



Transportøkonomisk institutt
Stiftelsen Norsk senter for samferdselsforskning



Evaluering av Statens vegvesens kampanje «Flertallet holder fartsgrensen»

En normbasert tilnærming for å øke fartsoverholdelse

Hanne Beate Sundfør, Ross Owen Phillips, Ole Aasvik

2156/2026



Tittel:	Evaluering av Statens vegvesens kampanje «Flertallet holder fartsgrensen» : En normbasert tilnærming for å øke fartsoverholdelse
Tittel engelsk:	Evaluation of the Norwegian Public Roads Administration's campaign «Most people follow the speed limit»: A norm-based approach to increasing speed compliance
Forfatter:	Hanne Beate Sundfør, Ross Owen Phillips, Ole Aasvik
Dato:	06.2026
TØI-rapport:	2156/2026
Antall sider:	103
ISSN elektronisk:	2535-5104
ISBN elektronisk:	978-82-480-1420-1
DOI:	https://doi.org/10.21380/rzct-f888
Finansieringskilder:	Statens vegvesen
TØIs p.nr.:	4789 – Fartskamp2
Prosjektleder:	Hanne Beate Sundfør
Kvalitetsansvarlig:	Trine Dale
Ferdigstilling:	Trude Kvalsvik
Fagfelt:	Atferd og transport
Emneord:	evaluering, fartskampanjer, IBM-modell

Dette verket er lisensiert under en Creative Commons Navngivelse 4.0 Internasjonal lisens (CC BY 4.0).
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Kort sammendrag

Kampanjen «Flertallet holder fartsgrensen» bygger på Integrert atferdsmodell (IBM) og har hatt mål å øke fartsoverholdelsen og dermed bidra til færre drepte og hardt skadde i trafikken.

Evalueringen undersøker om kampanjen har bidratt til endringer i holdninger, normer, opplevd atferdskontroll, atferdsintensjon og fartsatferd i perioden 2019–2025, basert på landsrepresentative spørreundersøkelser og objektive fartsdata.

Resultatene viser en samlet utvikling i ønsket retning. Kampanjeeksponering er særlig knyttet til endringer i normative oppfatninger, noe som tyder på at normbaserte virkemidler har hatt gjennomslag. Holdninger til fartsoverholdelse har også styrket seg, men uten tydelig gjennomgående eksponeringseffekt.

Intensjon og selvrapportert atferd har forskjøvet seg bort fra de høyeste fartsovertredelsene, og objektive målinger viser økt etterlevelse av fartsgrense 80.

Fraværet av kontrollgruppe gjør det vanskelig å fastslå kampanjens effekt. Samtidig gir det samlede mønsteret støtte til at kampanjen kan ha vært en medvirkende faktor i utviklingen som observeres, noe som også er det mest realistiske utbyttet innenfor et slikt evalueringsdesign.

Summary

The campaign “The majority follow the speed limit” is based on the Integrated Behavior Model (IBM) and aims to increase speed compliance, thereby contributing to a reduction in road fatalities and serious injuries.

This evaluation examines whether the campaign has contributed to changes in attitudes, norms, perceived behavioral control, behavioral intentions, and speeding behavior during the period 2019–2025, based on nationally representative surveys and objective speed data.

The results indicate an overall development in the desired direction. Campaign exposure is particularly associated with changes in normative perceptions, suggesting that norm-based measures have been effective. Attitudes toward speed compliance have also strengthened, although without a clear and consistent exposure effect.

Behavioral intentions and self-reported behavior have shifted away from the highest levels of speeding, and objective measurements indicate increased compliance.

The absence of a control group limits causal inference; however, the overall pattern suggests that the campaign may have contributed to the observed developments, which is the realistic outcome within this type of evaluation design.

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.



