

TEST EN ELCYKEL PÅ DIN ARBEJDSPLADS

En guide til virksomheder som vil udlåne elcykler til medarbejderne i en kampagneperiode



1. UDGAVE

I samarbejde med



FURESØ
KOMMUNE



PORTEN TIL GRØN VÆKST

Forord

Denne guide er målrettet virksomheder, som har fokus på medarbejdernes transport til og fra arbejde og i arbejdstiden. Guiden viser jer, hvordan I kan planlægge og gennemføre et tre-ugers udlån af elcykler til interesserede medarbejdere. Formålet er, at få medarbejdere til at prøve en ny transportform og få dem til at overveje, om deres nuværende transport kan erstattes af elcyklen.

Guiden er udarbejdet af Furesø Kommune, Moving People og Gate 21 på baggrund af erfaringer fra udlån af cykler på Furesø Rådhus og projektet Test en Elcykel.

Brug for hjælp?

Kontakt programleder i Gate 21 Anna Thormann på mobil 3145 1134 eller per mail

anna.thormann@gate21.dk eller projektleder på forsøget på Furesø Rådhus Lene W. Hartmann på mobil 72164113 eller pr. mail lwh@furesoe.dk, hvis du har spørgsmål.

Indhold

| | |
|--|----|
| Gode grunde til at udlåne elcykler til medarbejderne | 3 |
| Skab en stærk cykelkultur med udlån af elcykler | 4 |
| Hvad indeholder cykelkampagnen | 4 |
| Dét koster cykelkampagnen med udlån af elcykler | 5 |
| Sådan kan din virksomhed komme i gang med at udlåne elcykler | 6 |
| Vejledning til projektlederen | 8 |
| | |
| Bilag 1: Ansøgningsskema | 15 |
| Bilag 2: Låneseddel | 17 |
| Bilag 3: Spørgeskema | 18 |

Gode grunde til at udlåne elcykler til medarbejderne

Sidder dine medarbejdere i kø i trafikken om morgenen? Og sidder de det meste af dagen på en kontorstol? Er der rift om P-pladserne på virksomheden? Hvis I på jeres virksomhed kan genkende det, så kan I hjælpe medarbejderne ud af bilkøen og over i en mere aktiv hverdag ved at udlåne elcykler i en periode.

Elcykler kan dække flere transportbehov end almindelige cykler, men de er ofte dyrere at anskaffe. Derfor ved mange ikke, hvordan elcyklen kan passe ind i deres hverdag. Giv derfor jeres medarbejdere mulighed for at lade bilen stå og prøve at cykle til og fra arbejde på en elcykel.

Og hvorfor så det? Flere forsøg har vist, at når man først har prøvet at pendle på en elcykel, så forsvinder mange af de barrierer, vi mennesker har for at ændre vores daglige vaner om transport – og det bliver pludselig meget nemmere at lade bilen stå hjemme nogle dage om ugen eller helt at droppe den.

Denne guide beskriver trin-for-trin, hvordan I som virksomhed kan gennemføre en kampagne over tre uger, hvor medarbejderne kan afprøve, hvordan en elcykel kan fungere i deres hverdag og måske kombinere cyklen med lidt træning. Og det er der mange fordele ved – både for medarbejderen og for jeres virksomhed. Det gavner nemlig både sundheden, klimaet, trængslen og kan reducere det areal, din virksomhed skal bruge på P-pladser.

Ved at teste elcykler får medarbejderne mulighed for at få mere motion ind i hverdagen, og I får som virksomhed sundere medarbejdere, hvis de fortsætter vanen med at cykle. En norsk undersøgelse viser, at elcyklen giver moderat til intensiv motion. En person, der cykler på elcykel, er i gennemsnit 8,5 gange mere aktiv end ved hvile – det tilsvarende tal for almindelig cykel er 10,9 gange. Når flere medarbejdere cykler, betyder det også statistisk set et fald i virksomhedens omkostninger til sygedage. En beregning fra Region Hovedstaden viser, at hver gang vi cykler 1.200 kilometer, så reduceres antallet af sygedage med én dag.

Men det er ikke kun medarbejdernes helbred, der får det bedre. At udlåne elcykler har også en positiv effekt på både klima og trængsel. I det danske projekt Test en Elcykel har 1.700 danskere testet elcykler i kortere perioder. 51 procent af dem, der cyklede, blev ved med at cykle en eller flere dage om ugen efter testen. Det gav varige besparelser på 286 kilo CO₂ årligt per person og reducerede trængsel, da bilkilometer blev til cykelkilometer.

Og når bilen skiftes ud med en cykel, så bliver der et mindre pres på virksomhedens parkeringspladser. Hvis I som virksomhed udlåner ti elcykler til jeres medarbejdere, som bruger dem minimum to dage om ugen, så kan virksomheden spare mindst fire parkeringspladser.

