews with people who were involved in the process.

## **Results**

### **Membership**

"Driver2000" was officially launched in March 2000. By March 30 the campaign had already obtained 10 000 members, and by the end of December 2000, 104 000 car drivers had signed the contract. The final number of members was 140 000 by fall 2001 or an estimated 5 per cent of Norwegian car drivers.

"Driver2000" reached their prime target groups, i.e. young men who drive extensively, the drivers who are most exposed to road accidents.

### **Use of seat belts**

In 2000 94 per cent of the members stated that they always wore a seat belt when driving in built-up areas compared to 84 per cent of the non-members. In 2002 there was no significant difference in seat-belt wearing between members and non-members.

### **Speed limits**

In 2000 61 per cent of the members and 48 per cent of the non-members stated that they drove at legal speeds in built-up areas. In 2002 54 per cent of both groups claimed that they drove at legal speeds, i.e. the difference in complying with the speed limit existing in 2000 had disappeared. This is the opposite of the intended effect of "Driver2000".

### **Short-term effect or biased recruitment?**

In 2000 the members complied more with seat-belt wearing and speed limits than non-members. Was this difference due to a short-term effect on the members or biased recruiting of members? Both in 2000 and 2002 the members claimed to use reflective tags, bicycle helmets and bicycle lights to a larger extent than non-members. As these activities were not focussed in the campaign, the behavioral differences are most likely due to biased recruiting.

### **Fewer accidents and injuries?**

As no long-term effect on driver seat-belt wearing or compliance with speed limits has been proven, there is reason to believe that Driver2000 had no significant long-term effect on road accidents or injuries, even if the campaign caught the attention of drivers and recruited a relatively large number of members.

### **The process – what happened and why?**

The grants for Driver2000 from the Public Roads Administration were stopped after 1 ½ years instead of 3 years as planned, and consequently the campaign activities came to an end. Why did this happen?

## **Development of the idea**

The campaign idea came from the Norwegian Automobile Importers' Association (B.I.L.), and the background was the number of young drivers killed in road accidents. The intention was to reduce the road fatalities by applying new and positive means and using the millennium as an occasion for increased attention to the problem of road fatalities. Rewards in terms of a free car lottery, commitment to reasonable behavior through a contract, and collaboration between the motor business and public authorities made this campaign different from previous ones.

## **Marketing and acceptance**

B.I.L. invited a number of organizations to collaborate. The standing committee of transport and communications of the Storting (parliament) received the idea with enthusiasm, calling upon the Ministry of Transport and Communications to support the campaign economically.

The politicians were positively minded to trying out a new idea in the struggle against road accidents. Objections were scarce in the beginning and probably weakly voiced because the Storting and the senior political staff of the Ministry had supported the idea initially. The objections existed mainly within the road safety community, i.e. within the administrative staff of the Public Roads Administration and the Ministry and Transport and Communications as well as in the Norwegian Society for Road Safety. According to public affair codes the public servants should not communicate directly with the MPs and vice versa. All communication should pass through the minister, a fact that limits the communication severely.

The promoters of the Driver2000 created interest and enthusiasm among politicians and private industry. Moreover, even the more skeptical people were benevolent to the idea of positive means, i.e. rewards and contract. Thus, there was widespread support to the idea of testing positive means in road safety work, whereas the objections were weakly voiced.

## **Objectives**

The objectives of Driver2000 were developed over time. At first the objective was just a considerable reduction in road fatalities and injuries. Later on when the road safety professionals joined the campaign, this objective was operationalized to a focus on seat belts and speed limits to achieve a reduction of 50 road fatalities per year. These objectives were generally agreed to, and so were the positive means. However, a shift of objectives may have occurred, especially the number of members seemed to become the more important objective for the campaign secretariat.

## **Means**

There was a general agreement as to the positive means to be applied, as opposed to the official road safety means such as rules and regulations, restrictions, punishment, scare campaigns and moralizing. However, there was disagreement as to the practical framing of these means, and differences were expressed in the

daily operations. The crucial controversial issue was the relative emphasis put on attention and recruitment versus road safety messages.

### **Financing, planning and budget**

The Driver2000 was developed from the original idea of being a private business contribution to road safety to a private-public cooperation. The campaign received a public grant of 1 million NOK, (125 000 US\$) for preparations in 1999. Moreover grants were promised for 5 million NOK (625 000 US\$) for each of the three years 2000, 2001 and 2002 through the Public Roads Administration, a condition being that the Public Roads Administration should cover 40 per cent and private business 60 per cent of the campaign budget, not counting payments in kind such as vehicles for the lottery.

Economic depression during the fall of 2001 reduced the grants from private business. The Public Roads Administration insisted on maintaining their 40 per cent of the budget, consequently the total budget had to be reduced.

Plans and budgets were agreed, but the road safety professionals and the campaign management disagreed as to the assessment of the budgets, the spending of money and especially the finance management. *“During spring 2001 we discussed the finances in the board. After the summer I proposed that the assets be taken to the bankruptcy court, and I repeated this proposal in October, when phasing out was approved”* stated one of the board members. In practice the activities of Driver2000 came to an end at this point.

### **Organization, implementation and collaboration**

After the founding of the Driver2000, the campaign secretariat located in an advertising agency, carried out the daily work. Several interviewees considered the secretariat highly priced, having alternative ideas as to secretariat. No one objected to the marketing competence or work efforts of the secretariat staff.

A main point of Driver2000 was the private-public collaboration. The politicians were not in touch with the internal cooperation in the campaign. A clash of interests arose early in the process between the road-safety professionals on the board and the campaign managers. The finance management was the greatest problem in the cooperation. The public service representatives felt responsible for the public grants, thinking that the secretariat did not fully comply with board decisions. The secretariat, on the other hand, considered the professionals too traditional, too careful and too scared of competition.

Work methods and judgments were so different between the two groups that some interviewees mentioned “cultural differences.” More time should have been spent discussing the differences and antagonism between the two groups.

As mentioned above there was a general agreement as to the positive means, but disagreement as to the daily work. Media attention was important to recruit members, whereas the contents of the information were considered important to influence the members’ behavior on the roads. The board members were generally pleased with the number of members recruited, whereas they disagreed as to the media attention emphasizing the lottery rather than road safety, the contents of the



information disseminated and a municipal campaign initiated and emphasized by the secretariat.

### **Objective achievement**

The majority of the road safety professionals involved do not believe in an accident-reducing effect of Driver2000, whereas the campaign leaders express a different view: *"Road accidents were reduced in 2001. Driver2000 contributed to this fact, I believe"*.

### **Experience**

All interviewees emphasized experience as to organization and cooperation, whereas nobody expressed doubts as to information campaigns or rewards as effective accident countermeasures. Most of the road safety officers interviewed claim that the resources spent for Driver2000, could have been spent more effectively on other accident countermeasures. An important question for possible future road safety campaigns is whether the problem was the campaign itself or the organization of this particular campaign. Both parties consider the organization rather than the campaign as the main problem.

### **Discussion and conclusion**

The application of positive means and trying out a new idea were generally agreed upon. Because the politicians supported the idea at an early stage, the public servants could not express their objections clearly. A major problem with the application of the positive means was the control of compliance with the contract – did the members actually use their seat belts and comply with speed limits? The only thing controlled was that the winners of the monthly car lottery actually had the Driver2000 sticker on their cars. To have a fair chance to influence the road behaviour of the members, the Driver2000 should have included some kind of monitoring of members' speed and seat-belt wearing.

To reduce the number of accidents by information campaigns, the extent of risky behavior has to be reduced. To achieve this modification of behavior the combination of information and increased police surveillance is generally recommended. Moreover, the behavioral modifications wanted should be expressed clearly. Instead of surveillance the Driver2000 applied positive means as motivation. Such means as rewarding right behavior and commitment to right behavior through a signed contract have not been extensively tested in road safety work. Consequently, it was difficult to anticipate the results. Another condition to campaign success is the actual carrying out of the campaign activities. As mentioned, the grants for Driver2000 were stopped, and the campaign activities came to an end after 1 ½ years instead of 3 years as planned. It is impossible to say what results could have been achieved if the campaign activities had been continued throughout the planned period.

The experience of Driver2000 is that objections should be expressed clearly at an early stage, to have them discussed, adjustments made and ownership of the countermeasure created with all parties involved. Moreover, new ideas should be tested to a minor extent before being implemented extensively. Until new

countermeasures have proved effective in the struggle against road accidents, the resources available should primarily be spent on countermeasures with a known accident-reducing effect. However, some resources should also be spent on the testing of new ideas. It is a challenge to persuade enthusiasts that testing of seemingly good ideas is reasonable. The limitations of the communication between civil servant and politicians make this challenge even greater.

# 1 Bakgrunn og problemstilling

## 1.1 Hva er Bilist2000?

Bilist2000 er en kampanje rettet mot bilister, dvs. personer som har førerkort og disponerer bil. Bakgrunnen for kampanjen var at det skjer mange ulykker, dødsfall og skader i veitrafikken, i sær blant unge mennesker, og et ønske om å redusere disse uønskede konsekvensene av biltrafikken. Formålet med Bilist2000 var altså å redusere antall drepte og skadde i trafikken. Dette skulle oppnås ved å bruke positive virkemidler, dvs. belønning av riktig atferd og kontrakt om riktig atferd, med vekt på respekt for fartsgrensene og bruk av bilbelte samt et klistremerke som skulle festes på bilen, for å vise at man hadde inngått en slik kontrakt. Belønningene var å være med i et gratislotteri om en bil og andre gevinster hver måned.

Bilist2000 var ment å vare i tre år, og de som inngikk kontrakt, medlemmene, skulle få tilsendt informasjonsmaterial og påvirkes på andre måter til å respektere fartsgrensene, bruke bilbelte og vise ansvarlig atferd i trafikken.

## 1.2 Mål og midler

Initiativtagernes hovedmålsetning var, i følge egne utsagn, først bare ”å bidra til en reduksjon av skadde og drepte.” Dette målet ble ikke tallfestet. En halvering av antall drepte antydes på lysark som ble brukt i starten (Bilist2000, udatert). Etter innspill fra de andre deltagerne i Arbeidsutvalget ble man enige om å fokusere på *bilbeltebruk* og *fartsgrenser*. Dette ble igjen konkretisert til at man skulle

- øke beltebruken fra 82 til 93 prosent
- redusere gjennomsnittsfarten med 2 km/t.

Fikk man til dette ville man i følge Trafikksikkerhetshåndboka (Elvik, Mysen og Vaa 1997) oppnå en

- reduksjon i antall drepte og skadde på *50 personer per år*.

For å oppnå dette hadde man følgende delmål:

- Kampanjen skulle tiltrekke seg 100.000 medlemmer per år i 3 år, slik at man i løpet av 2003 skulle ha 300.000 medlemmer
- Medlemmene skulle forplikte seg til å bruke bilbelte, og til å *vise respekt for* fartsgrensene. Det ble gjort et poeng av at medlemmene ikke nødvendigvis måtte *respekttere* (dvs overholde) fartsgrensene, men kun være bevisste i forhold til fartsvalg.
- Man skulle bruke positive virkemidler, dvs premier, og sosial kontroll/forpliktelse for å påvirke medlemmene.

- Kampanjen skulle være et samarbeid mellom det offentlige og næringslivet. Begge skulle kunne tjene på å delta.

### 1.2.1 Kampanjens varighet

Opprinnelig var kampanjen kun tenkt som en kortvarig affære i tilknytning til tusenårsskiftet. Reklamebyrået som hjalp til å utrede ideen kom imidlertid til at kampanjen måtte holde på lenger for å klare å oppnå de målsetningene. Initiativtakerne ble dessuten oppfordret av Stortingets samferdselskomité til å søke om støtte for 3 år, da dette var mer i tråd med tidshorizonten for NTP.

Som beskrevet i kapittel 5, ble bevilgningene til Bilist2000 over Vegdirektoratets budsjett redusert og stoppet høsten 2002, og kampanjen pågikk derfor aktivt i cirka 1 ½ år i stedet for 3 år som planlagt. Formelt sett eksisterer Bilist2000 fortsatt som en stiftelse forsommeren 2003.

### 1.2.2 Organisering – privat offentlig samarbeid

Første informasjonsmøte om Bilist 2000 ble holdt i februar 1999 i Oslo med cirka 30 bedrifter, etater og organisasjoner representert. Det ble dannet et forberedende arbeidsutvalg som besto av :

Autoriserte Trafikkskolers Landsforbund v/Leif N. Olsen  
Bilimportørenes Landsforening v/Finn Tandberg  
Dekkimportørenes forening v/Walter Oord  
Forsvaret v/ Tore Dragsnes og Anders Ø. Røberg-Larsen  
Gjensidige Forsikring v/Tore Vaaje  
Norges Automobil-Forbund v/Aksel Bruun  
Samferdselsdepartementet/Veidirektoratet v/Steinar Gullvåg  
Trygg Trafikk v/Leif A. Ellevset  
Take-Off Gruppen (sekretariatet) v/Per Winterstad

(Rapport fra første informasjonsmøte om «Bilist 2000»-kampanjen tirsdag 16. februar 1999).