Forord

Denne rapporten er sluttdokumentasjon av evalueringen av Statens vegvesens nasjonale kampanje «*Flertallet holder fartsgrensen*», som ble lansert 17.september 2020. En nullpunktundersøkelse ble gjennomført i november 2019, før kampanjestart, og en etterundersøkelse i oktober 2025.

Ved Transportøkonomisk institutt (TØI) har Ross Owen Phillips og Hanne Beate Sundfør vært prosjektledere i ulike perioder. Datainnsamlingen er gjennomført i samarbeid med Verian Group (tidl. Kantar). Analysen av spørreskjemadata fra nullpunkt- og etterundersøkelsen er utført av Sundfør, med faglige innspill fra Phillips. Analysene av fartsdata fra Statens vegvesens tellepunkt er gjennomført av Ole Aasvik. Sundfør har hatt hovedansvaret for utarbeidelsen av rapporten, der Phillips har bidratt med det teoretiske rammeverket og diskusjon.

Forskningssjef Trine Dale og Phillips har vært ansvarlige for kvalitetssikring. Kontaktperson hos Statens vegvesen har vært Rita Helen Aarvold.

I arbeidet med rapporten er kunstig intelligens benyttet til språkvask. Alle forslag frembrakt ved bruk av kunstig intelligens er vurdert og eventuelt bearbeidet av forfatterne, som alene står ansvarlige for rapportens endelige innhold.

Oslo, juni 2026
Transportøkonomisk institutt

Bjørne Grimsrud
Administrerende direktør

Trine Dale
Forskningssjef



Innhold

Sammendrag

Summary

1	Innledning.....	1
2	Teoretisk grunnlag	2
2.1	Atferdsendring	2
3	Om kampanjen	5
3.1	Målet – å normalisere positiv fartsatferd	5
3.2	Kampanjens kanaler og virkemidler	6
3.3	Tidslinje for kampanjen.....	6
4	Formål og forventinger	9
4.1	Evaluerings av kampanjen	9
4.2	Kampanjens fokusområder og forventet endring	10
5	Metodetilnærming og analyse	12
5.1	Fartsdata	12
5.2	Spørreundersøkelser.....	13
5.3	Sammenligning av utvalgene	15
6	Kampanjeoppmerksomhet og eksponering	18
6.1	Kampanjeoppmerksomhet	18
6.2	Eksponering – lagt merke til og husker kampanjen.....	19
6.3	Kampanjens budskap	19
7	Hvilke endringer er det i perioden?	21
7.1	Intensjoner om fartsatferd	22
7.2	Selvrappportert fartsatferd.....	26
7.3	Faktisk fartsatferd	29
7.4	Kognitive holdninger	31
7.5	Emosjonelle holdninger	34
7.6	Normer	36
7.7	Opplevd atferdskontroll.....	43
7.8	Synlighet og vaner.....	44
7.9	Hvem endrer seg?	45
8	Har kampanjen virket i tråd med modellen?	53
8.2	Konklusjon – har kampanjen hatt effekt?.....	58
8.3	Anbefaling for videre arbeid	59
	Referanser	60
	Vedlegg.....	62



Vedlegg 1.	Statens Vegvesens kravspesifikasjon	62
Vedlegg 2.	Sammenligning av utvalgene.....	66
Vedlegg 3.	Operasjonalisering.....	68
Vedlegg 4.	Fartsmålinger.....	70
Vedlegg 5.	Frekvensfordelinger.....	71
Vedlegg 6.	Multivariate analyser.....	74
Vedlegg 7.	Faktoranalyse	79
Vedlegg 8.	Invitasjonsbrev	81
Vedlegg 9.	Spørreskjema.....	82
Vedlegg 10.	Kampanjemateriell i undersøkelse	103



Evaluering av Statens vegvesens kampanje «Flertallet holder fartsgrensen» En normbasert tilnærming for å øke fartsoverholdelse