GEVINST FOR VIRKSOMHEDEN

- Sundere medarbejdere og færre sygedage
- Bæredygtighed og reduceret CO₂-udslip
- Undgå forsinkelser fra bilkøer og trængsel
- Tilfredse medarbejdere / Employer branding

GEVINST FOR MEDARBEJDERNE

- Mere sundhed, trivsel og fysisk velvære
- Et værktøj til bæredygtig livsstil
- Tidsbesparelser i hverdagen
- Forstærket medarbejdersammenhold

Skab en stærk cykelkultur med udlån af elcykler

Moving People har i samarbejde med Furesø Kommune udviklet og gennemført en cykelkampagne med udlån af elcykler på Furesø Rådhus. Med denne guide vil vi at udbrede viden og resultater til andre arbejdspladser.

At lave en cykelkampagne med udlån af elcykler betyder, at virksomheden stiller et antal elcykler til rådighed for medarbejderne i en given periode. For den enkelte medarbejder betyder tilbuddet, at det bliver tilgængeligt, overskueligt og brugervenligt at afprøve en elcykel i hverdagen.

Erfaringerne fra Furesø Rådhus er, at der er mange positive effekter ved, at medarbejderne får mulighed for at låne elcykler til deres arbejdspendling. 10 procent af medarbejderne deltog i kampagnen – heraf cirka 25 procent på egen cykel. Cirka 65 procent af cykelholdet deltog i træningsforløbet i kampagneperioden. Det gav anledning til samtaler hen over kaffemaskinen og frokostbordet om det at pendle på cykel.

Flere deltagere på oplevede et øget energiniveau i hverdagen, større kollegial samhørighed med de andre deltagere og glæde over naturoplevelser på deres vej til arbejdet, som de delte med hinanden og projektlederen.

En investering i medarbejderne

På Furesø Rådhus testede deltagerne elcykler i fire uger, eller cyklede på egne cykler. Efter testperioden fortsatte 60 procent af deltagerne fra med at cykle til arbejde, enten på nyindkøbt eller egen cykel. Af de 60 procent vil 65 procent fortsætte med at bruge cykelturen som træning.

Hvad indeholder cykelkampagnen

Cykelkampagnen i denne guide fokuserer på udlån af elcykler og har tilbud om en mindre sundhedstest kombineret med oplæg om sundhed og træning. Kampagnen er testet og udviklet som en pakkedløsning, der indeholder:

- 5-10 virksomheder aftaler, at de alle vil gennemføre en cykelkampagne. Dette sikrer gode priser på cykelleje og FTP-tests.
- Virksomhederne aftaler en rækkefølge, og cyklerne starter på en ny virksomhed hver måned.
- Cyklerne er på den enkelte virksomhed i tre uger, hvor de leveres og afhentes af cykelleverandøren. Cyklerne bestilles i "pakker" á ti cykler.
- Der opstilles en cykeludstilling én dag på virksomheden – eksempelvis ved kantinen - inden lejeperioden starter. Her præsenterer leverandøren cyklerne, og medarbejdere kan prøve en kort tur.
- Kampagnen kickstartes med udlevering af cykler og 30 minutters foredrag om træning og sundhed. Til foredraget kan alle medarbejderne på virksomheden deltage. Foredraget inspirerer til at træne på cykelturen.

- De medarbejdere, der deltager i kampagnen, kan teste deres pedalstyrke før og efter cykelperioden i en FTP-test. Virksomheden kan åbne op for, at medarbejdere også kan deltage i trænings-programmet på egen cykel.
- Løbende kommunikation til deltagerne i kampagnen.
- Afsluttende kommunikation til hele virksomheden for at fastholde cykelkultur og cykelvaner, når kampagnen er evalueret, og virksomheden har besluttet, hvordan man evt. vil arbejde for at fastholde cykelkulture

Dét koster cykelkampagnen med udlån af elcykler

Hvad koster det for medarbejderen?

Træning- og sundhedsfokus

Medarbejderne kan vælge at få en FTP-test, inden de låner cyklen og efter. På den måde får de indsigt i og motiveres af deres fysiske udvikling.

Pris: 200 kroner per FTP-test ved minimum 10 deltagere

Dette betales af medarbejderne selv, hvis de også lejer en cykel. Hvis medarbejderen alene deltager i træningsprogrammet, kan virksomheden betale som skattefrit personalegode.

Hvad er en FTP-test?

FTP-testen er et mål for, hvor kraftigt og længe, man kan træde i pedalerne. Testen anvendes indenfor cykelsporten, og her i kampagnen tager den 5 minutter på en stationær cykel med en lille måler, der kan registrere, hvor mange watt, der trædes med. Det kan anbefales, at man tager en T-shirt med til testen. målt i et konkret tal og bliver bevidst om at cyklen har en konkret sundhedseffekt, næsten uanset hvor hurtigt man cykler.

