



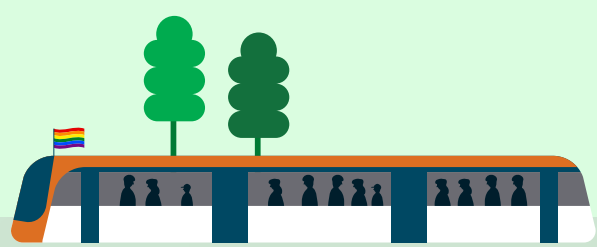
# Aktivitetsplan 2025

---

Kommunikasjon  
og haldningsendrande  
arbeid i Miljøløftet



Miljøløftet





*Opning av Paradis bru. Foto: Silje Alvsaker, Vestland fylkeskommune*

# Innhold

Hovudmål og kommunikasjonsmål for Miljøløftet..... 4

Om aktivitetar og satsingsområde..... 6

Aktivitetar i 2025..... 8

Budsjett 2025.....11



Bildri dag, Bergen. Foto: Thor Brødreskift

# Hovudmål og kommunikasjonsmål for Miljøløftet

Hovudmålet til Miljøløftet er nullvekst: I byområda skal klimagassutslepp, kø, luftforureining og støy reduserast gjennom effektiv arealbruk og ved at veksten i persontransport blir tatt gjennom kollektivtransport, sykling og gåing.

Kommunikasjonsarbeidet i Miljøløftet skal være forankra i nullvekstmålet. Det skal bidra til at fleire av dei reisande i Miljøløftet-området vel bort personbil som transportmiddel, til fordel for kollektiv, sykkel og gange. Så sjølv om vi blir fleire og reiser meir, skal ikkje personbiltrafikken auke.

## Kommunikasjonsmål

Miljøløftet har tre kommunikasjonsmål som støttar oppunder hovudmålet. Av desse er to eksterne, og eitt internt:

### 1. Kunnskap

Bygge kunnskap om Miljøløftet og prosjekta.

### 2. Endring

Bidra til at fleire endrar haldning og handling.

### 3. Flyt

Bygge og ivareta gode relasjonar internt mellom partane i Miljøløftet.

## Hovudbodskap

Den ståande hovudbodskapen, som óg står tilknytt logoen er: «Saman om Miljøløftet». Underbodskapen er: «Meir folk, men ikkje meir biltrafikk».

## Samarbeid for å nå måla

Miljøløftet er eit samarbeid, og samarbeid er viktig for å nå både kommunikasjonsmåla og nullvekstmålet. Alle partar har ansvar for å formidle historia om kvifor vi treng Miljøløftet og kva Miljøløftet er. Dette kan gjerast gjennom å dele informasjon og saker, og omtale og lenke til Miljøløftet.

For å kunne endre haldningar og handlingar er det viktig med god dialog og breitt samarbeid med andre aktørar med felles interesser: Skyss, Bedriftsidretten, Sykkelkids, Syklistenes landsforening og Trygg Trafikk er gode døme.

# Målgrupper

Eksterne	Interne
Innbyggjarane i Alver, Askøy, Bergen, Bjørnafjorden, Øygarden.	Partar, organ, arbeidsgrupper og andre som jobbar direkte inn i organiseringa av Miljøløftet, politisk og administrativt.
Næringsliv/offentlege tenester med transportbehov.	Medarbeidarar i dei ulike verksemdene som jobbar med Miljøløftet-prosjekt
Sentrale styresmakter og sentrale politikarar.	Alle medarbeidarar hjå partane.
Organisasjonar: Næringsforeiningar, arbeidstakarorganisasjonar, interesseorganisasjonar/samarbeidspartnarar	

## Prioriterte målgrupper

Nullvekstmålet gjeld for alle innbyggjarar i avtaleområdet. Samtidig peiker vi på nokre målgrupper som er særleg viktige for å oppnå endring i reisevanar:

- Skular og skuleelevar
- Jobbreisande og større arbeidsplassar

## Aktuelle kanalar

- Nettsida [www.miljøløftet.no](http://www.miljøløftet.no)
- [www.facebook.com/miljoloftet](https://www.facebook.com/miljoloftet)
- [www.instagram.com/miljoloftet](https://www.instagram.com/miljoloftet)
- Eksisterande kanalar hjå alle partane: Intranett, eksterne nettsider og ulike sosiale medium hjå kommunane Alver, Askøy, Bergen, Bjørnafjorden og Øygarden, Vestland fylkeskommune, Bybanen Utbygging, Jernbanedirektoratet, Statsforvaltaren i Vestland og Statens vegvesen.
- I det offentlege rom: Eigne arrangement, utdelingar og opningar, og stand under andre sine arrangement.
- Skilting på byggeplassar og andre strategiske plasser for å vise prosjekta i Miljøløftet og kva dei bidreg til.
- Media (BT, BA, lokalaviser i heile avtaleområdet, NRK Hordaland, TV2).
- Presentasjonar, informasjonsmøte, og møte i styringsgruppa (vert strøyma og lagt ut offentleg).
- Betalt annonsering på digitale og trykte flater.