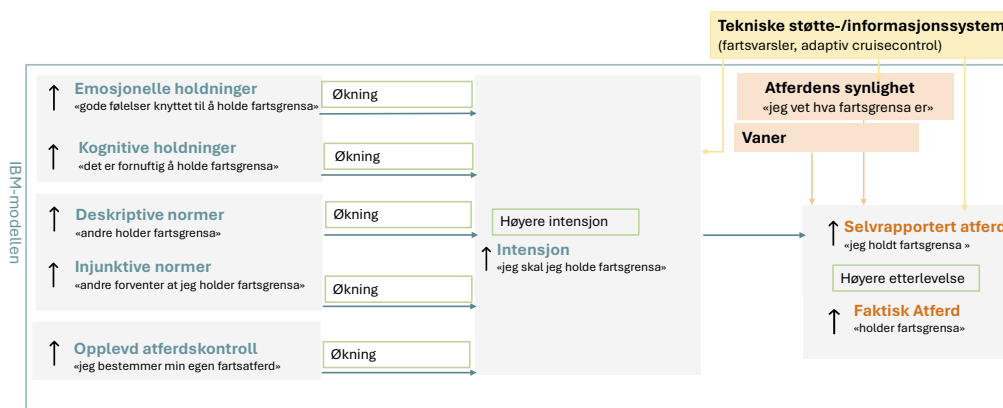
TØI rapport 2156/2026 • Forfattere: Hanne Beate Sundfør, Ross Owen Phillips, Ole Aasvik • Oslo 2026 • 103 sider

- Evalueringen undersøker om kampanjen «Flertallet holder fartsgrensen» har bidratt til endringer i holdninger, normer, atferdsintensjon og faktisk fartsoverholdelse fra 2019 til 2025, basert på landsrepresentative spørreundersøkelser og objektive fartsdata.
- Intensjon og selvrapportert atferd har beveget seg bort fra de høyeste fartsovertredelsene, og objektive målinger viser økt etterlevelse av fartsgrensen på 80 km/t-veier.
- Endringer i holdninger og opplevde normer knyttet til det å kjøre litt for fort, er i tråd med endringer i intensjon og atferd.
- Endringer i normer og holdninger, sammen med en tendens til større endringer i kampanjens mediemålgruppe, er i tråd med antakelsen om at kampanjen har bidratt til å redusere andelen som kjører litt for fort.
- Kampanjeeksponering er særlig knyttet til endringer i normative oppfatninger, noe som tyder på at normbaserte virkemidler har hatt gjennomslag.
- Fraværet av kontrollgruppe gjør det vanskelig å fastslå sikre årsakssammenhenger, ettersom også andre forhold kan ha påvirket utviklingen. Det samlede mønsteret gir likevel støtte til at kampanjen kan ha vært en medvirkende faktor i utviklingen vi observerer, som også er det mest realistiske utbyttet innenfor et slikt evalueringsdesign.

Formålet med evalueringen er å undersøke om det har skjedd endringer i de underliggende mekanismene som påvirker intensjonen om å holde fartsgrensen, samt faktisk fartsoverholdelse i perioden kampanjen har pågått (2020–2025).

Bakgrunn

Statens vegvesens fartskampanje «Flertallet holder fartsgrensen» ble lansert 17 september 2020 og avsluttet oktober 2025. Kampanjen bygger på en normbasert tilnærming der målet er å øke andelen som overholder fartsgrensen, og dermed bidra med å redusere antall drepte og hardt skadde på norske veier. I tråd med IBM-modellen (Integrated Behaviour Model) ønsker kampanjen å påvirke fartsatferd gjennom endringer i holdninger, sosiale normer og opplevd atferdskontroll. Disse faktorene antas å påvirke atferdsintensjoner, som igjen, i samspill med vaner og atferdens synlighet, kan føre til endringer i atferd (se figur S.1).



Figur S.1: IBM-modellens antatte virkningskjede i relasjon til fartsatferd.