Høsten 1999 ble Bilist2000 stiftet, og stiftelsepapirene er signert av Trygg Trafikk, Autoriserte trafikkskolers landsforbund og Bilimportørenes Landsforening (AU-rapport 991229).

Bilist2000 ble et samarbeid mellom næringslivet, først og fremst bilbransjen og forsikring og staten ved Vegdirektoratet. Det ble oppnevnt et styre for stiftelsen Bilist2000 og etter hvert også et arbeidsutvalg fordi styret var forholdsvis stort, 14 personer.

Selve kampanjen åpnet med pressekonferansen 16. mars 2000 hvor det ble opplyst at kampanjen skulle starte opp for alvor 31. mars (AU-rapport 000302).

## 1.3 Problemstillinger

### 1.3.1 Ble det færre ulykker?

TØI fikk i oppdrag av Bilist2000 å evaluere kampanjen, for å vise virkning av kampanjen på trafikkulykker, drepte og skadde. For å vise dette var det ikke tilstrekkelig å undersøke om det var forskjell mellom medlemmer av Bilist2000 og ikke-medlemmer, fordi en eventuell slik forskjell like gjerne kunne skyldes at Bilist2000 tiltrakk seg medlemmer som var opptatt av trafikksikkerhet. Det ble derfor laget et opplegg som skulle vise forskjeller i *utvikling* i forsikringsmeldte skader blant medlemmer og ikke-medlemmer, i samarbeid med Gjensidige forsikring. En slik analyse måtte nødvendigvis gjøres etter at eventuelle skader er meldt til forsikringsselskapet. TØI hadde derfor bare rukket å planlegge dette arbeidet, da Bilist2000 sommeren 2001 fikk økonomiske problemer, og oppdraget til TØI ble trukket tilbake. Utvikling i forsikringsmeldte skader ble derfor aldri undersøkt.

For å få resultater raskere enn en analyse av forsikringsmeldte skader kunne gi, ble det også lagt inn noen spørsmål om Bilist2000 i Vegidirektoratets løpende meningsmålinger om trafikantenes kunnskap, holdninger og atferd. Resultatene av dette er vist i kapittel 3. Disse resultatene viser først og fremst eventuell virkning på fart og beltebruk, som var de to handlingene Bilist2000 fokuserte på. Fart og bruk av bilbelte har godt kjente virkninger på risiko for ulykker og skader i trafikken.

### 1.3.2 Hvorfor gikk det som det gjorde?

Selv om Bilist2000 gikk i stå på grunn av økonomiske problemer sommeren 2001, ønsket Vegdirektoratet å få gjennomført en evaluering av Bilist2000. Denne evalueringen skulle om mulig vise virkning på atferd og ulykker. I tillegg skulle den beskrive prosessen rundt Bilist2000, hvordan kampanjen oppsto, hva som skjedde underveis og hvorfor kampanjen stoppet opp. Dette er beskrevet i kapittel 4 nedenfor.

## 2 Metode

### 2.1 Meningsmåling

Statens Vegvesen Vegdirektoratet har gjennomført en serie spørreundersøkelser om folks kunnskaper, holdninger og atferd i trafikken. I tilknytning til noen av disse har det også blitt stilt spørsmål om kampanjen Bilist 2000. For å analysere om medlemmer av Bilist 2000 utvikler "riktig" atferd i større grad enn ikke-medlemmer har vi analysert spørsmål fra 4 undersøkelser gjennomført for Vegdirektoratet i 1998, 2000 og 2002:

	A	B	C	D
<b>Tidspunkt</b>	Mai /juni 1998	September 2000	November/ desember 2000	Oktober 2002
<b>Tema</b>	Kunnskaper, holdninger og atferd til trafikk	"Senk farten"	Kunnskaper, holdninger og atferd til trafikk	Kunnskaper, holdninger og atferd til trafikk
<b>Respondenter</b>	1500	2000	1500	2000
<b>"Bilister"</b>		1607	1171	1543
<b>Rapport</b>	Statens Vegvesen TTS-rapport 14 - 1998	TØI arb dok SM/1205/2000 TTS-rapport 9 - 2001	TØI arb dok SM/1249/2001 og 1263/2001	TØI arb dok SM/1460/2003
<b>Intervju-organisasjon</b>	Opinion A/S	Opinion A/S	Opinion A/S	Analysehuset A/S

Kilde: TØI rapport 661/2003

Alle undersøkelsene er foretatt som telefonintervjuer med et tilfeldig utvalg personer trukket fra Telenors registre over private abonnenter. Det er altså ikke de samme personene som er intervjuet i de fire undersøkelsene. For nærmere beskrivelse av de enkelte undersøkelsene med opplegg, metode og frafall, se de angitte rapportene.

Når ikke annet er angitt, er det i dette dokumentet brukt den delen av utvalget som har førerkort for bil og tilgang til bil, ("bilister")<sup>1</sup>. Dette er de samme kriteriene som gjelder for medlemskap i Bilist 2000.

I denne rapporten fokuserer vi på tallene fra undersøkelsen i 2002, og sammenligner disse med tall fra undersøkelsen i november /desember 2000. Undersøkelsen fra 1998 er kun tatt med for å gi et generelt bilde av førsituasjonen,

<sup>1</sup> Spørsmålene om Bilist 2000 er stilt til alle som hadde førerkort for bil, uten hensyn til om de hadde tilgang til bil, de som ikke hadde biltilgang er derfor luket ut av analysen.

den er ikke noen reell førmåling av kampanjen, siden vi ikke kan identifisere medlemmer /ikke-medlemmer i dette utvalget.

Bruk av meningsmåling for å undersøke folks atferd har den svakheten at denne metoden registrerer hva folk *sier* at de gjør, dvs. i dette tilfelle *egenrapportert* fartsvalg og beltebruk, ikke hva de faktisk gjør. Det er vanskelig å vite om folk faktisk kjører slik som de sier de gjør i en slik undersøkelse. Det kan også være forskjeller mellom folk med hensyn til å svare "ærlig" eller ut fra oppfattede forventninger om "riktige" eller "passende" svar. Dette ikke noe stort problem når poenget er å vise forskjeller i atferd mellom grupper eller over tid, hvis man forutsetter at eventuell skjevhet er like stor i de undersøkte gruppene og over tid. I denne undersøkelsen kan egenrapportering være et problem, fordi det kan synes rimelig å anta at medlemmer av Bilist2000 i større grad enn ikke medlemmer føler seg forpliktet til å si at de oppfører seg lovlydig i trafikken. Medlemmene av Bilist2000 kan også ha følt sterke press for å svare "passende" da kampanjen var på det mest aktive høsten 2000 enn høsten 2002 da kampanjeaktivitetene var mer eller mindre opphørt. Tross disse svakhetene brukes meningsmålinger ofte til å registrere atferd, fordi det er en enkel metode som også gir mulighet til å kombinere atferdsdata med andre opplysninger om personene.

## 2.2 Evaluering av prosessen

Datamaterialet til denne delen av rapporten kommer fra 11 personlige intervjuer med aktører som har vært involvert på ulike måter i kampanjen. Det ble laget en intervjuguide, som i hovedsak ble fulgt i intervjuene (se vedlegg 2). Hvert intervju varte i ca 1-2 timer. Alle intervjuene unntatt ett ble foretatt av to forskere, slik at én kunne stille spørsmål og den andre kunne notere svarene. I tillegg til dette ble det gjennomført ett kort ustrukturert intervju per telefon, samt kontakt med en person per e-post. Kontaktpersonene er vist i vedlegg 1 og intervjuguide i vedlegg 2.

Dokumenter som beskriver Bilist2000 og informasjonsmateriale fra Bilist2000 er samlet og gjennomgått. Liste over dokumenter er vist i vedlegg 3.

## 3 Kjennskap, medlemskap, atferd og ulykker

### 3.1 Problemstillinger og hypoteser

Som nevnt i kapittel 1 var hovedideen for Bilist 2000 å bruke positive virkemidler. Medlemmer av kampanjen skulle få være med i gratis utlodning av biler og få andre medlemsfordeler. Til gjengjeld skulle medlemmene forplikte seg til å bruke bilbelte og vise respekt for fartsgrensene. For å bli medlem og få medlemsfordelene måtte bilistene skrive under på en kontrakt om dette og sette klistremerke på bakruta i bilen sin.

#### 3.1.1 Har Bilist2000 gitt økt beltebruk og lavere fart?

Hovedhypotesen som skal testes blir derfor som følger:

- **Folk som melder seg inn i Bilist2000 vil etter hvert øke sin beltebruk og bedre sin respekt for fartsgrensene i større grad enn ikke-medlemmer.**

Hvis vi antar at kontrakten og klistremerket har hatt en effekt på medlemmene, kan det være nyttig å lage noen antagelser om for hvor lang tid de ulike virkemidlene skal ha påvirket medlemmene. Disse antagelsene er kun basert på skjønn. Det er rimelig å anta at det første virkemidlet ”skrivning av kontrakt” kun har hatt en kortvarig effekt på medlemmene, siden det underveis ikke var mulig å kontrollere om medlemmene fulgte kontrakten. Når det gjelder merket på bilruta, vil også den eventuelle effekten av dette kanskje ha vært størst i begynnelsen. I forbindelse med gratislotteriet ble det undersøkt om vinnerne faktisk hadde klistremerket på bilruta, men det var ikke mulig å kontrollere om vinnerne brukte bilbelte og viste respekt for fartsgrensene. Det kan derfor være rimelig å anta at det etter hvert ble selve klistremerket og ikke beltebruk og respekt for fartsgrenser medlemmene fokuserte på. Det er derfor et åpent spørsmål om effekten av dette merket ville vare i flere år.

For å teste dette setter vi derfor opp følgende delhypotese:

- **Eventuell økning i beltebruk og respekt for fartsgrensene blant medlemmer av Bilist 2000 vil vedvare også etter at kampanjeaktivitetene har opphørt.**

#### 3.1.2 Har Bilist2000 hovedsakelig tiltrukket seg de allerede frelste?

En utfordring med denne typen kampanjer er at de ofte kan ha ulik appell til ulike grupper mennesker. Det hevdes ofte at de kampanjer og organisasjoner som har som formål å forbedre atferd og holdninger på et område, får størst oppslutning blant dem som allerede har for slik atferd og holdninger. Dette kan undersøkes ved å teste følgende hypotese:



- Folk som melder seg inn i Bilist2000 er i større grad enn de som ikke melder seg inn i Bilist2000 opptatt av trafiksikkerhet, og vil derfor i utgangspunktet bruke belte og vise respekt for fartsgrensene i større grad enn ikke-medlemmer.

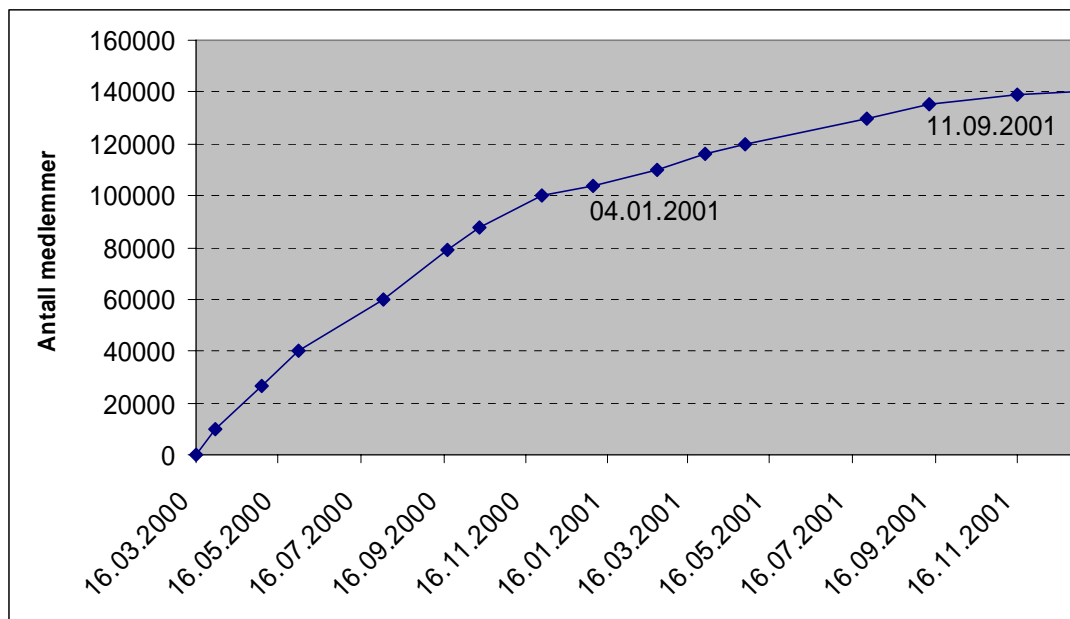
### 3.2 Kjennskap til Bilist 2000

Av alle spurte som har førerkort og bil i 2002, svarte 37 prosent at de hadde hørt om og 59 prosent at de ikke hadde hørt om Bilist 2000. 5 prosent var usikre på om de hadde hørt om aksjonen. Ser vi bort fra medlemmene er det 31 prosent av de spurte som har hørt om kampanjen. Dette er høyt, med tanke på at kampanjen i praksis hadde ligget død i ca halvannet år da intervjuene ble foretatt.

