

Utvärdering – Fysisk nudge på 4 sjukhus



Lindell, Johanna A

HRU Region Sörmland | Repslagaregatan 19, 611 88 Nyköping



Innehållsförteckning

Bakgrund, syfte och mål	2
Genomförande	2
Bild 1 – Fysisk nudge skylt 1	3
Bild 2 – Fysisk nudge skylt 2	3
Bild 3 – Fysisk nudge skylt 3	4
Bild 4 – Fysisk nudge skylt 4	4
Resultat	5
1.1 Nyköpingslasarett	6
1.2 Karsudden	6
1.3 Mälarsjukhuset	6
1.4 Kullbergska	7

Bakgrund, syfte och mål

Under våren 2023 gjorde Region Sörmland en intern kampanj för att öka det hållbara resandet bland anställda genom flera delaktiviteter. Bland annat lanserades förmånscyklar som visades upp på de olika sjukhusen och en cykeltävling anordnades för medarbetarna i samarbete med Cykelvänligast. Som en del av denna kampanj utfördes genom Rena resan projekten en fysisk nudge kampanj där fyra olika skyltar sattes upp på parkeringar och cykelställ på Sörmlands fyra sjukhus; Nyköpings lasarett, Karsudden i Katrineholm, Kullbergsska sjukhus i Katrineholm och Mälarsjukhuset i Eskilstuna.

Syftet med den fysiska nudge kampanjen var att sprida kunskap, medvetenhet och nya perspektiv för hållbart resande på ett sätt som va enkelt för folk att ta till sig. Som beskriv i Naturvårdsverkets rapport 6642 om nudging 1, kan förenklingar av information hjälpa personer att ta svåra beslut och göra det som är positivt för dem själva eller för samhället. Förenkling görs genom att presentera information som är tydlig, direkt och presenterat på ett sätt som gör det lättare för individer att ta till sig och förstå.

Skyltarna utformades på detta vis och riktade sig till anställda på Region Sörmland för att uppmuntra till hållbart resande. I längden ska delprojektet leda till att fler av region Sörmlands anställda väljer ett hållbart färdmedel i sin arbetspendling och fritid.

Av projektets delmål hade denna delaktivitet följande mål:

- Målgruppen män har fått kunskap om hållbart resande.
- 15 procent av deltagare i aktiviteter börjar resa hållbara resor

Genomförande

Skyltarna återanvändes från en tidigare nudge kampanj som gjort i Sörmland 2022 på en skola. Av de flertalet skyltar som togs fram för nudge kampanjen på skolorna, valdes fyra ut som ansågs passa den nya målgruppen i dialog med den interna miljö och klimatavdelning på Region Sörmland. De fyra skyltarna redigerades en aning av samma anledning och resulterade i följande fyra alternativ.

Bild 1 – Fysisk nudge skylt 1



Bild 2 – Fysisk nudge skylt 2



Bild 3 – Fysisk nudge skylt 3



Bild 4 – Fysisk nudge skylt 4



Alla skyltar skrevs ut i storleken 254 x 359mm och i materialet 3mm foam för att kunna tåla regn och vind då de skulle sitta uppe utomhus under mer än två veckors tid. Tre av varje skylt och fyra av skylt 4 sattes upp på varje sjukhus, alltså totalt 52 skyltar fördelat på de fyra sjukhusen. Den fjärde skylten sattes upp utanför stora cykelparkeringar

avsedda för anställda. Resterande placerades på pendlingsparkeringar runt sjukhusen som även dessa var reserverade för anställda.

Skyltarna sattes upp direkt efter avslutad cykeltävling den 2e juni 2023 och togs ner under veckan innan midsommar och ledigheterna (21-22e juni). Tanken var att sätta upp skyltarna precis innan eller under cykeltävlingen för att ge extra incitament för folk att ta steget att ge sig på utmaningen, men på grund av tidsbrist valde vi att placera ut dem direkt efter i stället och på så sätt förlänga vårens cykelkampanj ytterligare.

För att analysera resultatet av den fysiska nudge kampanjen tog vi hjälp av konsultfirman Veta AB för att göra korta stickprovsintervjuer bland anställda på de fyra sjukhusen. I bilaga 1 syns intervjufrågorna som användes för detta. Utvärderingen gjordes samma vecka som skyltarna plockades ner.

Resultat

- Totalt 197 anställda fick besvara frågor under stickprovsundersökningen på de fyra sjukhusen
- 99 (50%) av de anställda som blev tillfrågade hade sett den fysiska nudgen
- Av de som såg skyltarna var 87% positiva till skyltarna, 11% likgiltiga och endast 1% negativ.
- Vid frågan om de anställda trodde att skyltarna skulle påverka deras resvanor, svarade endast 2% ja, 3% vet ej och 95% svarade nej.

Ett sjukhus särskiljer sig lite extra i denna stickprovsundersökning och det är Mälarsjukhuset i Eskilstuna. Vid detta sjukhus hade ingen av de 20-tal som tillfrågades sett skyltarna. Kanske kan detta bero på att skyltarna dagen innan undersökningen hade blivit nerplockade till skillnad från de andra sjukhusen där skyltarna fortfarande satt kvar när undersökning pågick.

