

## Nationellt Samverkansprojekt Biogas i Fordon



### **Informationskampanj för ökad användning av gasdrivna fordon**

610309

*ISSN 1651-5501*

Projektet delfinansieras av Energimyndigheten

# Slutrapport Biogasprojekt: 610309 STEM-projekt: 21127-1

## Informationskampanj för ökad användning av gasdrivna fordon

### Period

Projektredovisning from 2004 kvartal 2 tom 2004 kvartal 4.

### Beskrivning

Syftet med projektet är att genom moderna kanaler öka kunskapen om gasdrivna fordon hos allmänhet, företag och offentliga organisationer i Trestadsområdet, Sjuhäradsområdet och Skaraborg.

### Bakgrund

I Västra Götalandsregionen finns idag ca 2417 gasdrivna fordon och 19 tankstationer (varav 14 publika). Trots detta är kännedomen om gasdrivna fordon och biogas som fordonsbränsle är fortfarande mycket låg.

2002 tog Business Region Göteborg (BRG) tillsammans med ett reklamföretag fram ett koncept och kreativ idé för följande enheter: reklamfilm, underlag för affischer till stadstavlur, underlag för annonser och webbplatsen [www.biogasbil.nu](http://www.biogasbil.nu). Kampanjen som bekostades av BRG genomfördes december 2002/januari 2003 i Göteborgregionen.

I syfte att vidare öka kännedom om biogas och gasdrivna fordon har ovan nämnda koncept och kampanjmaterial konverterats och anpassats för användning i Trestadsområdet, Sjuhäradsområdet och Skaraborg.

### Genomförande och uppfyllelse av projektbeskrivning

Huvudbudskapen för kampanjen är följande:

- Inget bidrag till växthuseffekten
- 20 % lägre förmånsvärde
- 30 – 40 % billigare än bensin (priset skiljer sig i de olika städerna)
- Gratis parkering (i Trollhättan, Borås, Skövde)
- Tanka gratis till ett värde av 10 000 kronor (endast Trollhättan)

Målet med kampanjen är att nå målgrupper som företagare och kommunala tjänstemän som har tjänstebil samt företag med yrkesfordon. Delmålet är att öka kännedomen om gasfordon hos allmänheten.

Informationskampanjen består av tre huvuddelar – reklamfilm, annonsering via stadstavlur och webbplats. För att förenkla vidare informationssökande för målgruppen var webbplatsens adress huvudavsändare i både filmen och på stadstavlorna.

- *Reklamfilm 30 sekunder och 10 sek*  
Reklamfilmen har konverterats och anpassats för Trollhättan, Borås och Skövde (de städer i ovan nämnda områden med tankstationer). Filmerna visades under veckorna 42, 43 och 45 i TV4 Väst, TV4 Borås och TV4 Skaraborg.
- *Stadstavlor (tre olika varianter i varje stad)*  
Under vecka 43 kompletterades filmen med annonsering på stadstavlor i Trollhättan (41 st), Borås (60 st) och Skövde (19 st). I Borås satt dessutom 20 av stadstavlorna uppe även under veckorna 44 och 45.
- *www.biogasbil.nu*  
Målgruppernas intressen fångas slutligen upp på webbplatsen, som har gjorts om helt med en ny förstasida där man väljer vilken stad (Trollhättan, Borås, Skövde eller Göteborg) man vill gå in på. Under varje stad finns frågor och svar om biogas, bilmärken, återförsäljare, tankställen, säkerhet, mm. På webbplatsen finns all viktig information som en potentiell köpare av gasfordon behöver.

## Resultat

Att mäta resultatet i en kampanj med målsättningen att öka kännedom kan vara godtyckligt. Det är svårt att kvantifiera resultatet. Vad som däremot går att mäta är antal tittare på TV4 och antal besökare på webbsidan. Allt annat är bara antaganden.

### *Tittarmätningar TV4*

I dagsläget finns inga siffror från TV4. Deras statistik för kampanjen beräknas vara klar i slutet av vecka 49. Då ber vi att få återkomma med kompletterande uppgifter.

### *Antal besökare på webbplatsen*

Sidstatistiken visar att antalet unika besökare i stort sett har varit detsamma varje månad sedan årsskiftet (med undantag av semestermånaden juli då antalet besökare bara var hälften så många). Under kampanjperioden (oktober/ början november) fördubblades antalet unika besökare. Vidare kan man också se att varje besökare har uppehållit sig längre på webbplatsen, besökt fler av undersidorna och klickat på fler frågor än tidigare. Detta borde vara direkt kopplat till att målgruppen uppmärksammat kampanjen och sökt sig vidare till webbplatsen för mer information.

Projektledare  
Bernt Svensén  
Business Region Göteborg