Da dette spørsmålet ble stilt høsten 2000, mens Bilist2000 var svært aktiv, var det så mange som 43 prosent som hadde hørt om aksjonen. Det har naturlig nok vært en signifikant nedgang i andelen som har hørt om Bilist2000 siden høsten 2000.

### 3.3 Medlemskap i Bilist 2000

#### 3.3.1 Utvikling i medlemstall



Kilde: TØI rapport 661/2003

Figur 3.1: Utvikling i antall medlemmer i Bilist2000

Kampanjen ble offisielt lansert i mars 2000. De første pressemeldingene ble sendt ut 16.mars. Allerede 30. mars hadde Bilist2000 fått 10 000 medlemmer. Den 15. april ble den første bilen trukket ut. Medlemstallet steg raskt gjennom det første året, og ved utgangen av 2000 hadde Bilist2000 fått 104 000 medlemmer. Etter

nyttår 2001 begynte medlemstallet å flate ut, og da den siste bilen ble trukket ut på Momarkedet i slutten av august, var det kun vervet 30 000 nye medlemmer det året. Det endelige medlemstallet ble 140 000. Den opprinnelige målsetningen var 300 000 medlemmer på tre år. 140 000 medlemmer på 1 ½ år kan derfor betraktes som å være i godt samsvar med denne målsetningen, men det er umulig å si hvordan medlemstallet ville ha utviklet seg dersom kampanjeaktivitetene hadde fortsatt.

### 3.3.2 Andel medlemmer i undersøkelsene og i befolkningen

Av alle de spurte bilførerne i 2002 oppga 8 prosent at de var eller hadde vært medlemmer av Bilist2000. Ifølge Reisevaneundersøkelsen 2002 er det 78 prosent av befolkningen over 18 år, dvs 2,7 millioner personer som har førerkort og tilgang til bil i Norge. 8 prosent av disse utgjør 215 700 personer. Bilist2000 oppgir selv å ha vel 140 640 medlemmer per våren 2003. Det er altså en høyere andel medlemmer i utvalget for denne undersøkelsen enn det er i populasjonen ellers. Dette kan skyldes at folk sier de er medlem av Bilist2000 uten å være det, f eks fordi de forveksler Bilist2000 med noe annet, eller at det er skjevt frafall i undersøkelsen, dvs. høyere andel medlemmer av Bilist2000 blant dem som har svart enn blant dem som ikke har svart på undersøkelsen.

Tabell 3.1: Medlemmer av Bilist 2000 i undersøkelsen og i populasjonen. Antall. Prosent av alle med førerkort og tilgang til bil i parentes.

	2000 september	2000 oktober / november	2002 november / desember
Medlemmer i undersøkelsen	81 (5%)	81 (7 %)	122 (8 %)
Reelt antall medlemmer		100 000 (4 %)	140 000 (5 %)

Kilde: TØI rapport 661/2003

Forrige gang dette spørsmålet ble stilt var det 7 prosent som var medlemmer. Økningen i andelen som er medlemmer av Bilist 2000 i undersøkelsen reflekterer altså den reelle økningen i medlemmer som aksjonen har hatt.

### 3.3.3 Kjennetegn ved medlemmene av Bilist2000

Vi har skilt mellom medlemmer, ikke-medlemmer som har hørt om kampanjen og de som ikke har hørt om den. Medlemmene av Bilist2000 kjennetegnes ved at de kjører lengre enn de som ikke er medlemmer, se

Tabell 3.2. Ikke-medlemmer som har hørt om kampanjen kjører lenger enn de som ikke har hørt om kampanjen.

Medlemskapsandelen er litt høyere blant menn enn blant kvinner. Den er 10 prosent blant de under 30 år, og lavere jo eldre man blir. Det er også en noe høyere andel som er medlemmer i byer og større tettsteder enn utenfor tettsteder.

I hovedsak betyr dette at Bilist2000 har nådd fram til de viktigste målgruppene, dvs, de som er mest utsatt for ulykker, nemlig unge menn som kjører mye.

Tabell 3.2: Medlemmer og ikke-medlemmer etter oppgitt årlig kjørelengde, 2002. Prosent

	Hørt om		
	Ikke medlem	Bilist2000	Medlem
0-8000 km	31	20	20
8000 -12000 km	27	24	16
12000 -16000 km	16	20	15
Mer enn 16000 km	21	33	46
Ikke sikker	5	3	2
Sum	100	100	100
Antall	973	539	127

Kilde: TØI rapport 661/2003

### 3.4 Bruk av bilbelte

Bruk av bilbelte er statistisk sett så høy utenfor tettbygd strøk, at det er ville være vanskelig å påvise noen økning i en meningsmåling. Det ble derfor bare spurt om bruk av belte i tettbygd strøk.

I følge Tabell 3.3 svarte 94 prosent av de spurte medlemmene i 2000 at de alltid bruker bilbelte i tettbygd strøk, mot 83 prosent av ikke-medlemmene. Denne forskjellen er signifikant. Også i 2002 oppga medlemmene oftere enn ikke-medlemmer at de alltid bruker bilbelte når de kjører i tettbygd strøk, men forskjellen er ikke signifikant.

Det er blant ikke-medlemmene vi ser den største endringen når det gjelder beltebruk. Det er signifikant flere av disse som sier de alltid bruker belte i 2002 enn det var i 2000. Blant medlemmene er det en liten, men ikke signifikant økning.

Tabell 3.3: "I hvilken grad bruker du bilbelte når du kjører i tettbygd strøk?". Bilførere etter medlemskap i Bilist 2000 i år 2000 og i 2002. Prosent.

	2000		2002	
	Medlem	Ikke medlem	Medlem	Ikke medlem
Alltid	91*	83*	96	92*
Vanligvis	8	11	1	5
Av og til	1	3	2	2
Vanligvis ikke/aldri		3	1	2
I alt	100	100	100	100
<b>Antall</b>	<b>162</b>	<b>2616</b>	<b>122</b>	<b>1423</b>

\*Signifikant forskjell på 0,05 nivå

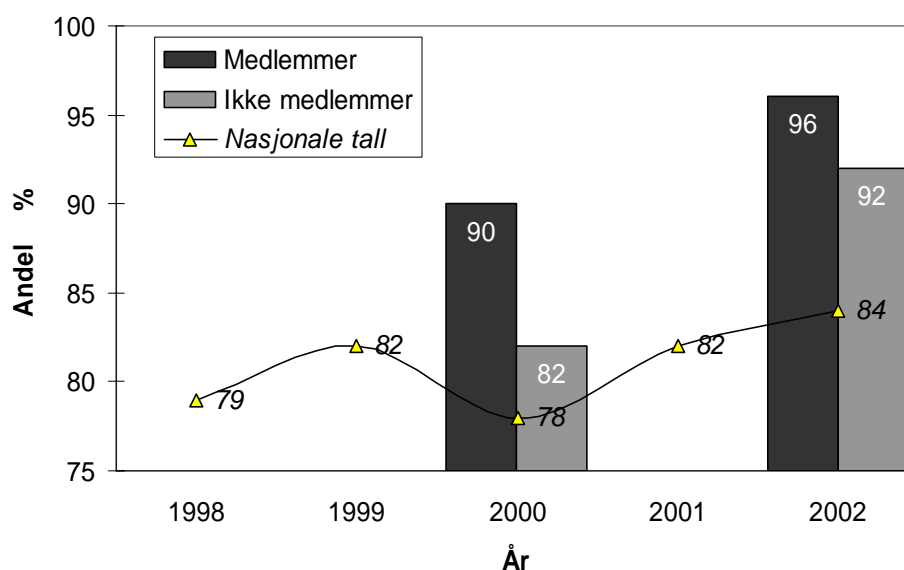
Kilde: TØI rapport 661/2003

I og med at den oppgitte beltebruken blant medlemmene var så vidt høy i 2000, var det heller ikke å vente at kampanjen kunne føre til noen vesentlig økning. Det at ikke-medlemmene i større grad sier de bruker belte i 2002 enn i 2000 skyldes sannsynligvis andre forhold enn Bilist2000. Datamaterialet viser faktisk at ikke-

medlemmene som har hørt om kampanjen er noe dårligere til å bruke belte enn ikke-medlemmene som ikke har hørt om kampanjen. Selv om denne forskjellen bare er signifikant på 5 % nivå, underbygger den uansett antagelsen om at kampanjen ikke har hatt betydning for ikke-medlemmenes beltebruk

### 3.4.1 Sammenligning med nasjonale tall for beltebruk

For å validere folks besvarelser på spørsmålet om beltebruk, har vi sammenlignet resultatene fra intervjuundersøkelsene med resultater fra de nasjonale beltetellingene gjennomført av Statens Vegvesen (1998 – 2002). I sammenligningen har vi slått sammen de to studiene fra 2000. Figur 3.1 viser andel som sier de alltid bruker bilbelte i tettbygd strøk i 2000 og 2002, samt andelen som bruker belte i de nasjonale tellingene. I figuren har vi bare inkludert de som sier de alltid bruker belte. Vi ser at det er systematisk høyere beltebruk i spørreundersøkelsene både blant medlemmer og ikke-medlemmer enn det tellingene viser, til tross for at beltetellingene overrepresenterer de lange turene i tettbygd strøk hvor flere bruker belte. Det synes rimelig å anta at forskjellen mellom spørreundersøkelsene og tellingene først og fremst skyldes at spørreundersøkelser gir et noe ”penere” resultat for atferd enn registrering av faktisk atferd gjør. Det er likevel viktig å merke seg at spørreundersøkelsene viser omtrent samme *endring* i bruk av belte som tellingene fra 2000 til 2002.



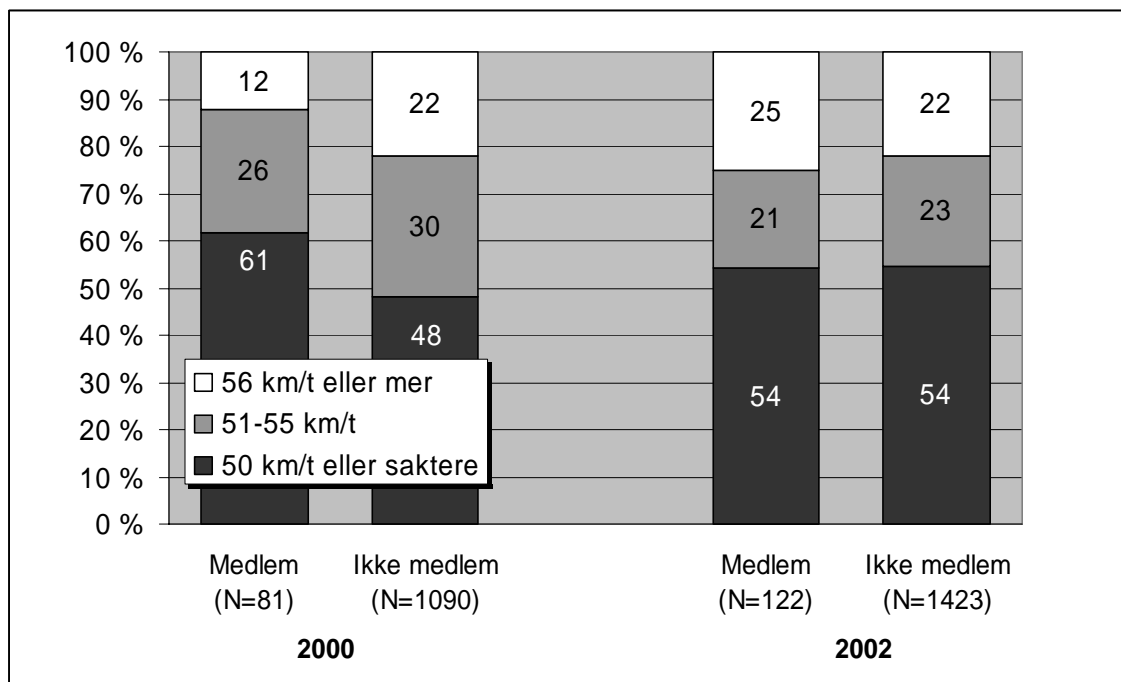
Kilde: TØI rapport 661/2003

Figur 3.1: Bruk av bilbelte i tettbygd strøk (andel som sier de alltid bruker belte) blant medlemmer og ikke-medlemmer i to år, samt nasjonale tall i 5 år. Prosent

### 3.5 Fart i 50-sone

Figur 3.2 viser at det i 2002 ikke var noen forskjell mellom medlemmer og ikke-medlemmer i kjøring med lovlig hastighet i 50-sone. Det var faktisk noen flere medlemmer som oppga at de bryter fartsgrensa med mer 5 km/t, men denne

forskjellen er ikke signifikant. Dette til forskjell fra i 2000, da situasjonen var at medlemmene av Bilist2000 var signifikant mer lovlydige enn de andre. I 2000 oppga 61 prosent av medlemmene og 48 prosent av ikke-medlemmene å holde lovlig hastighet. I 2002 oppga 54 prosent av begge grupper at de holder lovlig hastighet. Dette viser klart at Bilist2000 ikke har hatt den tilsiktede, langsiktige virkningen på hastighet i 50-sone.