Kampanjens strategi har tatt utgangspunkt i modellens virkningskjede. Ved å påvirke de mellomliggende faktorene som driver fartsatferd kan man forvente en endring i intensjon til å holde fartsgrensen og økt etterlevelse av fartsgrensene.

«Målet er å normalisere positiv fartsadferd, ved øke bevissthet, refleksjon og kunnskap om fartsovertredelser og påvirke evne og vilje til å holde fartsgrensen og kjøre etter forholdene. Normene i samfunnet skal endres, og kommunikasjonen skal synliggjøre og kommunisere den faktiske virkelighet»

Statens vegvesen

Å normalisere positiv fartsatferd og kommunisere den faktiske situasjonen viser til de normative komponentene i modellen, deskriptive normer (hva andre gjør) og injunktive normer (hva andre forventer at du skal gjøre). Å øke bevissthet, refleksjon og kunnskap om konsekvensene av fartsovertredelser retter seg mot kognitive og emosjonelle holdninger, at det er fornuftig å holde fartsgrensen, og at det oppleves positivt å gjøre det. Å påvirke evne til å holde fartsgrensen viser til opplevd atferdskontroll, mens vilje handler om atferdsintensjonen.

Modellens virkningskjede danner også grunnlaget for evalueringen. Dersom de mellomliggende faktorene utvikler seg i forventet retning, og dette sammenfaller med endringer i selvrapportert og/eller faktisk fartsatferd, gir det støtte til at kampanjen kan ha hatt effekt.

Kampanjen hadde to målgrupper: den emosjonelle målgruppen og mediemålgruppe. Den emosjonelle målgruppen bestod av vanlige folk som ønsker å oppføre seg ansvarlig og tror de kjører forsvarlig, men som likevel ofte kjører litt over fartsgrensen. Mediemålgruppen var menn i alderen 25-55 år, som er sentrale både for plassering i media og med tanke på påvirkning av andre trafikanter.

For å kommunisere budskapet ble det brukt virkemidler som reklamefilmer, radiospotter, kampanjeside, sosiale medier, betalte innholdsartikler i nyhetsmedier og kampanjeskilt langs vei. Hovedbudskapet for kampanjen oppsummeres på mange måter i lydsporet til kampanje-filmen «Hold fartsgrensen – for oss alle», som ble brukt i første del av kampanjen.

«Vi er mange som holder fartsgrensen. Faktisk de aller fleste av oss. Så ved en liten innsats som gjør at alle kan være tryggere, bare ved å ikke kjøre

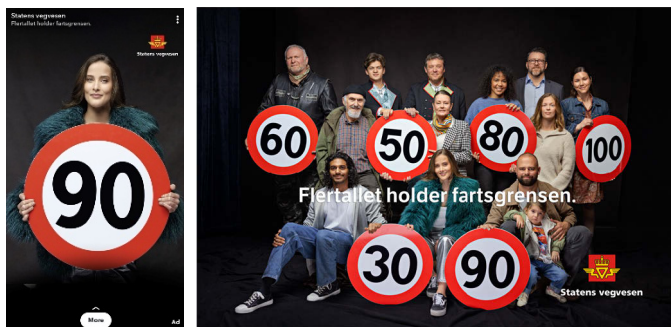


fortere enn vi skal – bil for bil, sjåfør for sjåfør – gjør vi det mindre farlig for alle. Men det er fortsatt noen som mangler på den riktige siden av fartsgrensen. De som tror at bare ti over i 80 sone ikke er så farlig. Men det kan være nettopp de ti over som gjør at du ikke rekker å stoppe, hvis du plutselig må. Jo flere som holder riktig fart, jo tryggere blir veiene våre. Så hold fartsgrensen – for oss alle»

Lydspor kampanjefilm, LOS 2020

Sosiale normer handler ikke om enkeltindividers atferd, men om oppfatninger av hva «vi» som fellesskap gjør (deskriptive normer) og forventer av andre (injunktive normer). Endringer i sosiale normer innebærer derfor en endring i hva man tror er vanlig og akseptert atferd i samfunnet. Det kan være relativt enkelt å forestille seg at man selv kan endre atferd, men langt vanskeligere å se for seg at «alle andre» gjør det samme. Å påvirke normer handler dermed om å utfordre forestillingen om at fartovertredelser er noe «alle» driver med. Å endre denne oppfatningen har vært hovedbudskapet i kampanjens normative tilnærming: «Flertallet holder fartsgrensen».