Hvad koster det for virksomheden?

Cykelleje

10 ansatte kan låne en elcykel i tre uger. Med i prisen er levering og afhentning af cyklerne, cykeludstilling på virksomheden og indstilling af cyklen til den enkelte medarbejder.

Pris:

1.100 kroner per elcykel inklusiv moms

Dette betales af virksomheden som et skattefrit personalegode.

Trænings- og sundhedsfokus

Som en kickstart på cykelkampagnen afholdes et foredrag om sundhed og træning, som inspirerer til at kombinere cykeltransport og træning. Foredraget giver instruktion i, hvordan man kan intervaltræne på cykel, og hvad en FTP-test er.

Pris: Cirka 2.500 kroner eksklusiv moms

Dette betales af virksomheden.

Samlet pris for 5-10 virksomheder ved 10 medarbejders deltagelse per virksomhed:

Cirka 15.000 kroner.

Sådan kan din virksomhed komme i gang med at udlåne elcykler

At gennemføre en cykelkampagne kræver naturligvis planlægning, koordinering og opfølgning, ikke kun internt, men også i et indledende samarbejde mellem 4-6 virksomheder i Moving People. Projektledernes interne arbejde er beskrevet i figuren på næste side. På de efterfølgende sider er der beskrevet forslag til aktiviteter og skriftlig kommunikation, som man kan hente inspiration i. Det anbefales, at udlånsperioden varer i tre uger, så den enkelte kampagnedeltager kan nå at vænne sig til, hvordan hverdagen arrangeres, når man pendler på elcykel. Kortere perioder er mulige - ved længere perioder kommer cykellejen over grænsen for det skattefrie medarbejdergode.

For at gøre det så let som muligt at gennemføre forløbet, er der her i guiden udarbejdet en beskrivelse af, hvad de enkelte aktiviteter indeholder. Numrene på beskrivelserne refererer til numrene på figuren.

KAMPAGNEFORLØB

OPGAVER INTERNT I VIRKSOMHEDEN

DIALOG MED MEDARBEJDERNE

Forberedelse af projektet

- fastlægge cykeludstilling, start, midtvejs- og afslutningsmøder og lokalebooking
- indledende aftale med cykelleverandør og træningsleverandør
- vælg tilmeldingsmetode og metode for egenbetaling

1

Projektleder udsender startmail og profilerer kampagnen på virksomhedens interne platforme

2

Cykeludstilling og - afprøvning af cykler planlægges

4

Bestille cykler og FTP-tests ud fra tilmeldinger
Lave holdinddeling på basis af tilmeldinger og ønsker

7

Eventuelt midtvejsmøde planlægges

10

Afleveringsdag planlægges og inspirationsmail med praktiske oplysninger sendes

12

Afleveringsdag planlægges og inspirationsmail med praktiske oplysninger sendes

15

Cykeldata og resultater fra spørgeskemaundersøgelse bearbejdes, og der findes et vinderhold. Evalueringsmøde planlægges.

18

Evaluer kampagnen og overvej om den skal gentages. Planlæg kommunikation af resultater.

21

3 Startmail

5 Cykeludstilling

6 Tilmelding

8 Udsende mail med praktisk info

9 Startmøde med: foredrag, holdinddeling, udlevering af cykler og FTP-test

11 Eventuelt midtvejsmøde

13 Inspirationsmail med praktiske oplysninger udsendes

14 Spørgeskema udsendes

16 Afslutningsdag: Deltagere afleverer cykler, 2. FTP-test tages, FTP-resultater og cykeldate sendes til projektlederen

17 Spørgeskema returneres

19 Invitation til evalueringsmøde

20 Evalueringsmøde og evt præmieuddeling

22 Afslutningsmail og kommunikation på interne medier om kampagnens resultater

Vejledning til projektlederen

I det følgende findes en beskrivelse af nogle af de aktiviteter og tiltag, som numrene på figuren indeholder. Tekst med kursiv er tekststykker, som projektlederen skal være særlig opmærksom på.

1. Projektlederen forbereder kampagnen

Når virksomheden har besluttet sig for at gennemføre cykelkampagnen for udlån af elcykler med tilhørende trænings- og sundhedsindsats, skal der udpeges en projektleder. Projektlederens opgave er en kommunikativ og praktisk opgave. Det er vigtigt, at der i processen udstråles engagement og begejstring, så kampagnen "smitter". Der skal lidt begejstring til for at få kollegerne til at ændre vane.

Den indledende opgave består i at danne sig et overblik over kampagnen, aftale detaljerne med cykelleverandøren og sundhedsleverandøren. Antallet af cykler og antallet af deltagere fastlægges endeligt, når medarbejderne har tilmeldt sig.