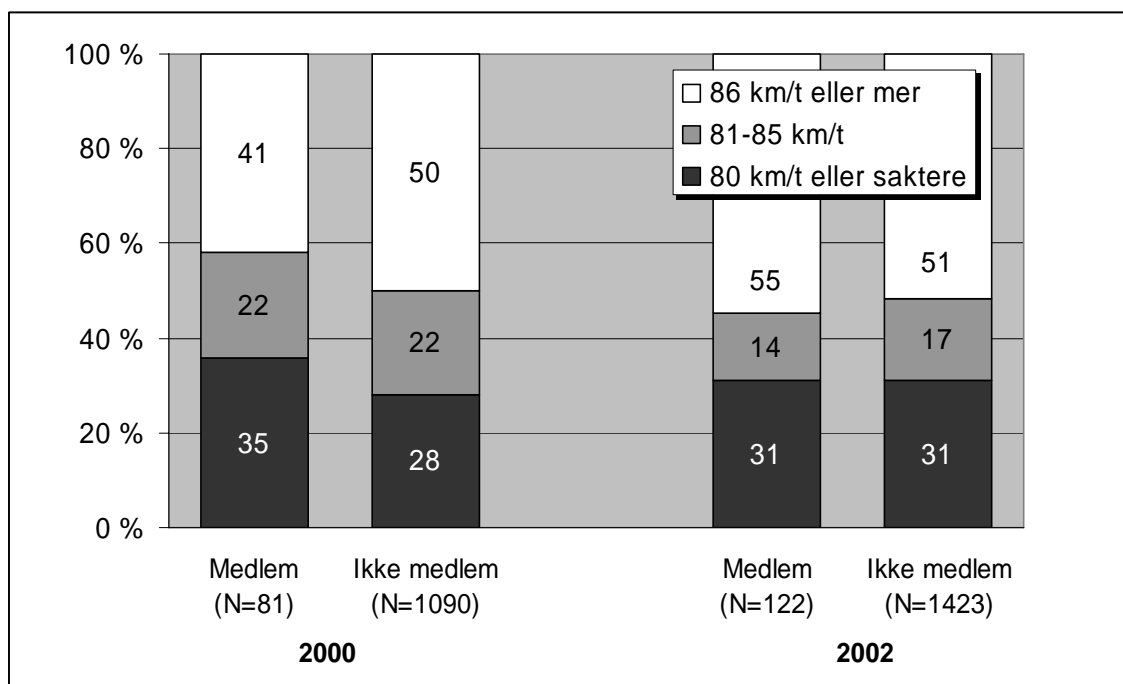


Kilde: TØI rapport 661/2003

Figur 3.2: "Hvor fort kjører du normalt på en veg med fartsgrense 50 km/t, når det er liten trafikk og du selv kan bestemme farten?". Bilførere etter medlemskap i Bilist 2000 i år 2000 og i 2002. Prosent

### 3.6 Fart i 80-sone

En sammenligning av figurene 3.2 og 3.3 viser at det er langt færre som oppgir å overholde fartsgrensen i 80-sone enn i 60-sone. Dette gjelder begge årene og både medlemmer og ikke-medlemmer. Den lille forskjellen som fantes i andel som oppgir å kjøre med lovlig hastighet (figur 3.3) mellom medlemmer og ikke-medlemmer i 2000 er blitt borte i 2002. Dette er motsatt utvikling av det som skulle ventes dersom Bilist2000 hadde hatt tilsiktet effekt.



Kilde: TØI rapport 661/2003

Figur 3.3: "Hvor fort kjører du normalt på en veg med fartsgrense 80 km/t, når det er liten trafikk og du selv kan bestemme farten?". Bilførere etter medlemskap i Bilist 2000 i år 2000 og i 2002. Prosent

Både i 50 og 80-sone er det blant medlemmene vi ser den største endringen fra 2000 til 2002. I 50-sone har andelen medlemmer som bryter fartsgrensa med mer enn 5 km/t økt fra 12 til 22 prosent, og i 80-sone har andelen økt fra 41 til 55 prosent. For ikke-medlemmene har det ikke vært noe slik endring fra 2000 til 2002. Dersom Bilist2000 hadde hatt langvarig, tilsiktet virkning på medlemmene, skulle andelen medlemmer som bryter fartsgrensene ha *sunket*, ikke økt fra 2000 til 2002.

## 3.7 Diskusjon

### 3.7.1 Kortsiktig virkning eller skjev rekruttering?

Medlemmer av Bilist 2000 kjørte verken saktere eller fortere enn ikke-medlemmer i 2002. Det var heller ingen forskjell i bruk av bilbelte mellom de to gruppene i 2002. I 2000 var medlemmene derimot "flinkere" enn ikke-medlemmene med hensyn til fart og beltebruk. Spørsmålet er om dette skyldtes skjev rekruttering til Bilist2000 eller en kortsiktig påvirkning av medlemmene mens kampanjen var på det mest aktive. For å svare på dette spørsmålet kan vi sammenligne beltebruk og fart, som var fokusert i Bilist2000, med andre handlinger i trafikken som ikke var behandlet av kampanjen.

Tabell 3.4: Medlemmer og ikke-medlemmer etter refleksbruk, hjelmbruk og lysbruk på sykkel. Andel som alltid bruker, 2000 og 2002. Prosent

	2000		2002	
	Medlem (N=81)	Ikke medlem (N=1090)	Medlem (N=122)	Ikke medlem (N=1423)
Refleks på ubelyst veg i mørket	54	42	51	34
Hjelm på sykkel	30	22	33	19
Lys på sykkel i mørket	48	35	54	40

Forskjellene mellom medlemmer og ikke-medlemmer er alle signifikante på 0,05 nivå. Kilde: TØI rapport 661/2003

Tabell 3.4 viser at medlemmene i større grad enn ikke-medlemmene brukte refleks, hjelm ved sykling og lys på sykkel i mørket. Tilsvarende forskjeller fantes også i 2002. Dette støtter hypotesen om at medlemmene er rekruttert blant folk som i utgangspunktet er orientert mot trafikksikkerhet. En liten hake med denne fortolkningen er imidlertid at for beltebruk og fart (se Tabell 3.3, Figur 3.2 og Figur 3.3), er forskjellene mellom medlemmer og ikke-medlemmer stort sett blitt borte, fordi medlemmene er blitt mer lik ikke-medlemmene. Dette kan tolkes som at forskjellene mellom medlemmer og ikke-medlemmer høsten 2000 skyldtes en kortsiktig påvirkning på medlemmene fra Bilist2000, en påvirkning som falt bort seinere da Bilist2000 ble mindre aktiv. Dersom dette er tilfelle, skulle medlemmene i større grad enn ikke-medlemmene høsten 2000 rapportere om høyere beltebruk og lavere fart siste år.

Tabell 3.5: Medlemmer og ikke-medlemmer etter andel som oppgir å ha endret atferd siste år, 2000. Prosent

	2000	
	Medlem (N=81)	Ikke medlem (N=1090)
Kjører saktere i 50-sone nå	18	12
Kjører saktere i 80-sone nå	12	11
Bruker belte oftere nå	5	7

Forskjellene mellom medlemmer og ikke-medlemmer er ikke signifikante på 0,05 nivå. Kilde: TØI rapport 661/2003

Tabell 3.5 viser riktignok en liten forskjell mellom medlemmer og ikke-medlemmer i forventet retning for fart i 50-sone, men forskjellen er ikke statistisk signifikant. For kjøring i 80-sone er det minimal forskjell i samme retning, og for beltebruk er det minimal forskjell i motsatt retning. Totalt sett tyder den egenrapporterte atferdsendringen ikke på noen vesentlig virkning av Bilist2000 på medlemmenes atferd høsten 2002.



Siden medlemmer oppgir sikrere atferd enn ikke-medlemmer også på temaer som ikke ble fokusert av Bilist2000, og medlemmene selv ikke rapporterer større bedring i fart og beltebruk enn ikke-medlemmer, synes det mest rimelig å anta at forskjellen i beltebruk og fart mellom medlemmer og ikke-medlemmer høsten 2000 først og fremst skyldes skjev rekruttering, dvs at allerede trafikksikkerhetsorienterte bilister i stor grad ble rekruttert til Bilist2000, heller enn en kortsiktig virkning på medlemmene.

En påstand som er blitt fremmet av noen av de som står bak kampanjen er at kampanjen først trakk til seg de frelste, for så å ha trukket til seg medlemmer som i utgangspunktet i mindre grad var motiverte til trafikksikker atferd. Dette kunne forklare at en eventuell effekt av kampanjen er blitt borte i 2002. Et problem med denne forklaringen er likevel at medlemmenes *andel av de spurte* kun har økt med 1 prosentpoeng (dvs 20 respondenter) fra okt/nov 2000 til høsten 2002. En så liten økning kan ikke ha medført en så stor endring av de intervjuede utvalgene som skal til for å skape den observerte økningen i fartsovertredere.

Det at vi i 2002 ikke finner noen forskjell mellom medlemmer og de andre, gjør at vi kan konkludere med at kampanjen **ikke har hatt noen langvarig effekt** på medlemmenes egenrapporterte bruk av bilbelte og valg av hastighet. Verken den første hypotesen eller den andre hypotesen om virkning av Bilist2000, jfr. avsnitt 3.1, får altså støtte fra undersøkelsesresultatene.

### 3.7.2 Færre ulykker og skader?

Siden det ikke har vært mulig å påvise noen langvarig virkning av Bilist2000 på de to typene atferd, beltebruk og fart, som den fokuserte på, er det liten grunn til å tro at Bilist2000 har hatt noen langvarig virkning på trafikkulykkene eller trafikkskadene i Norge.

Hvis man tross forskjeller i sikkerhetsorientering (tabell 3.4) og tross manglende forskjeller i egenrapportert endring av fart og beltebruk (tabell 3.5), vil velge å tolke forskjellene i beltebruk og fart høsten 2000 som en kortsiktig virkning av Bilist2000, blir spørsmålet om en slik virkning kan ha ført til reduksjon i ulykker og skader. Som vist i Tabell 3.1 var det høsten 2000 cirka 4 prosent av landets bilister som var medlem i Bilist2000. De forskjellene som ble påvist mellom medlemmer og ikke-medlemmer i fart og beltebruk høsten 2000 var såpass små (Tabell 3.3, Figur 3.2, Figur 3.3) at slike endringer blant 4 prosent av bilistene i noen måneder knapt kan ha ført til påviselig reduksjon i ulykkes- eller skadetall.

## 3.8 Oppsummering

Høsten 2000, da Bilist2000 var svært aktiv, oppgav 43 prosent av bilistene at de hadde hørt om Bilist2000. Høsten 2002, da kampanjen ikke hadde hatt særlig aktivitet på minst et år, oppgav fremdeles en tredjedel av bilistene at de hadde hørt om Bilist2000. Dette kan sies å være rimelig bra. Antall medlemmer i Bilist2000 svarte til målsettingen så lenge kampanjen var aktiv.

Sammenlignet med 2000 ser vi at medlemmene i aksjonen i 2002 i større grad oppgir å bryte fartsgrensene, mens de som ikke er medlemmer i større grad oppgir å bruke bilbelte. De forskjellene som eksisterte mellom de to gruppene i 2000 er derfor blitt utvisket. Dette er motsatt tendens av hva som skulle ha skjedd, dersom Bilist2000 hadde hatt langvarig, tilsiktet effekt på medlemmenes beltebruk og fart. Medlemmene oppgir både i 2000 og i 2002 i større grad enn ikke-medlemmene å bruke hjelm og lys på sykkelen og refleks på mørk veg. Dette indikerer en klarere generell trafikksikkerhetsorientering blant medlemmer i utgangpunktet, ikke som en følge av Bilist2000.