Kampanjen har samtidig adressert andre sentrale komponenter i IBM-modellen. Gjennom å tydeliggjøre konsekvensene av å kjøre «bare litt over» fartsgrensen har den forsøkt å påvirke kognitive holdninger, ved å øke bevisstheten om risiko. Ved å løfte frem det positive ved å holde fartsgrensen har den også berørt emosjonelle holdninger. I tillegg har budskapet i noen grad vært rettet mot opplevd atferdskontroll. Samlet sett har kampanjen dermed vært utformet i tråd med de sentrale mekanismene i IBM-modellen. Et punkt som er adressert i kampanjen, men som ikke er i tydelig samsvar med modellen er forståelse og aksept for fartsgrenser.



Figur S.2: Eksempel på kampanjemateriell som spiller på dobbeltbetydningen av å holde fartsgrensen

Datakilder og analyse

Spørreundersøkelser før og etter kampanjen

- En nullpunktundersøkelse i november 2019
- En etterundersøkelse i oktober-november 2025.

Utvalget til spørreundersøkelsene ble trukket tilfeldig fra Statens vegvesens førerkortregister. I 2019 ble invitasjonene sendt per e-post (svarprosent 15,9; N = 2249), mens de i 2025 ble sendt per post med purring via e-post og SMS (svarprosent 25,6 N=3106). I 2025 ble det i tillegg gjennomført et mindre utvalg med utsending per e-post. Her var svarprosenten 4,6 prosent.



Undersøkelsen er basert på tverrsnittsundersøkelser gjennomført i oktober/november, med landsrepresentative utvalg fra Førerkortregisteret i 2019 og 2025. For å sikre sammenlignbarhet over tid er dataene vektet for alder og kjønn mot en felles populasjon. Dette gir direkte sammenlignbare estimater der forskjeller mellom nullpunkt i 2019 og etterundersøkelse i 2025 kan tolkes som endringer i utfallsmålene, gitt en konstant demografisk sammensetning.

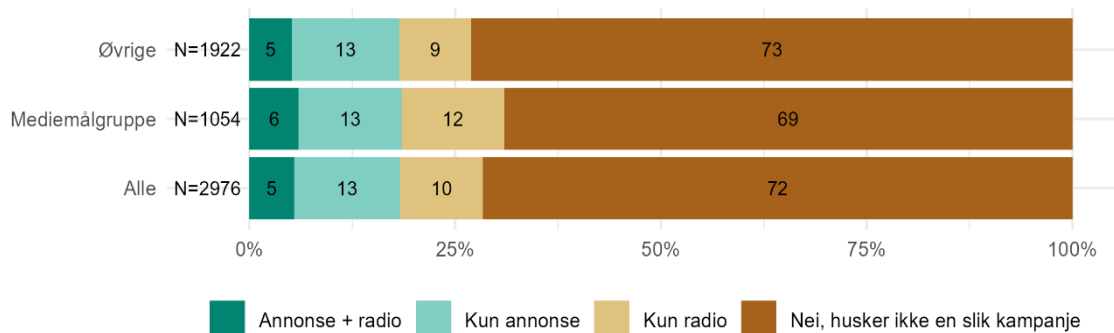
Andelen el-biler og nyere biler har økt fra 2019 til 2025. Det samme har bruken av førerstøttesystemer for fartsoverholdelse (for eksempel fartsvarsel og fartsholder). Opplevelsen av speedometerfeil er redusert i perioden, men fortsatt er det over halvparten som mener at speedometeret viser for lav fart.