Når det er besluttet, hvornår kampagnen præcist starter og slutter, kan projektlederen gå i gang med en række praktiske tiltag for at få kampagnen til at fungere:

- Booke mødelokaler
- Lave aftaler med cykelleverandør og træningsleverandør om leje af et forventet antal cykler og et forventet antal FTP-tests. Bemærk tekst i kursiv i startmailen såfremt, der er et maksimum antal cykler i kampagnen
- Booke lokale til FTP-test
- Beslutte, hvornår cykeludstillingen skal finde sted. Cykler, der kan lejes, skal indgå i udstillingen
- Beslutte, hvornår der udsendes info om kampagnen med praktiske informationer om, hvordan man tilmelder sig, tilmeldingsfrist, og hvordan man kan betale for deltagelse i FTP-testen
- Tage stilling til, om der er konkurrence med præmier i kampagnen. Det kan sætte lidt mere skub i samtalen og engagementet, at der er en konkurrence.
- Aftale med ledelsen, om møderne kan foregå i arbejdstiden, eller udenfor arbejdstiden.

Erfaringen er, at der bør afsættes cirka 50 timer til at gennemføre kampagnen fordelt over cirka 1,5-2 måneder.

3. Startmail/info: Vil du med på cykelholdet – ansøg inden den xx.xx kl. zz

Dette er et forslag til en startmail eller info til intranettet, som projektlederen kan udsende:

Kære kollega

Kører du i bil til arbejde, og har du lyst til at komme i gang med at cykle, så er her en mulighed for at prøve en elcykel. Hører du til dem, der kun får cyklet en gang imellem, men har lyst til at komme op i gear og få trænet på turen, så er der også et godt tilbud til dig.

Test en elcykel for at prøve noget nyt!

Fra den xx.xx til den xx.xx har du mulighed for at deltage aktivt i kampagnen [indsæt virksomhedens eget navn for kampagnen]. Formålet med kampagnen er, at vi her på virksomheden gerne vil have, at flere cykler til arbejde og her kan en elcykel være en rigtig god mulighed for at komme i gang, også på de længere afstande. Det vil både give mindre klimabelastning, mindre trængsel på vejene og på vores parkeringsplads og en forbedret sundhed for dig.

Kampagnen består af to elementer:

- Lån en elcykel i tre uger og brug den til at komme til og fra arbejde
og
- Brug cykelturen til træning. Her kan du også være med på din egen cykel

Lån en elcykel

Du kan se de forskellige typer cykler i cykeludstillingen, der står i frokoststuen fra den xx.xx til den xx.xx. Du kan også se cyklerne på cykelleverandørens hjemmeside (link). Det er gratis at låne cyklerne. "Cykelbibliotekaren" (*projektlederen eller cykelleverandøren?*) er på arbejde mellem 12 og 13 og står klar til at svare på spørgsmål. Cyklerne kan også prøves på en kort tur.

Kampagnen er målrettet medarbejdere, som primært kører i bil og gerne vil afprøve, hvordan det er at cykle til arbejde. *Da der er begrænset antal cykler til rådighed, vil de kollegaer, der har mere end fem kilometer til arbejde og kører i bil til arbejde de fleste dage være 1. prioritet. Fordelingen af cyklerne er derudover efter princippet "først til mølle". (Dette er måske ikke passende på din virksomhed?)*

Brug cykelturen til at træne

I denne del af kampagnen kan alle være med. Både dem, der låner en cykel, og dem, der cykler på egne cykler. Idéen er, at cykelturen er både en pendlertur og en træningstur. Det er ret enkelt og består i intervaltræning. Der er ved startmødet et kort foredrag om, hvordan du intervaltræner på både almindelig cykel og elcykel. For at kunne få et enkelt mål på, om du i løbet af kampagnen forbedrer din sundhedstilstand, måles det såkaldte FTP-tal før og efter kampagnen. Dette sker ved, at du cykler fem minutter på en kondicykel og får målt din ydeevne (hvor hårdt og hvor længe du tramper i pedalerne). Det er frivilligt at få målt sit FTP-tal.

Koster det noget?

Det koster ikke noget at låne cyklen, da det er et virksomhedsbetalt medarbejdergode. Det koster 200 kroner at deltage i FTP-testen, hvor du får data om forbedringen af din sundhedstilstand. Grunden til, at virksomhed XX ikke kan betale for din deltagelse i FTP-testen, hvis du låner el-cyklen, er, at værdien af cykellejen er så stor, så det rammer den skattefri grænse. Hvis du ikke låner en cykel, men deltager i kampagnen på din egen cykel, kan virksomhed xx betale for din FTP-test.

Hvem kan deltage?