Vi kan ikke se at kampanjen har hatt noen gunstig langsiktig effekt på medlemmenes fartsvalg eller bruk av bilbelte. En eventuell kortsiktig effekt på beltebruk og fart høsten 2002 kan ikke helt utelukkes, men det synes mer rimelig å tolke medlemmenes "bedre" atferd høsten 2000 som forårsaket av skjev rekruttering til Bilist2000, dvs at de som ble vervet til kampanjen i større grad enn andre var "allerede frelste" når det gjelder trafikksikker atferd.

I og med at det ikke kan påvises noen gunstig langsiktig virkning på medlemmenes beltebruk og fart, er det lite rimelig å anta Bilist2000 har bidratt til noen langsiktig reduksjon av trafikkulykker og trafikkskader. En eventuell kortsiktig virkning på medlemmenes beltebruk og fart kan heller ikke ha ført til vesentlig reduksjon i ulykker eller skader.

Totalt sett tyder undersøkelsen på at Bilist2000 har klart å vekke oppmerksomhet og rekruttere medlemmer, men i liten grad har klart å påvirke til bedre atferd i trafikken og knapt i det hele tatt til færre ulykker og skader.

## 4 Prosessen

### 4.1 Hvorfor gikk det slik?

For å kunne lære av erfaring er det viktig å vite ikke bare hvordan det gikk, men også hvorfor det gikk som det gjorde.

Det har vært mange trafiksikkerhetskampanjer i Norge, med varierende resultat. Hvordan oppsto kampanjen Bilist2000, hvordan klarte den å få støtte i næringslivet og blant politikere slik at den fikk et økonomisk grunnlag i form av løfter om bevilgninger? Hvorfor var staten villig til å bruke penger på en kampanje initiert av Bilimportørenes landsforbund? Og hvorfor ble kampanjen avsluttet etter 1 ½ år i stedet for tre år, som først planlagt, når kampanjen hadde fått støtte både i næringslivet og fra staten? Hvorfor gikk det slik? Og hva kan læres for framtida av Bilist2000? Dette er spørsmål som prosessevalueringen skal forsøke å gi svar på.

For å få svar på spørsmålene over ble nøkkelpersoner i tilknytning til Bilist2000 intervjuet om prosessen rundt arbeidet med kampanjen og dannelsen av denne.

### 4.2 Utvikling og markedsføring av ideen

#### 4.2.1 Ideen – færre trafikkdrepte med positive virkemidler

Ideen til Bilist2000 kom fra Bilimportørenes landsforbund (B.I.L.), og hadde sin bakgrunn i mange trafikkdrepte blant unge førere. Ønsket var å gjøre noe med trafikkdøden, finne en ny vinkling, bruke positive virkemidler og tusenårsskiftet som anledning til å skaffe oppmerksomhet om dette problemet.

Informasjonskampanjer er ikke nytt i trafiksikkerhetsarbeidet, men konkrete, positive virkemidler gjennom belønning i form av et lotteri, forpliktelse til fornuftig atferd gjennom kontrakt og samarbeid mellom bilbransjen og staten skilte Bilist2000 fra tidligere kampanjer.

#### 4.2.2 Markedsføring og aksept

Styret i B.I.L. godkjente bruk av overskudd fra en bilutstilling til å utvikle og markedsføre ideen. B.I.L. inviterte flere organisasjoner til samarbeid og fikk positivt svar fra NAF, KNA, MA, Norges bilbransjeforbund, Opplysningsrådet for veitrafikken, Autoriserte trafikkskolars landsforbund og Stortingets samferdselskomite, ”*hvor den vakte stor begeistring*”. I følge en av lederne av Bilist2000 ”*tenkte (vi) oss egentlig bare at kampanjen skulle holde på i ett år, men Samferdselskomiteen ba oss utvide det til 3 år*”. Initiativtakerne hadde også møte med daværende politisk ledelse i Samferdselsdepartementet og ledelsen i Vegdirektoratet, og opplevde stort sett entusiasme og støtte for ideen.

Stortingsrepresentant Ola Røtvei utalte på informasjonsmøte 19.februar 1999 at han ”ville, på samferdselskomiteens vegne, stille seg positiv bak kampanjen og bidra til at den kommer opp på et nødvendig politisk nivå og at ulike politiske aktører deltar”, mens daværende politisk rådgiver i samferdselsdepartementet, Tore Killingland hilste fra samferdselsminister Odd Dørum og sa bl.a. at ”det nå nærmest er et krav om at noe nytt må skje innenfor trafikksikkerhetsarbeidet.... (og) lovte å være med økonomisk gjennom vegdirektoratet og politisk gjennom departementet”. (990216initiativmøterapport)

Grunnen til at ideen fikk god respons blant politikerne, var at ”Dette prosjektet kunne fange opp yngre mennesker, og det passet inn i Stortingets arbeidsmåte. (Initiativtakeren) skjønnte Stortingets muligheter. Han bad ikke om 5 millioner, men tilbød penger og spurte om Bilist2000 kunne søke Samferdselsdepartementet eller Vegdirektoratet om penger. Han skjønnte at Bilist2000 ikke var myndighetenes ansvar.”

Samferdselskomiteen i Stortinget ga Samferdselsdepartementet såkalte ”signaler” om å støtte Bilist2000, og Bilist2000 fikk penger over Vegdirektoratets budsjett, se avsnitt 4.5.1.

I det hele tatt var det ”lett å få med folk i begynnelsen” . Politikerne syntes det var positivt å prøve noe nytt i kampen mot trafikkkulykkene: ”I den situasjonen vi er i at vi har et enormt behov for å endre atferd, så trenger vi nye virkemidler. Det er ønskelig å fremme gode ideer.” ”Ingenting skal være uprøvd (i kampen mot trafikkkulykker)”. Næringslivet og organisasjonene var også positive: ”Forsikringsselskapene var positive, i sær skadeavdelingene. Bilbransjen var positiv, og den fikk god PR. ATL var.... begeistret. NAF var med i styret fra starten.....”

Initiativtakerne opplevde å bli positivt mottatt: ”Folk flest møtte oss med entusiasme.....Vegdirektoratet ved Sjøfteland var svært begeistret.”

Det var få motforestillinger i begynnelsen, og de som var, ble antakelig ikke uttrykt særlig klart, siden Stortinget og politisk ledelse i Samferdselsdepartementet allerede hadde uttrykt støtte til ideen. Motforestillingene fantes først og fremst i det etablere trafikksikkerhetsmiljøet, dvs. administrasjonen i Vegdirektoratet og Samferdselsdepartementet og i Trygg Trafikk. To styremedlemmer uttrykte det slik: ”Internt i Vegdirektoratet var det ikke like positivt mottatt. Vegdirektoratet er generelt skeptisk til alt nytt, særlig når det er snakk om bruk av penger. Politisk ledelse i Samferdselsdepartement var positiv. Administrasjonen var skeptisk.” og: ”Trygg Trafikk var ikke så veldig entusiastisk”.

I følge vanlige regler i statsadministrasjonen kan fagfolkene ikke ta kontakt med politikerne: ”Vegdirektoratets folk kan ikke ta kontakt med statsråden, men statsråden kan ta kontakt med Vegdirektoratets folk.” Det samme gjelder for Stortinget: ”Stortingsrepresentanter kan ikke ta kontakt med fagfolkene i forvaltningen, bare med statsråden. Det blir ugreit hvis en stortingsrepresentant tar kontakt med embetsverket.” All kontakt må altså gå via statsråden, og dette begrenser naturligvis fagfolkenes mulighet for å gi råd til stortingsrepresentantene og stortingsrepresentantenes muligheter for å få råd fra fagfolk i embetsverket.

Men selv om en del fagfolk var skeptiske til kampanjen, var også de mer skeptiske positive til selve ideen. ”Ideen var god. Folkeaksjon og premiere dem som gjør

riktig, var noe nytt.....Ideen var kjempebra.” Bare én intervjuperson sier selv at han var skeptisk: ”Jeg trodde det var en flopp, men ga ikke uttrykk for det. Jeg ville gi dem en sjans....”

Initiativtakerne klarte å skape interesse og entusiasme både hos politikerne, i ledelsen i Samferdselsdepartementet og Vegdirektoratet og i næringslivet. Dessuten var selv de skeptiske velvillig innstilt til ideen om positive virkemidler, dvs. belønning og kontrakt, og var åpne til å prøve ut ideen. ”Det er viktig å teste en god ide, men kanskje i mindre målestokk” konkluderte en av de mer skeptiske i etterhånd.

Det var altså stor oppslutning om tanken om å prøve ut positive virkemidler i trafikksikkerhetsarbeidet. Politikerne ble overbevist, delvis fordi de så behovet for å gjøre noe med trafikkulykkene, delvis fordi initiativtakerne kunne tilby samarbeid også med hensyn til finansiering. Motforestillingene, som fantes hos fagfolkene i forvaltningen, ikke kom klart fram, fordi politikerne hadde støttet initiativet på et tidlig tidspunkt.

### 4.3 Målsetninger

For at en slik kampanje skal bli vellykket er det viktig å ha en klar målstruktur, med definerte, realistiske målsetninger, som deles av deltakerne. Målsetninger kan eksistere i et hierarki, med delmål som leder til hovedmål. Ofte utvikles målsetningene gjennom en prosess, hvor deltakerne i ulik grad får delta. Graden av deltakelse i målutviklingen kan ha betydning for deltakernes eierforhold til målsetningene. Ofte ser man at det defineres midler for å oppnå en gitt målsetning, og at disse midlene etter hvert blir mål i seg selv; det skjer en *målforskyvning*.

Når en ide til et tiltak oppstår, er det lett å være optimistisk med hensyn til virkningen av tiltaket. Det er også fristende å bruke optimistiske antakelser om virkninger for å overbevise andre om at ideen er god. Initiativtakerne til Bilist2000 antydte i begynnelsen en ”*halvering av antall drepte?*” (Bilist2000. Udatert).

Målsetningene ble utviklet gradvis med hensyn til antall medlemmer, atferd og ulykker. Framstillingen av målstrukturen i avsnitt 1.2 reflekterer ikke rekkefølgen målene ble satt i. Riktignok lå det et generelt ønske om å bidra til redusert trafikkdød til grunn for initiativet, men det var snarere slik at *midlene* til å nå målene, nemlig positive virkemidler og vinn-vinn situasjonen mellom det offentlige og næringslivet var noe av det første man bestemte seg for. Det var dette som var den bærende ideen i utgangspunktet. I et informasjonsskriv av 29.10.99 (Bilist2000, 1999) er kampanjen beskrevet som ”historiens største gratislotteri”<sup>2</sup>. Merket på bilen, og ideen om at dette skal føre til en forpliktelse er også beskrevet. Det står imidlertid ingenting om beltebruk og fartsnivåer.

Det var først seinere, da de profesjonelle trafikksikkerhetsfolkene var blitt involvert, at det ble bestemte å fokusere på beltebruk og respekt for fartsgrenser. Dette er to områder hvor det i følge faglitteraturen er stort potensial for å spare liv.

---

<sup>2</sup> Den første presseomtalen av kampanjen var imidlertid allerede 7.5 1999, da Finn Tandberg i B.I.L. ble intervjuet av Aftenposten om en kampanje som skulle få bilistene til å ”kjøre som folk”.

Ut fra dette ble det satt som mål å spare 50 menneskeliv per år, og målsetningene for atferdsendring ble satt etter dette.

Det var stort sett enighet om målet, å redusere antall trafikkdrepte, selv om trafikksikkerhetsfolkene syntes det var diffust og vel ambisiøst: *”30 – 50 prosent reduksjon. .... og jeg var skeptiske til dette. Vi fikk fokus på fart og belter... Målet var alt for ambisiøst, men jeg var enig i grunntanken.”* Generelt sett var det også enighet om midlene: *”Målet var sosial kontroll av dem som hadde merke på bilen, sosial kontroll og gode eksempler. Det var en god ide at bransjen gikk foran..... Målet var å redusere ulykker.”*

En viss målforskyvning kan nok ha forekommet, i sær ble medlemstallet et viktig mål for dem som jobbet daglig med kampanjen: *”Målsettingen var 300 000 medlemmer etter tre år.....”* svarte f.eks. en de ansatte i sekretariatet på spørsmålet om Bilist2000 hadde nådd sine målsettinger.

Målsetningen med hensyn til reduksjon i antall trafikkdrepte ble vesentlig redusert, fra antydnet halvering i innledende fase til 50 sparte liv årlig, dvs. 15-20 prosent reduksjon.