Fartsdata fra utvalgte tellepunkt før og etter kampanjen

For å evaluere effekten av kampanjen på **faktisk fart**, har vi analysert to ukers fartsdata for 10 utvalgte tellepunkter på veger med fartsgrense 80 km/t før og etter gjennomføring av kampanjen. Førperioden er 27. august til 13. september 2019, og etterperioden er 26. august til 12. september i 2025. Vi rapporterer overholdelse av fartsgrense for alle kjøretøy og for kjøretøy med tidsluker på mer enn 5 sekunder. Dette gir et bedre bilde av førerens frie fartsvalg, hvor det hovedsakelig er førerens forhold til fartsgrensene eller veiforholdene (og ikke trafikkmessige begrensninger) som bestemmer farten.

Kampanjeoppmerksomhet og eksponering

Figur S.3 viser svarfordelingen for kampanjeoppmerksomhet for kampanjen (basert på utvalgt stimuli) og er målet vi bruker for eksponering. Respondenter som oppga å ha lagt merke til kampanjen i minst én kanal omtales som *eksponerte*, mens respondenter som ikke rapporterte å ha lagt merke til kampanjen omtales som *ikke-eksponerte*. I den emosjonelle målgruppen (alle) var det 28% som husket å ha lagt merke til kampanjen.



som har lagt merke til kampanjen (minst én kanal). Forskjell mellom mediemålgruppe og øvrige: $p = 0.024$. Diff = 4 prosentpoeng.

Figur S.3: Svarfordeling for kampanjeoppmerksomhet knyttet til Statens vegvesens kampanje «Flertallet holder fartsgrensen». For mediemålgruppen, øvrige og alle. Prosent.

Har kampanjen virket i tråd med modellen?

I tråd med det teoretiske grunnlaget søker kampanjen å påvirke fartsatferd indirekte, gjennom å styrke intensjonen om å holde fartsgrensen. Intensjonen antas å påvirkes av emosjonelle og kognitive holdninger, deskriptive og injunktive normer samt opplevd atferdskontroll. Et sentralt element i kampanjens normative tilnærming har vært å utfordre forestillingen om at «alle kjører litt over». oppsummerer forventningene (hypotesene) som følger av modellens



rammeverk og kampanjens målsettinger, og vurderer disse opp mot funnene fra spørreundersøkelsene og de faktiske fartsdataene.

Tabell S.1: Forventingene ut fra IBM-modellens virkningskjede og funnene fra spørreundersøkelsene og fartstellepunkt. Grønn pil= endring i forventet retning. Rød pil = endring i ikke forventet retning.