Alle ansatte i virksomhed xx kan deltage, så jeg opfordrer alle til at ansøge. *Ud fra kampagnens formål prioriteres de medarbejdere, som pendler i bil og har mere end fem kilometer til arbejde (er dette passende i din virksomhed?).* Alle kan deltage i træningsforløbet og konkurrencen, fordi du kan deltage på egen cykel.

Konkurrencen

De medarbejdere, der deltager, kan enten selv danne et hold, eller vil blive inddelt i hold til en konkurrence. Der konkurreres på antal cykledage og antal cyklede kilometer.

Tilmeldingen er hermed åben

Udfyld ansøgningskemaet, som er vedhæftet. Se hvilke cykler, du kan låne [her på linket](#) (link). Prøv dem i cykeludstillingen og skriv i ansøgningskemaet, hvilken cykel du gerne vil låne, og om du vil tilmeldes træningsprogrammet, enten på en lånt cykel eller på din egen. Send ansøgningskemaet retur på mail til mig.

Seneste frist for tilmelding:

den xx.xx, klokken 14.00. Du vil herefter få besked om din deltagelse.

Vi håber, der bliver rift om pladserne. Vi ses på cykelstien.

Mange hilsner

6: Tilmeldingsskema

Se bilag.

4-5. Etablér cykeludstillingen

Cykeludstillingen er et rigtig godt sted at få en dialog med kollegerne om det at pendle på elcykel og tale om, hvilken type cykel, der passer til den enkelte. Det foreslås, at udstillingen varer én dag, og at det er cykelleverandøren, der står ved udstillingen og kan rådgive medarbejderne om valg af cykel. Hvis projektlederen kan give denne rådgivning, kan cykeludstillingen eventuelt vare flere dage.

Reminder: Vil du med på cykelholdet – ansøg inden den xx. xxx klokken xx.xx

Dette er et forslag til en reminder, som projektlederen kan udsende:

Kære Kollegaer

Her er en reminder om cykelkampagnen [indsæt virksomhedens eget navn for kampagnen], som starter lige om lidt, se mail nedenfor og udfyld ansøgningskemaet

Vi ses på cykelstien, og vi er lovet medvind af direktionen 😊.

Mange hilsner

Projektleder

8. Praktiske oplysninger til deltagerne i kampagnen

Projektlederen skal bestille det antal af cykler og FTP-tests, som tilmeldingen har vist. Der indgås en endelig aftale med cykelleverandøren og træningsleverandøren. Det anbefales at lave en lille konkurrence på antallet af cykledage og antallet af cyklede kilometer, men det kræver næsten, at der er 20 medarbejdere i alt, der deltager i kampagnen – på egen eller lånt cykel.

Nedenfor finder du et forslag til en mail, som projektlederen kan udsende til de tilmeldte deltagere. Mailen er forholdsvis lang, fordi der er mange praktiske oplysninger. Projektlederen kan overveje at dele den op. Erfaringen har vist, at der skal gøres noget ud af, at deltagernes forsikring skal dække, hvis cyklen bliver stjålet.

Hej alle medvirkende i [indsæt virksomhedens eget navn for kampagnen] på [xx Virksomhed]

Tak for din tilmelding til cykelkampagnen. Vi glæder os rigtig meget til medvind på cykelstierne, men her er først en række praktiske oplysninger:

Startmødet den xx.xx, klokken xx.xx-xx.xx:

I vil få udleveret cyklerne på startmødet, hvor der vil være et par korte oplæg om det at cykle på arbejde og cykeltræningen. Her kan I også stille spørgsmål. Jeg sender jer en indkaldelse i Outlook til mødet.

Ved udleveringen af cyklerne skriver I under på, at I har modtaget cyklen. Hvis I undervejs i forløbet bytter cykel med nogen eller låner den til en kollega et par dage, hvor I ikke bruger den, så kom lige forbi mig, så skriver vi en ny låneseddel.

Hvem er med på cykelturen?

Vedhæftet er liste med en oversigt over, hvem der låner en cykel, hvem der deltager i cykeltræningen og tager FTP-testen, samt holdinddelingen for dem, der deltager i konkurrencen om de fine præmier. Parametrene i konkurrencen er: Flest cykeldage og flest cykelkilometer). Det er frivilligt at deltage i konkurrencen ☺.

Låneseddel

I skriver under på en låneseddel, hvor det fremgår, hvilken cykel I har lånt, og hvad betingelserne er. Lånesedlen er vedhæftet denne mail.

Forsikringsforhold

Vær opmærksom på, at det er jeres egne forsikringer, der gælder – det vil sige både ulykkes- og tyveriforsikring. Det fremgår af også af lånesedlen.

I opfordres til at parkere cyklerne i cykelkælderen her på virksomheden.

Køb af cykel efter kampagnen

I har mulighed for at købe cyklen eller en tilsvarende cykel efter kampagnen. Dette er en sag mellem jer og leverandøren, men jeg vil gerne orienteres, hvis I køber en cykel.