# Om aktivitetar og satsingsområde

I 2025 vil vi halde fram med å styrke dei to hovudmåla for Miljøløftet sin eksterne kommunikasjon: Kunnskap og endring. Vi skal spreie kunnskap om Miljøløftet sine prosjekt og vise kvifor Miljøløftet eksisterer, og kva Miljøløftet-samarbeidet resulterer i. Samstundes skal vi bidra til å endre haldningar og reisevanar slik at ny infrastruktur og nye tilbod blir tatt i bruk av innbyggjarane.

## Etablerte tiltak og nye satsingar

### Sykkelkampanje for arbeidsplassar

«Bytt gir – velg sykkelen» er ein ny kampanje som skal fremje sykling som eit betre alternativ til bilkjøring, spesielt blant jobbreisande som i dag vel bilen. Kampanjen har fokus på dulting, målgruppetilpassa kommunikasjon og konkrete tiltak som sykkelverkstad, elsykkeltesting og konkurransar på store arbeidsplassar. Hovudbodskapet er «Finn roen på to hjul», og kampanjen kombinerer digitale kanalar og arrangement for å nå ut breitt, men med spissa tiltak for å engasjere både arbeidsgivarar og tilsette.

### Aktivitetar på utdanningsinstitusjonar

I samband med Verdas sykkeldag vil Miljøløftet tilby gratis sykkelservice i samarbeid med NHH, UiB og HVL. Dette tiltaket rettar seg mot studentar og tilsette og bidreg til å gjere sykkel til eit enklare og meir attraktivt alternativ.

### Mobilitetsveka

Den årlege mobilitetsveka i september vil framleis vere ein viktig arena for å fremje sykkel, gange og kollektivtransport. Programmet vil inkludere bilfri dag, sykkelshow og sykkelservice med særleg fokus på aktivitetar for barn og unge.

### Piggdekk-kampanje/Vintersykkelkampanje

Vintersykling blir oppmuntra gjennom eit tilbod der du kan kjøpe eitt piggdekk og få det andre gratis. Kampanjen har hatt stor etterspørsel i tidlegare år og blir vidareført i 2025, men med ein kortare periode, redusert tal på dekk og meir målretta kommunikasjon for å nå nye vinter-syklistar.

### Pop-up-gatekunst

Ei ny satsing for 2025 er mindre Pop-up-arrangement med interaktiv gatekunst og mini-konsertar som innvolverer publikum, og overraskar og gleder dei som vel å gå eller sykle i kvar-dagen.

## Sykle til kamp

«Sykle til kamp» er eit samarbeid mellom Miljøløftet, Vestland Bedriftsidrettskrets, Sportsklubben Brann og Bergen kommune, støtta av EU-prosjektet Active Cities. Under enkelte av Brann-kampane blir det tilbydd gratis, bemanna sykkelparkering og sykkelservice til dei 30 første. I tillegg blir det trekt ut billetter til dei neste kampane blant dei som sykklar til kamp.

## Prioriterte område

### Prosjektkommunikasjon

Prosjektkommunikasjon er eit område som blir prioritert i 2025. Frå byggestart til opningsarrangement vil det vere fokus på tydeleg skilting, kart og informasjonsarbeid som viser innbyggjarane kva Miljøløftet bidreg med, og kva effekten av tiltak er. God kommunikasjon er viktig for å auke bruken av ferdigstilte prosjekt og for å styrke tilliten til Miljøløftet.

### Opningar og markeringar

I 2025 vil opningar og markeringar stå sentralt som ein del av arbeidet med å synleggjere ferdigstilte prosjekt. Dette inkluderer opningar av sykkelveggar, gangbruer og andre tiltak som gjer det enklare å velje miljøvenlege reisemåtar.