Generellt på de sjukhus där anställda hade sett skyltarna uttryckte de flesta att de tyckte det var ett bra initiativ och att skyltarna var bra och peppande. Många uttryckte även att de tyckte skyltarna var för små och diskreta. En person uttryckte att hon hade läst skyltarna först några dagar efter att hon sett dem då hon först hade trott de tillhörde soptunnorna. Vissa föreslog att de skulle sättas upp i personalrummen där de syns

bättre. Även den person som varit negativ till skyltarna var detta för att hen ansåg att skyltarna var för små. De flesta som var likgiltiga till skyltarna uttryckte att de inte trodde att skyltarna skulle göra någon skillnad.

Det är en tydlig majoritet av de anställda som inte trodde att skyltarna skulle ha någon påverkan på deras resvanor. De flesta uttryckte att anledningen till detta var att de bodde för långt bort för att cykla eller redan cyklade mycket. Även anledningar som tidsbrist, lathet, svårhet att bryta vanemönster eller att de redan samåker med kollegor dök upp som skäl till att de inte trodde de skulle börja cykla mer efter att ha sett skyltarna. Dock uppger flera av de anställda att skyltarna var tänkvärda och peppande. Ett par anställda uttrycker även att de eventuellt skulle kunna leasa en elcykel genom jobbet samt att de ska sälja bilen och köpa elcykel efter semestern.

De enda något negativa uttalande om skyltarna uttryckte att de var ”Lite beskäftiga i budskapet kanske”, att ”Några skyltar stoppar ingen från att ta bilen” och ”Tror folk är för bekväma av sig för att bry sig om några skyltar”. Men nästan alla uttryckte tvärt om positivt om skyltarna så som till exempel ”Roliga skyltar, man hajade till lite”, ”Bra, man får lite dåligt samvete” och ”Fina skyltar med tänkvärt innehåll”.

1.1 Nyköpingslasarett

- 74 tillfrågade varav 29 (39%) hade sett skyltarna
- 24 (83%) var positiva till skyltarna, 4 var likgiltiga och 1 var negativ
- Stort sjukhus med stora parkeringsytor och gångytor vilket troligen bidrog till att så få hade sett skyltarna här. Tydligt bland respondenterna här att de tyckte att skyltarna var för små.

1.2 Karsudden

- 52 tillfrågade varav 41 (79%) hade sett skyltarna
- 50 (96%) var positiva till skyltarna och 2 var likgiltiga
- Det sjukhus som hade fått störst andel som sett skyltarna, kanske för att det är ett mindre sjukhus.

1.3 Mälarsjukhuset

- 20-tal personer tillfrågades varav ingen hade sett skyltarna

- Här satt skyltarna inte upp vid tillfället då undersökningen gjordes. Dock visades bilder upp på skyltarna men dessa kändes ändå inte igen av anställda.

1.4 Kullbergiska

- 51 tillfrågade varav 29 (57%) hade sett skyltarna
- 46 (90%) var positiva till skyltarna och 5 var likgiltiga
- 1 skylt som var placerad vid entrén blev nedsliten under kampanjen. Se bild nedan.

Måluppfyllnad och reflektion

Vi förde ingen statistik på könsfördelningen av de som hade tagit del av den fysiska nudgen men med tanke på att både män och kvinnor deltog i undersökningen och vi hade en 50% grad på hur många som hade uppmärksammat skyltarna kan man anta att även målgruppen män har nåtts. Ingen tydlig skillnad mellan könen kunde påvisas enligt konsulten Veta AB. Delmålet att målgruppen män har fått kunskap om hållbart resande kan därmed anses uppfyllt i denna kampanj.

Det är svårare att utvärdera om kampanjen har lett till ökat hållbart resande. Med avseende till vad de anställda själva tror har endast 2% påverkats till att resa mer hållbart av kampanjen. Det är däremot svårt att mäta effekten av nudging kampanjer då den typen av påverkan ofta sker undermedvetet eller över lång tid. En synlighetsgrad på 50% kan anses var relativt bra med tanke på att skyltarna var både små och begränsade till antalet, större skyltar och skyltar som var placerade i till exempel personalrum skulle troligen leda till att de uppmärksammas av fler. Det är däremot intressant att det blev en så pass tydlig skillnad mellan de sjukhus som fortfarande hade skyltarna uppe under undersökningen och Mälarsjukhuset där skyltarna hade hunnit plockas ner. Trots att skyltarna endast varit nere x dag kan det eventuellt vara så att de anställda redan hade hunnit glömma bort nudgen. En större undersökning hade dock behövts för att bekräfta om så är fallet.

Generellt var detta en väldigt resurseffektiv kampanj, både räknat i nerlagd tid och pengar, med en väldigt positiv reaktion av anställda och relativt stor uppmärksammandegrad.

Bilagor

Samtliga bilagor finns i Public360 under ärendenummer RUN-HRU21-0129-45

Bilaga 1 – Cykelnudge skyltar

Bilaga 2 – Platser för utvärdering

Bilaga 3 – Intervjuunderlag

Bilaga 4 - Bilder av nudgen på plats