#### 4.4 Virkemidler

Som nevnt skulle det brukes positive virkemidler. Karakteristikken ”positiv” var ment i motsetning til de offisielle virkemidlene innenfor trafikksikkerhet, som ofte blir knyttet til forbud, påbud, straff, skremsler og moralisering: *”Ønsket om å bruke oppmuntrende virkemidler i stedet for pekefinger.”* Det var generelt stor enighet om bruken av positive virkemidler. Uenigheten dreide seg mer om den faktiske utformingen: *”Markedsføringen fokuserte ikke på trafikksikkerhet, men på bilgevinster. Trafikksikkerhet var fraværende i kommunikasjonen. Jeg fikk mange reaksjoner på dette internt.... Budskapet om sikkerhet kom i bakgrunnen.... Dette ble en spiker i likkista.”* - *”Bilist2000 utviklet seg til å bli mer en reklamejippo snarere enn en seriøs kampanje.”*

Den daglige ledelsen så dette som to trinn i prosessen: *”Først måtte vi sette fokus på showet, så kom det faglige.”* - *”.....statens representanter mista interessen. Det ble for mye belønning og sirkus – pes på gevinster. Det er en fin balanse – mye sirkus rundt bilene som ble trukket, men ellers mye trafikksikkerhet i kommunikasjonen til medlemmene. Statens representanter var redde for sirkus. Det var uenighet om trafikksikkerhet og PR. Men vi har sett skremselspropaganda i mange år. Det er verdt å prøve noe annet.”*

Det var generell enighet om bruk av positive virkemidler, men i det daglige arbeidet kom motsetninger fram mellom styret og sekretariatet. Disse motsetningene gjaldt spesielt vektlegging av oppmerksomhet og medlemsverving versus trafikksikkerhet.

## 4.5 Finansiering, planlegging og budsjett

### 4.5.1 Finansiering

I utgangspunktet skulle Bilist2000 være næringslivets bidrag til trafikksikkerhetsarbeidet, men det ble utviklet til en ide om samarbeid mellom næringslivet og staten. Som nevnt ble Bilist2000 lovet bevilgning fra staten. Kampanjen fikk 1 million til forberedelser i revidert statsbudsjett for 1999, og løfter om 5 millioner kroner per år i tre år, dvs. 2000, 2001 og 2002. Disse pengene skulle bevilges over Vegdirektoratets budsjett. Forutsetningen var at staten ved Vegdirektoratet skulle yte 40 prosent og næringslivet skulle yte 60 prosent av budsjettet til Bilist2000. "Naturalier" som annonseplass, biler og andre lotterigevinster etc. skulle ikke regnes med i næringslivets andel.

Da det ble nedgangstider i næringslivet høsten 2001, hadde næringslivet vanskelig for å holde sin del av budsjettet: *"B.I.L. solgte mindre biler, og måtte dekke andre aktiviteter med penger fra fondet. Styret i B.I.L. ga melding om at de trakk pengene."* - *"Oljebransjen mistet entusiasmen, deretter forsikring. Da falt store aktører bort. Vi (Vegdirektoratet) holdt likevel på våre 40 prosent. Dette var skriftlig nedfelt i brev. Det var enighet om dette, og det var også enighet om hvordan de 40 prosent skulle beregnes."*

Nedgangstida etter 11. september 2001 forsterket problemene med finansiering, og Vegdirektoratet sto på sin avtale om 40 prosent finansiering. Ble det mindre penger fra næringslivet, måtte det bli tilsvarende mindre fra Vegdirektoratet.

### 4.5.2 Planlegging og budsjett

Det ble lagt planer og satt opp budsjett, men var de realistiske og ble de fulgt opp?

*"Budsjettene ble lagt og revidert i samråd med styret. Men ingen hadde erfaring med denne type arbeid"* sa en av de ansatte i sekretariatet. *"Styret klarte aldri å påvirke budsjettet. Inntektssida var sterkt overvurdert og utgiftssida sterkt undervurdert."* sa en representant for staten i styret. Her viser motsetningene seg tydelig: *"Planer og budsjetter ble fulgt opp etter beste evne. I ettertid kan man se at ting skulle vært gjort annerledes. ....Et hvert budsjett ble enstemmig vedtatt. De skeptiske burde ha protestert kraftigere."*

- *"Vi fikk gjennom forslag i møtene, men vedtak i arbeidsutvalget ble ikke respektert. ...."* - *"Det var klare planer, ja, men voldsomme og urealistiske planer. Urealistisk oppfatning av hvor lett pengene satt. ....Vi var litt naive i styret. Vi skulle ha kommet med motforestillinger tidligere."*

Motsetningene ble skarpere etter hvert, og i januar 2001 fattet styret et vedtak om å bringe orden i økonomien og at ingen nye tiltak skulle igangsettes uten økonomisk grunnlag. Etter sommeren 2001 ble det foreslått å bringe Bilist2000 til skifteretten, og i oktober 2001 ble avvikling vedtatt. Avviklingen ble gjennomført i 2002, ved at Bilist2000 formelt ble overtatt av Kuben-prosjekt. Dermed var Bilist2000 i praksis opphørt, selv om den formelt sett eksisterer fortsatt.

Det var enighet om at planer og budsjett var utarbeidet. Motsetningene mellom trafikksikkerhetsfolkene og kampanjeledelsen oppsto i vurdering av budsjettene, i pengebruken og i økonomistyringen generelt.

## 4.6 Organisering, gjennomføring og samarbeid

### 4.6.1 Stiftelse, styre og arbeidsutvalg

Organiseringen fram til starten av selve kampanjen er beskrevet i avsnitt 1.2.2 1.2.2. Men det var fortsatt diskusjon om organiseringen: *”Det var naturlig at de største bidragsyterne kom med i styret, Vegdirektoratet, bilimportørene, NAF, Trygg Trafikk.... Det var diskusjon om sekretariatet skulle ligge et annet sted enn i Take-off.”* - *”Det begynte med et stort møte. Bilbransjen sa at Vegdirektoratet og Trygg Trafikk måtte være med i arbeidsutvalget (AU). Styret var en stor gjeng.”*

### 4.6.2 Sekretariat og daglig ledelse

Etter at kampanjen kom i gang, var det sekretariatet som utførte det daglige arbeidet. Det var ulike synspunkter på hvordan det daglige arbeidet skulle organiseres, og flere syntes at sekretariatet var dyrt: *” (initiativtakerne) bestemte at Take-off skulle være sekretariatet.”* - *”Jeg hadde nok heller valgt inn fagfolk fra trafikksikkerhet til den daglige driften, og heller kjøpt markedsføringstjenester. Det hadde vært rimeligere.”* - *”Sekretariatet skulle hatt fagfolk på trafikksikkerhet. Folkene i sekretariatet var litt naive på å selge trafikksikkerhet. Du skal være en god selger for å selge et budskap folk ikke vil ha, f.eks respekt for fartsgrensene.”* - *”I ettertid ser vi at sekretariatet burde vært lagt et annet sted.... Det var jo et reklamebyrå som drev prosjektet. Det brukte 3-4 millioner i året på sekretariatet. Det var litt i dyreste laget. Både timetallet og prisen var høy, men de jobbet nok for penga.”*

Derimot var det ingen som hadde noe å si på arbeidsinnsatsen og markedsføringskompetansen: *”Ikke noe å si på motivasjonen.”* - *”Sekretariatet hadde bra og sterk motivasjon..... Sekretariatet var sikkert flinke med kommunikasjon, men hadde ikke erfaring med TS.”* - *”Heller overmotivert.....Reklamearbeidet ble godt gjort.”* - *”Sekretariatets motivasjon for å drive kampanjen var veldig bra, nesten helt til slutt. Jeg hadde ikke lyst til å gi opp. Det var stor motivasjon fram til seinsommeren 2001.”* - *”Sekretariatets motivasjon var formidabel. De la ned mye gratis arbeid.”* På dette punktet var det altså enighet, mens tidsperspektivene var forskjellige: *”Sekretariatet tok dagligdagse beslutninger, men vi hadde jevnlig kontakt med styreleder. Større ting ble presentert for AU og styret. Ting gikk litt for fort unna for noen. XX fikk hakaslepp når det gikk unna. Han snakket om 10-årsplaner. Vi skulle ha kampanje over 3 år. Vi hadde ingen erfaring å bygge på og måtte ta beslutninger rimelig kjapt”*

Ingen stiller spørsmål ved sekretariatets motivasjon og arbeidsinnsats, men trafikksikkerhetsfolkene synes sekretariatet var dyrt og hadde for lite kompetanse på trafikksikkerhet. De opplevde imidlertid at valget av sekretariat avgjort på



forhånd. De som arbeidet i sekretariatet syntes selv de jobbet mye, og at trafikksikkerhetsfolkene var lite fleksible.

I ettertid er det rimelig å stille spørsmål om sekretariatet burde ha ligget et annet sted. – Eller burde i det minste valget av sekretariat vært åpent fra starten og styrets avgjørelse? Erfaringene tyder på at markedsføringskompetanse alene ikke er nok for å nå samfunnsmessige mål, og at trafikksikkerhetskompetanse også burde ha inngått i sekretariatet. Motsetningene mellom trafikksikkerhetsfolk som er vant til statlige arbeidsformer og reklamefolk burde kanskje også vært forutsett, og løst eller redusert ved diskusjoner på forhånd.

#### 4.6.3 Samarbeid

Et hovedpoeng med Bilist2000 var samarbeid mellom næringslivet og staten. Politikerne hadde liten føling med det daglige samarbeidet: *”Jeg har ingen mening om samarbeidet innad i Bilist2000. Samarbeidet med samferdselskomiteen var greit.”* - *”Å gå inn i et slikt spleiselag er bare positivt, men man må vite hva man gjør. Man må kunne godta at det er en del motsetninger.. .....Når det er åpenbart at ting ikke virker, må man stoppe bevilgningene.”*

Men hvordan gikk samarbeidet i praksis? Var det lett å få tilsamarbeid mellom staten og næringslivet? De ansatte i sekretariatet syntes trafikksikkerhetsfolkene var skeptiske: *”Det var to leire fra dag 1. ....Trygg Trafikk var redd for konkurranse i stedet for å se Bilist2000 som et supplement.”*

*”Jeg satt med en følelse av at ”proffene” var skeptiske. Dette hang sammen med økonomien. De så vel at vi ikke klarte å skaffe de midlene vi trengte. Vi fikk kritikk for at vi var for optimistiske. I ettertid kan vi se at vi var det.”*

Trafikksikkerhetsfolkene mente at *”Samarbeidsforholdene var bra i begynnelsen, men ble dårligere. Sekretariatet hørte ikke på styret,.... Det var snakk om at Vegdirektoratet skulle trekke seg ut tidligere, men XX syntes vi skulle gi Bilist2000 en sjanse til. ....Kommunesatsinga ga ..... problem. Bilist2000 dreide fokus bort fra næringslivet. ....dette var satsing uten styrebehandling. Egenrådig sekretariat var et problem.”*

*”Samarbeidet var utmerket til å begynne med, men etter hvert så sekretariatet bort fra de vedtak som ble fattet i styret. Vegdirektoratet frarådet videre støtte på grunn av fravær av økonomistyring.”*

*”Samarbeidet ble dårligere etter hvert fordi sekretariatet gikk ut over sine fullmakter. Det var ikke hyggelig for oss som hadde ansvaret.”* - *”Misnøye med økonomistyring. Det var underskudd utenfor budsjettvedtak.”*

Det var altså uenighet på flere punkter. Kampanjeledelsen oppfattet også at det var en viss redsel for konkurranse: *”Staten har sine egne kampanjer. Vi trådte inn på andres enemerker.”* - *”Det var mange parter, mange ulike interesser. Noen hegnet om sine interesser. Det ble konflikt med Trygg Trafikk etter hvert, bl.a. om russefeiringen (opplegg for russen).”*

Politikerne hadde, som rimelig kan være, liten føling med interne samarbeidsforhold i Bilist2000. Det ble tidlig en motsetning mellom trafikksikkerhetsfolkene og kampanjeledelsen. Økonomistyringen var det største problemet i samarbeidet. De statlige representantene i styret følte ansvar for

offentlige penger, og syntes ikke sekretariatet fulgte opp styrevedtak i tilstrekkelig grad. Sekretariatet på sin side syntes de ”proffe” var for tradisjonelle, for forsiktige og redde for konkurranse.

Både arbeidsmetoder og vurderinger var så forskjellige mellom de to grupperingene at noen intervjupersoner snakker om ”kulturforskjeller”. I etterhånd er det tydelig at det burde vært brukt mer tid i forkant på å ta opp og bearbeide motsetningene mellom de to grupperingene. Dette kunne vært gjort ved å diskutere sekretariatets plassering og sammensetning, ulike former for økonomistyring og innholdet i informasjonen.