Bilfri dag, Bergen. Foto: Thor Brødreskift

# Aktivitestar i 2025

## Mars - April

### Bytt gir – Sykkelkampanje for arbeidsplassar

**Segment:** Reiserådgeving med direkte publikumskontakt og digital kampanje

**Mål:** Dulte folk til å velje sykkel framfor bil til jobb, med spesielt fokus på elsyklar.

**Overordna budskap:** Å sykle til jobb er ein enklare, rimelegare og meir miljøvennleg transportmåte.

#### **DEL 1 — Digital kampanje: «Finn roen på to hjul»**

Digital kampanje med korte videoar og innlegg på Facebook, Instagram og LinkedIn i tillegg til arbeidsplassane sine eigne kanalar:

- Korte videoer med tips, snarveier, og lifehacks fra syklistar.
- Fokus på helse, økonomi, tidsbruk og livskvalitet.
- Historier frå arbeidsgjevarar til ansette om tilrettelegging for sykling

#### **DEL 2— Arrangement: «Eit miljøløft for bedrifter»**

Arrangement på store arbeidsplassar

- Sykkelverkstad: Reparasjon og vedlikehaldstips.
- Elsykkellån: Testkjøring og utlån i 2–4 veker.
- Konkurranser: Premie til bedrifta som sykklar flest kilometer.

**Forslag til bedrifter:** DNB (Solheimsviken), PwC (Bergen sentrum), Aker Solutions (Kokstad), Framo Services (Askøy), Lyseparken (Bjørnafjorden), CCB (Øygarden), Framo Flatøy (Alver)

**Målgruppe:** Jobbreisande i avtalekommunane, spesielt pendlarar som ofte vel bil.

**Område:** Bergen, Askøy, Bjørnafjorden, Alver og Øygarden.

## Januar–desember

### Pop-up-gatekunst

**Segment:** Reiserådgeving med direkte publikumskontakt.

**Mål:** Skape glede, engasjement og merksemd rundt Miljøløftet sine prosjekt, samt oppmuntre fleire til å sykle eller gå.

**Overordna budskap:** Takk for at du sykklar og går!

**Digitale kanalar:** Film og bilete frå eventa blir delte på Miljøløftet sine sosiale mediekkanalar.

**Arrangement:** Pop-up-gatekunst og minikonsertar på sentrale prosjekt som sykkel-tunnellar, gangvegar og bruer. Her har vi mål om å involvere publikum i å male gatekunst basert på våre motivmalar og ferdige sjablongar.

**Målgruppe:** Alle som nyttar sykkel eller gange som transportmåte.

**Område:** Bergen, Askøy, Bjørnafjorden, Alver og Øygarden.



## Juni

### Verdas sykkeldag

**Segment:** Reiserådgeving med direkte publikumskontakt.

**Mål:** Promotere sykkelen som eit enkelt, rimeleg og miljøvennleg framkomstmiddel.

**Overordna budskap:** Vel sykkelen i kvardagen – godt for kroppen, lommeboka og miljøet.

**Digitale kanalar:** Artikkel og bilete på nettside, samt innlegg på sosiale medium.

**Arrangement:** Gratis sykkelservice i samarbeid med UiB, HVL og NHH.

**Målgruppe:** Studentar og tilsette ved utdanningsinstitusjonane.

**Område:** Bergen.

## September

### Mobilitetsveka

**Segment:** Reiserådgeving med direkte publikumskontakt og digital kampanje

**Mål:** Inspirere fleire til å velje berekraftige transportmiddel som gange, sykkel og kollektivtransport.

**Overordna budskap:** Takk for at du sykklar, går og reiser kollektivt!

**Digitale kanalar:** Kampanje på Facebook og Instagram, samt artikkel på nettsida.

**Arrangement:**

- Markering på kollektivknutepunkt med musikk og utdelingar.
- Sykkelshow og sykkelservice i samarbeid med kommunane.
- Bilfri dag i Bergen sentrum med aktivitetar for barn og unge.