Hjelme

Lån af hjelm er ikke en del af cykellånet, men I opfordres selvfølgelig til at anvende hjelm. *Hvis der er nogen, der ikke selv kan skaffe en hjelm, så kontakt mig gerne, så skal jeg se, om jeg har mulighed for at låne jer én.*

Cykeltræningen

De, der vil deltage i cykeltræningsprogrammet skal i løbet af den xx.xx og den xx.xx gennemføre en kort cykeltest, der inklusiv opvarmning, test og afkøling tager cirka 20 minutter. Tag en trænings-t-shirt med. *Man skal tilmelde sig et tidspunkt for selve testen ved at xxxxxx.*

Midtvejsmøde

Den xx.xx, klokken xx.xx-xx.xx vil der være mulighed for at møde cykelleverandørerne og træningscoachen over en kop kaffe og stille spørgsmål og tale om kampagnen.

Aflevering af cykler og FTP-test

Kampagnen slutter den xx.xx, hvor cyklerne skal afleveres og deltagerne i cykeltræningen skal have målt deres FTP-tal anden gang. Jeg sender en invitation i Outlook. Her afleverer I også information om antal cykeldage og cykelkilometer.

Afslutning

Vi holder et afsluttende møde den xx.xx, hvor vi taler om erfaringerne, og hvordan vi kan fortsætte med at cykle. Og så vil der være afsløring af vinderne af konkurrencen 😊. Jeg sender en invitation i Outlook.

Vi ses til startmødet den xx.xx. Skriv gerne en mail eller kom forbi inden da, hvis du har spørgsmål.

Mange hilsner

9 Låneseddel til cykeludlejning

Eksempel på låneseddel ses i bilag. Husk at gøre kollegerne opmærksomme på forsikringsforholdene.

10-11. Info om Midtvejsmødet (hvis det holdes)

Her er et forslag til en mail/Outlook-invitation til et midtvejsmøde – hvis det holdes. Det er en god idé for at bevare motivation og gejst.

Hej alle cykelvenner

Jeg håber, det går rigtig godt for jer på cykelstien. Send gerne en mail og et billede om jeres cykeloplevelser, som vi kan dele med hinanden 😊.

I inviteres hermed til et midtvejsmøde. Der vil være et lille oplæg om, hvordan man kan overkomme de bump, der måtte være på vejen. Trænings- og cykelcoachen og cykelleverandøren vil være til stede og vil kunne svare på spørgsmål, stramme lidt på cyklerne og blande sig i dialogen. Jeg glæder mig til at høre lidt om jeres erfaringer og vil bidrage med mine egne.

Jeg har afsat en time. Afhængig af diskussionslysten, så tager det måske lidt mindre, men ikke mere.

Mange hilsner

15: Inspirationsmail og praktiske oplysninger om afslutning

Det tager lidt tid at planlægge afslutningen på kampagnen. Folk skal aflevere cyklerne, leverandøren skal komme og hente cyklerne, træningsleverandøren skal komme og forestå FTP-tests, og folk skal helst komme på de tidspunkter, som man ønsker det, både og aflevere cyklerne og tage TFP-testen. Her er forslag til en lille inspirationsmail, som projektlederen kan udsende til deltagerne om afslutningen på kampagnen.

Hej alle elcyklister

Jeg håber, at I har haft nogle rigtig gode oplevelser på cykelstien, og at mange af jer vil fortsætte med at bruge cyklen til at pendle til og fra arbejde. For at fastholde den gode stemning har jeg vedhæftet et par skønne billeder fra en cykeltur på vej til arbejde, som xxx har taget.

Der er mange, der er kommet forbi og fortalt om rigtig gode cykeloplevelser, det har været rigtig dejligt at høre. Jeg håber også, at I har inspireret hinanden lidt i jeres grupper.

Nu nærmer vi os afslutningen på vores cykelkampagne.

Husk at de, der har lånt en cykel, skal aflevere den xx.xx mellem klokken xx.xx og xx.xx. Der er nogen, der ikke kan være der på det tidspunkt, men kom forbi mig med nøgler og batteri.

De, der skal have taget en ftp-test, skal gøre det igen. Jeg har fået lavet en aftale med sundheds-cykelcoachen, om at dette kan ske *den xx.xx i tidsrummet xx.xx – xx.xx*. Tilmeld jer hurtigst muligt og husk, at I skal aflevere info om, hvor langt I har cyklet og hvor mange cykeldage, I har haft.

På mandag den xx.xx vil I modtage et spørgeskema, som I meget gerne må udfylde hurtigt. Herefter vil der gå 2-3 uger, hvor vi evaluerer jeres besvarelser og finder en vindergruppe i konkurrencen. I bliver inviteret til et afsluttende møde, hvor præmierne bliver overrakt, og hvor vi fortæller om resultatet og gerne hører jeres kommentarer.