#### 4.6.4 Gjennomføring

Som nevnt var det enighet om de positive virkemidlene, men uenighet om den daglige praksisen. Medieomtale var viktig for å verve medlemmer, mens innholdet i informasjonen var viktig for å påvirke atferd. Satsingen på arbeid i kommunene var omstridt: *”Jeg var godt fornøyd med medieomtalen i starten..... Medlemstallet var bra første år, men ble dårligere etter hvert som økonomien ble dårligere ..... Det var lite fag og sak, mye jippo om biler og gevinster (i informasjonsmaterialet). Lite sikkerhet. ....Det var urealistiske forhåpninger om at kommunene kunne og ville betale for å bruke materiale fra Bilist2000.”*

*”....god omtale i P4, men tap av omtale i andre media.....Gjennomføring av aktiviteter var bra. ....Medlemstallet gikk rett i taket. Det fulgte prognosene. ....Styret var imot (kampanjen på lokalplan). ”*

*”Publisiteten var svak i forhold til det jeg er vant til. ....Det var en del ålreite ting (i informasjonsmaterialet) .....Det rant inn nye medlemmer. Jeg var fornøyd med medlemstallet.”*

*”Ikke dårlig det (medieomtalen). De som ga bort biler, sto i kø for å gjøre dette....P4 var riktig medium for dette, når jo bilistene....fikk 140 000 medlemmer til sist, ikke dårlig. Første året var det (innholdet i materialet) utmerket. Deretter mer og mer preg av jippo. ....Det ble advart sterkt i styret mot dette (kommunekampanjen), men de gjorde det likevel.”*

Igjen har kampanjeledelsen et annet syn på saken: *”Vi fikk masse medieomtale, i kundeblader f eks .....Utvikling i medlemstall gikk bra og var en god motivering. ...Snakket vi med en bilist, var det lett å få ham med....Kommunene var nærmere. 38 kommuner inngikk avtale. Vi kunne ha jobba mer med dette. ...Den (kommuneaktiviteten) var styrebehandlet, men møtte motstand fra Trygg Trafikk.”*

*”Medieomtalen var veldig bra først. ....Kommuneprosjektet ga mye omtale i lokalmedia. Utviklingen i medlemstall var helt fantastisk. ....Bilisten (medlemsbladet) ble bra til slutt... Hadde mye stoff om trafikksikkerhet..... .Vi fikk mange medlemmer på grunn av kommuneprosjektet.”*

*”Jeg er stolt av Bilisten. Den inneholdt ikke noe reklamestoff i de redaksjonelle stoffet. ....Først måtte vi sette fokus på showet, så kom det faglige... Denne satsingen (kommunekampanjen) var vellykket..... Vi håpet at vi gjennom kommunene skulle nå fram til bedriftene og deretter til enkeltpersoner.”*

Det er enighet om at medlemstallet utviklet seg bra så lenge Bilist2000 var aktiv. Derimot er det uenighet både om medieomtalen, om innholdet i informasjonsmaterialet og om kommunekampanjen.

## 4.7 Måloppnåelse

Kapittel 3 konkluderer med at Bilist2000 ikke har påvirket trafikkulykkene i vesentlig grad. Dette var imidlertid ikke kjent da intervjuene ble gjennomført. Hva mente de ulike partene om Bilist2000 klarte å nå sine mål eller ikke?

*”Jeg veit ikke.....En kampanje skal sette søkelyset på viktige tema, åpne hjerte og hjerne. Det får virkninger på sikt.”* sa en politiker.

Flertallet av trafikk sikkerhetsfolkene tror ikke på noen effekt på ulykker, men det er noe delte meninger: *”Jeg ville bli overrasket om de (Bilist2000) nådde ulykkesmålsettingen, men de nådde mål på medlemstall. ....Medlemmene kom for å få gratis bil, ikke for bedre trafikk sikkerhet.”* - *”Bilist2000 har definitivt ikke nådd sine målsettinger.”*

*”Nei, ikke på noen måte. Nådde medlemstall, men det var umulig å overføre dette til utvikling i trafikkulykker.”*

*”Jeg tror Bilist2000 har bidratt vesentlig til trafikk sikkerhet, siden det har vært synlig på veien. Selv om noen ble med for å vinne i et lotteri, så var det en del som var med av genuin interesse.”*

Kampanjeledelsen har en annen oppfatning: *”Det er umulig å si om vi nådde ulykkesreduksjon. Ulykkene gikk ned i 2001. Bilist2000 bidro til dette, tror jeg. ....Vi hadde 140 000 medlemmer etter halvgått tid.”* - *”Ser stadig mange biler med merke på bakruta. De lar seg nok påvirke fortsatt. Jeg tror at samvittigheten din eksisterer så lenge merket sitter der. ....vi sitter på en medlemsmasse på 140 000, og det er bra.”* - *”Målene skulle vært nådd etter tre år. Vi fikk ikke tre år.... Vi hadde stort medlemstall.”*

Også med hensyn til måloppnåelse er det delte meninger. Hvordan det ville ha gått med ulykkesutviklingen hvis Bilist2000 hadde pågått i tre år som planlagt, er naturligvis umulig å vite.

## 4.8 Erfaringer

Hvilke erfaringer og lærdommer kan trekkes? Kampanjeledelsen mener at: *”Det er store kulturforskjeller.....Reklamebransjen er løsningsorientert og vil ha action i dag. Det offentlige har ikke sånt hastverk og er ikke så fleksible. ....Organisasjonsrøtter og arbeidsmetoder er også så forskjellige. Det er veldig vanskelig å få til samarbeid....Trafikk sikkerhetsmiljøet i Norge trenger nye aktører. Trygg Trafikk har godt av konkurranse.”* - *”...positiv erfaring at mange liker ideen om å inngå en avtale og at de følte at de gjorde noe.”*

Og trafikk sikkerhetsfolkene gjorde også erfaringer: *”Avtalefeste skikkelig og formelt. Mye sterkere økonomisk styring. ....Jeg vil ikke avskrive ....folk med gode ideer, men sikre bedre styring med bruk av midlene.”* - *”Brukte ikke nok tid til å planlegge. Alt for mye ble til underveis”* - *”Samarbeid. Starte på en annen*

*måte. Det må være fellesskap. Begge parter må lytte.” ”Organisatorisk kan vi lære at det går an for mange ulike organisasjoner å samarbeide. Man må trekke inn partene tidlig for å skape eierforhold.”* Selv om trafikksikkerhetsfolkene som vist i avsnitt 4.6 var kritisk til arbeidsmåten, avviser de altså ikke mulighetene for samarbeid.

Intervjupersonene velger å trekke fram erfaringene som gjelder organisering og samarbeid. Ingen sier noe generelt om kampanjer som trafikksikkerhetstiltak eller bruk av positive virkemidler.

Med såpass mye ressurser som ble brukt i Bilist2000 er det rimelig å stille spørsmål om bedre resultater kunne vært oppnådd med annen bruk av ressursene: *”Kunne jo alltid brukt dem på det (fysiske tiltak), men vi kan jo ikke legge alle penga i fysiske tiltak. Vi må akseptere at ikke all statlig aktivitet gir målbare resultater.”* sa en av politikerne, mens de fleste trafikksikkerhetsfolkene har forslag til alternativ anvendelse: *”Helt klart. Penger til UP til fartskontroll. ...bilbeltekontroller, skaffet inntekter til staten, økt beltebruken og bedret sikkerheten.”* - *”Kunne ha gjort mye for 20 millioner.”* - *”Det ble totalt brukt 25 millioner kroner. Det (alternativ anvendelse) vet vi ikke noe om.”*

Kampanjeledelsen synes *”... at samfunnet har fått mye igjen. Jeg mener å kunne dokumentere en kampanjeverdi på 30-40 millioner kr for 4 millioner fra staten.”* - *”Kanskje. Vi hadde ingen erfaring og måtte prøve oss fram.”*

Her er alle nyanser fra at det hadde vært klart bedre å bruke pengene på andre tiltak til at samfunnet har fått mye igjen for pengene. Skillet mellom trafikksikkerhetsfolkene og kampanjeledelsen er ikke så klart som på andre spørsmål, men tendensen er den samme.

#### **4.8.1 Kunne resultatet blitt annerledes?**

Et viktig spørsmål for eventuelle framtidige tilsvarende kampanjer, er om det selve tiltaket, dvs. en kampanje, det var noe feil med, eller om det var organisering i akkurat denne kampanjen som var feil. Selv de skeptiske trafikksikkerhetsfolkene mente at *”Det kunne ha gått bra. .... Vi burde hatt mer informasjon om medlemme faktisk brukte belter og respekterte fartsgrensene. ....Det må være mulig å følge opp om medlemmene holder kontrakten”* - *”Ja, med mer profft sekretariat.”* - *”Ja, hvis økonomistyringen hadde vært bedre.”* - *”Hvis de hadde åpnet med at alle hadde fått være med å utvikle prosjektet.”*

Og her er kampanjeledelsen enig: *”Med positivt styre kunne vi ha brukt energi på trafikksikkerhetsarbeidet..... Det er paradoksalt at politikerne ba oss holde på i tre år, og så kutter staten bevilgningene etter to år.”* - *”Hvis vi hadde fått penger til å gå oss til, hadde dette gått bra.”*

Begge parter mener at Bilist2000 kunne ha gått bra. Ingen sier at det er kampanjen som sådan som er feil. Begge parter ser organiseringen som problemet, men er uenige om årsakene til det.

## 4.9 Vurdering

Det var stor enighet om at bruk av positive virkemidler var en god ide. Dessuten var det stor oppslutning om å prøve noe nytt. Det er umulig å si hvor stor betydning den svært ambisiøse tidlige målsetningen om halvering av antall drepte i trafikken hadde for oppslutningen.

Bare én person uttrykker i etterhånd skepsis til selve ideen, og selv han sier at ideen burde få en sjanse. Men som en annen sier, kunne den kanskje vært utprøvd i litt mindre skala først. Fordi politikerne hadde forpliktet seg til støtte på et tidlig tidspunkt, var det vanskelig for fagfolkene å gå ut med motforestillinger. Dermed ble det også vanskelig å ta hensyn til motforestillingene i det videre opplegget av Bilist2000.

Et vesentlig problem var den svake kontrollen av overholdelse av kontrakten – brukte medlemmene belter og viste de respekt for fartsgrensene? Det eneste som ble kontrollert, var at vinnerne av månedens bil hadde klistremerke på bilen sin. Skulle opplegget ha rimelig sjanse til å virke, måtte det også vært kontroll av at de som vant, faktisk brukte belte og ”viste respekt for” fartsgrensene. Hvordan dette skulle ha foregått, er imidlertid ikke så lett å peke på.

Det var også enighet om at det var stor innsats i kampanjeledelse og sekretariat, og om at det tidlig var en motsetning mellom ”trafikksikkerhetsfolkene” og kampanjeledelsen. Begge parter snakker om ”vi” og ”de”, et uformelt, men klart skille mellom næringslivets representanter og kampanjeledelsen på den ene siden og statens representanter og trafikksikkerhetsfolkene på den annen. Naturlig nok var de to grupperingene ikke enige om hva denne motsetningen bunnet i. Kampanjeledelsen mente at trafikksikkerhetsfolkene var lite lojale mot Bilist2000 og var for byråkratiske, men trafikksikkerhetsfolkene syntes daglig ledelse var lite lojal mot styrets beslutninger. Videre var det uenighet om bruk av penger, om innholdet i informasjonen som ble sendt ut, medieomtalen og måloppnåelsen. Det var økonomistyringen som til slutt fikk Vegvesenets representanter til å stoppe bevilgningene fra staten.

Det er umulig å si noe om hvilke resultater Bilist2000 kunne ha fått, dersom den hadde fått de opprinnelig planlagte midler fra næringslivet og staten, og dermed hadde holdt på i tre år som planlagt.

## 5 Diskusjon og konklusjon

Kapittel 3 konkluderer med at Bilist2000 klarte å vekke oppmerksomhet og rekruttere medlemmer, men i liten grad klarte å påvirke til bedre atferd i trafikken og knapt i det hele tatt til færre ulykker og skader. I kapittel 4 forklares opphøret av aktivitetene i Bilist2000 før det var planlagt, med sviktende økonomistyring og forskjellige arbeidsmåter i reklamebransjen og statlig virksomhet.

Var dette noe som kunne vært forutsagt på forhånd?

Informasjonskampanjer er ikke nytt i trafiksikkerhetsarbeidet. I Trafiksikkerhetshåndbok skriver Elvik, Mysen og Vaa (1997): ”..det er mulig å redusere antall ulykker med informasjonskampanjer. En forutsetning for å oppnå dette er at omfanget av farlig atferd reduseres. For å oppnå dette er det trolig gunstig å kombinere kampanjer med økt politikontroll og angi klart i kampanjen hvilke atferdsendringer man ønsker å oppnå.”