**Målgruppe:** Alle, med særleg fokus på barn og unge.

**Område:** Bergen, Askøy, Bjørnafjorden, Alver og Øygarden.

## November:

### Piggdekk-kampanje/Vintersykelkampanje

**Segment:** Reiserådgeving med direkte publikumskontakt og digital kampanje.

**Mål:** Auke talet på vintersyklistar.

**Overordna budskap:** Rull trygt gjennom vinteren!

**Digitale kanalar:** Digital kampanje med innlegg på Facebook og Instagram, samt artikkel på nettsida.

**Arrangement:** Kampanje med gratis piggdekk og gate-event med giveaways på sentrale lokasjonar.

**Målgruppe:** Vintersyklistar og aspirerande syklistar.

**Område:** Bergen, Askøy, Bjørnafjorden, Alver og Øygarden.

## Januar–desember:

### Sykle til kamp

**Segment:** Reiserådgeving med direkte publikumskontakt.

**Mål:** Gjere det enklare og meir attraktivt å sykle til fotballkampar.

**Overordna budskap:** Bli med å sykle til kamp!

**Digitale kanalar:** Innlegg og videoar på Miljøløftet sine sosiale medium, samt artikkel på nettsida.

**Arrangement:** Gratis, bemanna sykkelparkering og sykkelservice ved utvalde Brann-kampar. Trekking av premiar til dei som sykklar.

**Målgruppe:** Fotballinteresserte i Bergen og omegn.

**Område:** Bergen.

### Opningar og markeringar

**Segment:** Opningar og markeringar.

**Mål:** Synleggjere ferdigstilte Miljøløftet-prosjekt og inspirere innbyggjarar til å ta dei i bruk.

**Overordna budskap:** Opna for deg – bli med på ferda mot ein grønarare kvardag.

**Digitale kanalar:** Publisering av bilete og artiklar frå opningane i Miljøløftet sine kanalar.

**Arrangement:** Opning av sykkelveggar, bruer og snarveggar, med fokus på auka bruk av dei nye tiltaka.

**Målgruppe:** Innbyggjarar i avtalekommunane.

**Område:** Bergen, Askøy, Bjørnafjorden, Alver og Øygarden.

### Prosjektkommunikasjon

**Segment:** Kommunikasjonsarbeid i byggefasen.

**Mål:** Synleggjere kva Miljøløftet bidreg med og styrke tilliten blant innbyggjarane.

**Overordna budskap:** Miljøløftet gjer kvardagen betre for innbyggjarane.

**Kanalar:** Informasjon om prosjekt i sosiale medium og på nettsider. Skilting og byggeplassskilt med forklarande tekst, og kva det inneber for innbyggjarane. Sykkelkart og snarveikart som gjev informasjon om nye ruter og og tidsbruk.

**Arrangement:** Informasjonsarbeid i samband med byggestart og opningsarrangement.

**Målgruppe:** Innbyggjarar i og rundt byggjeprojekta.

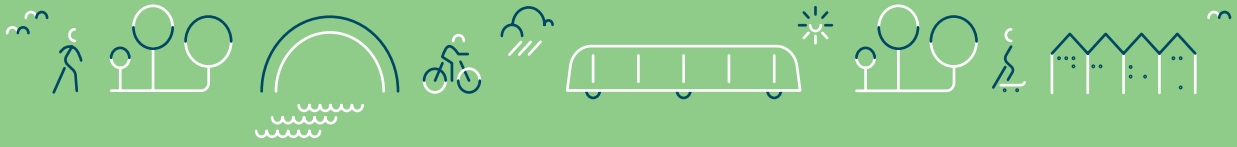
**Område:** Bergen, Askøy, Bjørnafjorden, Alver og Øygarden.

# Budsjett 2025

Merk at budsjettet er tentativt, og at fordeling og prioritering kan bli endra om det er behov for det.

Kva	Tidspunkt	Type	Budsjett*
Bytt gir - Sykkelkampanje for arbeidsplassar	Mars-april	Kampanje/ arrangement	kr 600 000,00
Prosjektkommunikasjon	Jan-des	Komunikasjon	kr 150 000,00
Verdas sykkeldag: Sykkelservice på utdanningsinstitusjoner	Mai-jun	Kampanje/ arrangement	kr 100 000,00
Mobilitetsveka	Sep	Kampanje/ arrangement	kr 1 000 000,00
Sykle til kamp	Sep	Kampanje/ arrangement	kr 50 000
Piggdekk-kampanje/Vintersykkelkampanje	Nov	Kampanje/ arrangement	kr 300 000,00
Opninger og markeringer (5)	Jan-des	Åpninger	kr 200 000,00
Pop-up-gatekunst	Jan-des	Kampanje/ arrangement	kr 150 000,00
<b>Sum</b>			<b>kr 2 550 000,00</b>

\*Beløp eks. mva.



Miljøløftet  
Nygårdsgaten 112, 5009 Bergen  
miljøløftet.no



Bergen kommune | Alver kommune | Askøy kommune | Bjørnafjorden kommune | Øygarden kommune  
Vestland fylkeskommune | Jernbanedirektoratet | Statens vegvesen | Statsforvaltaren i Vestland