Til jer, der gerne vil kontakte cykelleverandøren om eventuelt køb af cykler, så er det:

Kontaktoplysninger på cykelleverandør

Vi ses på torsdag eller fredag.

Mange hilsner

19. Mødeinvitation til afsluttende møde: Tak for indsatsen i cykel-kampagnen

Her er forslag til en mødeinvitation til det afsluttende møde.

Kære elcyklister

1000 tak for jeres engagement i cykelkampagnen her på XX Virksomhed. Det har været rigtig dejligt at mærke og få jeres bemærkninger hen ad vejen.

Jeg har sendt jer en Outlook invitation til præmieoverrækkelse og evaluering den xx.xx, klokken xx-xx. Jeg håber tidspunktet passer alle.

Mange hilsner og god weekend.

20 Afsluttende møde med deltagerne

Her er forslag til en mail med dagsorden til det afsluttende møde.

Hej alle sammen.

Vi ses på onsdag eftermiddag.

Dagsordenen for det afsluttende møde er:

- Hvordan synes I, det gik på cykelstien?
- Er der gode råd fra jer til hinanden og til os om kampagnen?
- Hvad viste spørgeskemaundersøgelsen?
- Hvilket hold vandt konkurrencen?
- Tak for nu – vi ses på cykelstien 😊

Jeg glæder mig til at se jer

Mange hilsner

21. Evaluering af kampagnen

Når den samlede evaluering er færdig, inklusiv kommentarerne fra det afsluttende møde, kan projektlederen drøfte resultaterne med ledelsen, og det kan besluttes, om og hvordan, der følges op på kampagnen. Det kan blandt andet drøftes:

- Om resultaterne kan anvendes fremadrettet i virksomheden?
- Om kampagnen skal være årligt tilbagevendende,
- Kan kampagnen flettes ind i andre tiltag om sundhedsfremme, medarbejderkultur eller andet.
- Kan resultaterne anvendes i branding-øjmed?

Når disse overvejelser er afsluttede, kan projektlederen udarbejde en afsluttende mail/infomateriale til virksomhedens intranet, som fortæller om resultaterne.

Bilag 1: Ansøgningskema

Tilmelding til kampagnen [INDSÆT NAVN PÅ KAMPAGNE]

Lån af cykel og/eller deltagelse i træningsforløb

Navn _____

Bopæl i postnummer _____

Mailadresse _____

Hvor mange kilometer har du cirka til arbejde: _____ kilometer

Hvad er din primære transport til arbejde? (sæt kryds)

- Bil
- Oftest bil, men tager tog/bus engang imellem
- Oftest bil, men cykler engang imellem
- Tog
- Bus
- Oftest tog/bus, men cykler engang imellem
- Cykel

| |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |
| |

Marker herunder, hvis du vil sætte dig et mål for din indsats i kampagneperioden (frivilligt):

Cykle antal dage _____

Cykle antal kilometer _____

Deltagelse i kampagnen:

Cykler:

Jeg vil gerne booke cykel: (Se cykelleverandørens katalog og find cyklens navn)

Cykel:

Din højde (så du får den rigtige størrelse cykel): _____ centimeter

Herre model: _____ Damemodel: _____ (sæt kryds)

Træning:

Jeg vil gerne deltage i træningsforløbet på en booket cykel: Ja ___ Nej ___

Jeg vil gerne deltage i træningsforløbet på min egen cykel: Ja ___ Nej ___

Vil du på hold med nogen bestemte kolleger, så I deltager i konkurrencen sammen? (Det er frivilligt)

Dan gerne hold med et par kolleger, skriv deres navne her

Alle kan deltage, så vi opfordrer alle til at tilmelde sig. Alle kan deltage i træningsforløbet, fordi man også kan deltage på egen cykel.

Vær opmærksom på, at det er din forsikring, der skal dække i tilfælde af tyveri eller skade på cyklen.

Jeg vil prøve at cykle så meget som muligt under kampagnen

Dato og navn (kan udfyldes elektronisk)

Send det udfyldte skema med mail til (*mailadresse på projektleder*).

Eventuelle spørgsmål til *navn på projektleder* på mobil xx xx xx xx.

Bilag 2: Låneseddel

Deltagelse i kampagnen "xxxxxxx" virksomhed xxxx.

Undertegnede erklærer hermed, at jeg har fået udleveret en cykel:

Fabrikat:

Stelnummer:

Inklusiv et sæt nøgler. Til elcyklerne hører også oplader og batteri. Dette er udlånt til mig personligt i tre uger i perioden fra den xx.xx til den xx.xx 20xx.