Dette var kjent da Bilist2000 startet, og antakelig er fokuseringen på beltebruk og respekt for fartsgrensene hentet nettopp fra Trafiksikkerhetshåndbok. I stedet for politikontroll skulle Bilist2000 bruke positive virkemidler. Belønning av riktig atferd og forpliktelse til slik atferd ved kontrakt, er i liten grad prøvd ut i trafiksikkerhetsarbeidet. Det var derfor vanskelig å forutsi hvordan dette ville gå. Det er også vanskelig å argumentere mot å prøve ut nye ideer, men det kan argumenteres for å prøve ut nye ideer i begrenset skala for å vinne erfaring før det settes inn for store ressurser. Men utprøving tar tid, og er det sterk tro på en ny ide, kan det synes som bortkastet tid å prøve den ut i begrenset omfang. Mens utprøving pågår, dør folk i trafikken, kan det hevdes.

Det kan ikke konkluderes med at bruk av belønning og kontrakt ikke virker i trafiksikkerhetsarbeidet, ut fra ett forsøk. Derimot synes det rimelig å anta at belønningen må knyttes sterkere til riktig atferd enn det som ble gjort i Bilist2000, for at belønning skal virke. Dette kan være vanskelig i praksis, men bør nok være en forutsetning ved ny utprøving av belønning som virkemiddel i trafiksikkerhetsarbeidet.

En annen forutsetning for at en kampanje skal lykkes, er at kampanjeaktivitetene faktisk blir gjennomført. Som beskrevet i kapittel 4, stoppet aktivitetene i Bilist2000 opp etter cirka halvparten av den planlagte perioden. Det er derfor heller ikke rimelig å forvente at kampanjen skulle nå de målsetninger som var satt for tre års kampanjeaktiviteter.

På grunnlag av den foreliggende undersøkelsen kan det ikke konkluderes med at samarbeid mellom offentlige etater og næringslivet er umulig i trafiksikkerhetsarbeid. Mulige forskjeller i arbeidsform bør imidlertid diskuteres så tidlig som mulig. Erfaringene fra Bilist2000 tilsier også at eventuelle motforestillinger bør få komme fram, slik at de kan bearbeides og tas hensyn til. Dette kan både gi viktige justeringer av opplegget og skape eierforhold til tiltaket hos alle samarbeidende parter.

Utprøving av kampanjen i mindre målestokk ville antakelig også ha avdekket de problemene som gjorde at Bilist2000 ble stoppet, og kunne derfor også ha bidratt til løsning av disse problemene før en gjennomføring på landsbasis. Ved utprøving av ideen i mindre skala, kunne antakelig justeringer lettere vært gjennomført underveis, slik at tiltaket kunne ha pågått i hele den perioden som var planlagt.

Selv om fagfolk i stor grad vet hva som bør gjøres for å redusere trafikkulykkene, se f.eks. "Bedre trafiksikkerhet i Norge" (Elvik 1999) vil det alltid være behov for ideer til nye tiltak. En hovedlærdom fra Bilist2000 er at slike ideer bør prøves ut i begrenset skala før de iverksettes i fullt omfang. Inntil de nye tiltakene har vist seg effektive i kampen mot trafikkulykker, bør ressursene først og fremst brukes på tiltak med kjent, ulykkesreducerende virkning. Samtidig bør noe ressurser tillates brukt på utprøving og evaluering av gode ideer. Det vil imidlertid fortsatt være en utfordring å overbevise entusiaster om at det er fornuftig å begynne i det små. Dersom entusiastene har gode kontakter i det politiske miljø, kan begrensningene i kontaktmuligheter mellom fagfolk i embetsverket og politikere gjøre denne utfordringen større.

# Litteratur

Elvik, R., Mysen, A.B. og Vaa, T. Trafikksikkerhetskåndbok. TØI. Oslo, 1997.

Elvik, R. Bedre trafikksikkerhet i Norge". TØI-rapport 446. Oslo. 1999

Fyhri, A. Trafikantenes kunnskaper om og holdning til trafikksikkerhet – 2000. Statens vegvesen Vegdirektoratet. Transport- og trafikksikkerhetsavdelingen. Kontor for trafikkanalyse. TTS –9 – 2001.

Statens vegvesen Vegdirektoratet. Trafikantenes kunnskaper om og holdninger til trafikksikkerhet – en telefonundersøkelse utført i mai/juni 1998. Transport og trafikksikkerhetsavdeling. Kontor for trafikkanalyse. TTS 14, 1998

Statens vegvesen. Tilstandsundersøkelse nr. 1/1998 – Bruk av bilbelte. Oslo, 1998

Statens vegvesen. Tilstandsundersøkelse nr. 1/1999 – Bruk av bilbelte. Oslo, 1999

Statens vegvesen. Tilstandsundersøkelse nr. 1/2000 – Bruk av bilbelte. Oslo, 2000

Statens vegvesen. Tilstandsundersøkelse nr. 1/2001 – Bruk av bilbelte. Oslo, 2001

Statens vegvesen. Tilstandsundersøkelse nr 9/2001. Oslo 2001.

Statens vegvesen. Tilstandsundersøkelse nr. 1/2002 – Bruk av bilbelte. Oslo, 2002

TØI. Arb.dok SM/1205/2000. Assum, T. Bilist2000

Resultater fra meningsmåling september 2000. 6. oktober 2000

TØI. Arb.dok. SM/1249/2001. Assum, T. Evaluering av Bilist 2000 –

Tilstandsrapportering. Kunnskap, holdninger og atferd i trafikken – 2000. 20. mars 2001

TØI. Arb.dok. SM/1263/2001. Fyhri, A. Trafikantenes kunnskaper om og holdninger til trafikksikkerhet. 31.05.2001

TØI. Arb.dok. SM/1460/2003. Fyhri, A. Trafikantenes kunnskaper om og holdninger til trafikksikkerhet i 2002. Arbeidsdokument 06.01.2003. TØI





## **VEDLEGG**

## Vedlegg 1: Personer intervjuet og kontaktet

Navn	Rolle i Bilist 2000	Etat / Firma
Finn H Amundsen	Styremedlem og medlem av arbeidsutvalg	Vegdirektoratet
Leif A Ellevset	Styremedlem og medlem av arbeidsutvalg	Trygg Trafikk
Eirin Faldet	Stortingsrepresentant, Samferdselskomiteen	Stortinget
Steinar Gullvåg	Styremedlem	Vegdirektoratet
Terje Moe Gustavsen	Samferdselsminister, behandlet budsjett	Tidl. Samferdselsdepartementet
Sverre Myrli	Stortingsrepresentant	Tidligere Stortinget. Kontakt per telefon
Nina Viola Måkestad	Ansatt i sekretariatet, prosjektleder for kampanjen	Tidl. Take off reklamebyrå
Leif N Olsen	Styremedlem	Autoriserte Trafikkskolars Landsforbund
Anita Skauge	Kontorleder	Tidligere Samferdselsdepartementet, kontakt per e-post
Bjørn Kåre Steinset	Leder for kontoret som finansierte Bilist2000	Vegdirektoratet
Finn Tandberg	Styreleder og initiativtager	Norske Bilimportørers Landsforbund
Tore Vaaje	Styremedlem og medlem av arbeidsutvalg	GjensidigeNor
Per Winterstad	Daglig leder for kampanjen og initiativtager	Tidl. Take off reklamebyrå

## Vedlegg 2: Intervjuguide

O-2544 Bilist2000 18. mars 2003 . Intervjuere:

### Bilist2000 – Intervjuguide

#### Innhold i intervjuet

1. Person og rolle
2. Mål
3. Ideutvikling og planlegging
4. Organisering
5. Resultater

#### 1 Person og rolle

Navn

Stilling

Organisasjon

Intervjudato

Din rolle i Bilist2000 (andel stilling/tid brukt, tid nok, frihet til å styre kampanjen?)

Når kom du med i Bilist2000?

Har du vært med siden?

## 2. Mål

Hva var etter din oppfatning det opprinnelige målet med Bilist2000?

(Hvis andre mål enn reduksjon i skadde og drepte nevnes, spør etter ulykkesreduksjon som mål)

Var målet klart og presist formulert?

Var det enighet om målet innen organisasjonen?

Var du enig i dette målet?

Ble målet endret underveis?

## 3. Ideutvikling og planlegging

Hvordan oppsto ideen til Bilist2000? (Hvem?)

Hvem tok initiativ til realisering?

Var det lett eller vanskelig å få med andre?

Lett, hvorfor?

Vanskelig, hvorfor?

Hvordan ble ideen mottatt av ulike parter i begynnelsen?

Hvordan opplevde du selv ideen i begynnelsen?

Kom litt inn på entusiasmen og stå-på viljen som syntes å være tilstede i kampanjeteamet – hvordan oppsto og vedvarte denne?

Var det et teoretisk eller prinsipielt grunnlag for Bilist2000?

Nei

Ja, hvilket?

Bilist2000 ble presentert som en "vinn-vinn" situasjon. Vil du si at det var riktig? Dvs at alle parter tjener – samfunnet: ulykkesreduksjon; bilisten: vinne bil, de kommersielle deltagerne kan tjene penger (gjennom PR og billig markedsføring?)

(Sensitivt spørsmål) Tok dere kontakt med noen fagmiljøer på forhånd?

Nei, hvorfor ikke?

Ja, hvilke?

Staten ved Vegdirektoratet ble en viktig partner i Bilist2000. Hvordan klarte man å få staten (VD) inn så sterkt fra begynnelsen?

(For VD) Hvem sto bak denne beslutningen, hvilket grunnlag for beslutningen forelå - ble aksjonen prioritert framfor andre tiltak?

- skille mellom politisk nivå, administrativt nivå og ulike deler av VD
- og hvorfor gi så mye penger til å såpass usikkert tiltak

Ble det utviklet klare og konkrete planer og budsjetter for Bilist 2000?

Var plan og budsjett realistisk?

Hvem hadde ansvaret for planleggingen og budsjett?

Ble plan og budsjett revidert underveis?

Ble planen formidlet i tilstrekkelig grad til alle involverte parter?

#### 4. Organisering

(For de som startet kampanjen): Hvordan skjedde den videre organiseringen av aksjonsgruppen - hvem bestemte hvem som skulle være med?

For de som sto for gjennomføringen av kampanjen:

Hvordan var motivasjonen til å drive kampanjen underveis?

I hvilken grad ble den påvirket av følgende forhold:

- o Økonomisk støtte fra staten og næringsliv
- o Medieomtaler (positive/negative/interesse (manglende) fra media) - manglende koordinering av utspill fra de som støttet kampanjen?
- o Utviklingen i medlemstall
- o Stillingsressurser - var tilgang på kvalifisert personell god nok?

Hvordan vurderer du innhold i informasjonsmateriellet (informasjonsblad, internett, innmeldingsblanketter), distribusjon, organisering, økonomi ?

- gjennomføring av aktiviteter?

- økonomiske bidrag?
- gjorde alle deltagere det de skulle gjøre?
- ble planer og budsjetter fulgt opp?

Kampanjen på lokalplan (dette en vesentlig del for å kunne lage en "folkeaksjon") - hvordan fungerte dette i praksis?

Oppslutning i den planlagte satsingen på kommune-Norge?

- Lite opinionspress?

## 5. Samarbeidsforhold

Hvordan var samarbeidsforholdene i begynnelsen?

...og hvordan utviklet de seg etter hvert?

Hvorfor frarådet VD videre støtte av kampanjen (dette skjedde vel i 2001)

De som trakk seg ut - hvorfor og hvordan skjedde dette?

Det skjedde forholdsvis raskt, til tross for at mange var med på å støtte aksjonen – er karakteristikkene bred, men skjør støtte riktig?

Ventet alle parter på at de andre skulle støtte aksjonen før de selv gav sin støtte? Altså ingen turde å gi garanti før andre (fortrinnsvis staten) slo til?

## 6. Resultater

Synes du at Bilist2000 har nådd sine målsettinger, f eks halvere antall drepte, antall medlemmer i aksjonen (300 000), budsjett på 30 millioner kroner?

(Hvordan ble målsetningen om en reduksjon på 50 og deretter halvering av antall drepte beregnet?)

(Hvis stor grad) Kan dette dokumenteres?

Stemmer det med opprinnelige mål?

(Hvis liten grad) Hvorfor klarte ikke aksjonen å følge opp suksessen?

Kunne Bilist2000 ha oppfylt sine mål i større grad?

Hva skulle til for at dette skulle ha blitt oppnådd?

(Hovedårsak til at kampanjen går på tomgang?)

Kan kampanjen vekkes til live igjen - og er det da nok med økonomisk støtte? Er det noe dere ville gjort annerledes?

Kan vi lære noe for framtida av Bilist2000?

Kunne ressursene vært anvendt på en annen/bedre måte for å bedre trafikksikkerheten?

Andre kommentarer?



## **Vedlegg 3: Dokumenter**

Bilist2000:

Lysark. Udatert. Antakelig fra høsten 1999.

Informasjonsskriv til mulige deltakere . 29.10.99

Arbeidsutvalgs-rapport 991229

Arbeidsutvalgs-rapport 000302

Rapport fra første informasjonsmøte om «Bilist 2000»-kampanjen tirsdag 16. februar 1999