Jeg er indforstået med, at jeg har det fulde ansvar for cyklen i låneperioden og behandler den godt. Jeg hæfter for eventuelle skader og ved tyveri og har kontrolleret, at min forsikring dækker tyveri af dyre cykler. Cyklen må kun anvendes af mig til almindelig kørsel på stier og veje og eksempelvis ikke til "off-road" kørsel i skoven.

Hvis jeg låner cyklen til en kollega i perioden, skal vedkommende henvende sig til projektlederen, samt udfylde en låneseddel.

Min deltagelse i projektet sker på eget ansvar.

Jeg vil cykle så ofte som muligt, og gerne bidrage til cykelkulturen på virksomheden.

[Den tid, som jeg bruger på projektet, er egen tid/fleks tid.]

Dato:

Navn _____

Bilag 3: Spørgeskema

Survey exact undersøgelse på virksomhed xx i forbindelse med cyklekampagnen

[indsæt kampagnenavn]

Dato:

”Kære kollega

Det er dejligt, at du har deltaget i cykelkampagnen på Virksomhed xx.

Her er et par spørgsmål, som vi gerne vil have dine svar på som en del af kampagnen. Det tager 5-6 minutter. Vi sætter pris på din besvarelse, som indgår i vores evaluering af, om vi skal gentage kampagnen.”

1. Hvilket postnummer bor du i? (drop-down med kommuner)
2. Hvor langt har du til arbejde? (5-10 kilometer, 10-15, 15-20, >20 kilometer)
3. Hvor lang tid tager cykelturen cirka? (drop-down med 10-minutters intervaller)
4. Hvilke cykler har du cyklet på? (kun egen, egen + låne, kun låne, kommentarfelt med hvilken – mulighed for at vælge flere)
5. Hvad synes du om cyklen, du lånte? (5-skala + kommentarfelt - begrund gerne)
6. Deltog du i træningsprogrammet (ja/nej – hvis nej, går man videre til spørgsmål 11)
7. Hvordan oplevede du vejledningen til træningen? (5-skala + kommentarfelt - begrund gerne)
8. Har det haft betydning for din deltagelse i kampagnen at der var tilbud om træning og måling af FTP-tal? (ja/nej)
9. Hvis du fortsætter med at cykle, vil du så anvende cykelturen til træning fremover? (ja/nej/fortsætter ikke med at cykle)
10. Har træningsprogrammet haft betydning for oplevelsen af at være en gruppe? (kommentarfelt)
11. Talte I sammen i grupperne? (ja/nej)
12. Hvor foregik dialogen (i afdelingen, ved kaffemaskinen, til frokost, på anden vis, uddyb gerne)
13. Fik du fornemmelsen af, at I var sammen på holdet? (ja/nej/begrund gerne)
14. Hvilken betydning har kampagnen alt i alt haft for, om du vil fortsætte med at cykle til arbejde? (kommentarfelt)
15. Vil du fortsætte med at cykle til arbejde efter at have deltaget i kampagnen? (ja/nej/ved ikke) (hvis nej, springer man ned til spørgsmål 20)
16. Hvordan kan vi sammen på arbejdspladsen give inspiration til, at du fortsætter med at cykle? (kommentarfelt)
17. Køber du en ny cykel efter kampagnens afslutning? (Ja / nej /jeg har ikke besluttet mig endnu, fordi...)
18. Hvis man svarer nej i spørgsmål 17: Uddyb gerne, hvorfor du ikke køber en ny cykel efter kampagnens afslutning.... (kommentarfelt)
19. Hvis man svarer ja i spørgsmål 17: Hvilken cykel køber du? (kommentarfelt)
20. Hvad har gjort, at du ikke vil fortsætte med at cykle til arbejde? (kommentarfelt)
21. Fik du i løbet af kampagnen den nødvendige og tilstrækkelige information? (ja/nej/begrund gerne)
22. Havde det betydning for dig, at der var en konkurrence i kampagnen? (ja/nej)
23. Hvis nej i spørgsmål 22: Uddyb gerne, hvorfor det ikke havde betydning for dig at der var en konkurrence i kampagnen (kommentarfelt)

24. Hvis ja i spørgsmål 22: Hvilken betydning havde konkurrencen i kampagnen for dig? (jeg cyklede oftere/længere/jeg var motiveret af præmierne/af at gøre en indsats for mit hold/nævn gerne andre betydninger som konkurrencen havde for dig)
25. Beskriv to ting, du synes, har været godt ved kampagnen (to kommentarfelter)
26. Beskriv to ting, der kunne have forbedret din oplevelse med kampagnen (to kommentarfelter)
27. Har du kommentarer og gode råd til os, hvis andre virksomheder skal gennemføre lignende tiltag? (kommentarfelt)

"Mange tak for din besvarelse"



Moving People og Smart Mobility in LOOP CITY er støttet af



Region
Hovedstaden