IBM-Faktor	Forventing	Funn
Holdninger	Emosjonelle holdninger endres – gode følelser ved å holde fartsgrensen	Tilfreds holdning til egen overholdelse øker ↑ Øker fra 43% til 54% (10,5 pp) og tilsvarer en relativ økning på 24%. ↑
	Kognitive holdninger endres – det er fornuftig å holde fartsgrensen	Andelen som mener at risikoen for en ulykke øker ved høyere fart enn fartsgrensen tilsier øker ↑ Øker fra 68% til 73% (4,4 pp) og tilsvarer en relativ økning på 7%. ↑
	Antagelse om at du blir tatt i løpet av et år med konsekvent litt høy fart, øker ↑	Øker fra 73% til 81% (8,8 pp) og tilsvarer en relativ økning på 12% ↑ Finner en eksponeringseffekt.
Normer	Deskriptive normer endres – andre holder fartsgrensa	Flere rapporter at andre holder fartsgrensen ↑ Andre bilister øker fra 13 % til 18% (5,3 pp) og tilsvarer en relativ økning på 40% Mine venner øker fra 27% til 41% (13,7 pp) og tilsvarer en relativ økning på 40% Mine passasjerer øker fra 45 % til 53% (8,0 pp) og tilsvarer en relativ økning på 17% Min partner øker fra 59% til 68% (8,8 pp) og tilsvarer en relativ økning på 15% ↑ Finner en eksponeringseffekt.
	Andel som sier at det er sosialt akseptert å kjøre litt for fort går ned ↓	Ingen endring. 68% mener fortsatt det er sosialt akseptert å kjøre over litt over fartsgrensen. → Men, eksponerte mener i mindre grad at det er sosialt akseptert å kjøre litt over.
	Andel som sier at det er etisk galt å kjøre for fort skal opp ↑	Ingen endring i andel som mener det er etisk galt, men en forskyvning i forventet retning. → Men, eksponerte mener i større grad at det er etisk galt å kjøre for fort.
	Andel som sier at det er ulovlig ↑	Andelen som er enige i at det er ulovlig å kjøre litt over fartsgrensen har økt fra 64 til 69% (5,8 pp) og tilsvarer en relativ økning på 9%. ↑
	Injunktive normer endres – viktige andre forventer at jeg holder fartsgrensa	Antagelsen om andres forventninger til egen overholdelse øker ↑ Folk flest øker fra 62 til 69% (7,1 pp) og tilsvarer en relativ økning på 11%. Bilister (foran) øker fra 51 til 59 (7,9 pp) og tilsvarer en relativ økning på 15%. Mine passasjerer øker fra 68 til 74 % (pp) og tilsvarer en relativ økning på 9%. Min partner øker fra 67 til 72% (5,5 pp) og tilsvarer en relativ økning på 8%. Mine venner øker fra 57 til 65 % (8,2 pp) og tilsvarer en relativ økning på 14 %. ↑
	Antagelse om negativ holdning fra andre hvis man overholder fartsgrensen reduseres ↓	Ingen endring. 56% oppgir at bilistene bak vil bli irritert →



IBM-Faktor		Forventing	Funn
Opplevd atferdskontroll		Egne forventninger til andres overholdelse øker	Øker fra 61 til 65% (3,8 pp) som tilsvarer en relativ økning på 6 %.
		Opplevd atferdskontroll er uendret	Ingen tydelig retning
Intensjoner	Intensjonen om å holde fartsgrensen øker	Andelen som sier at de vil holde fartsgrensa 80 og 100 neste gang de kjører øker	Reduksjon i de høyeste fartskategoriene. Økning fra 82% til 88% (5,2pp) for intensjon om å holde seg innenfor 1-5 km/t over i 80 sone. Økning fra 71% til 77% (6,3 pp) for intensjon om å holde seg innenfor 1-5 km/t over i 80 sone.
		Andelen som sier at de overholdt fartsgrensa i 80 sone øker	Ønsket atferd (å holde fartsgrensa) har ikke økt i periodene, men vi ser en forskyving mot lavere fartsovertredelser. Flere oppgir å kjøre innenfor 1–5 km/t over fartsgrensen
Atferd	En økning i intensjon ledsages av en tilsvarende økning i selvrapportert og/eller faktisk fartsatferd	Redusere andelen som sier at de kjører over fartsgrensen i 80-sone	Størst reduksjon i 6-10 km/t over
		Andelen som holder fartsgrensen i 80-sone øker	55,5 % holder fartsgrensa i 2025 mot 52,6 i 2019. En endring på 2,9 pp, som tilsvarer en relativ økning på 6%

Evalueringen viser en samlet utvikling i ønsket retning når det gjelder fartsoverholdelse fra før-til etterundersøkelsen. Endringene er tydeligst innen normdimensjonen i IBM-modellen. Både oppfatninger av hva andre gjør (deskriptive normer) og hva andre forventer (injunktive normer), har beveget seg i retning av sterkere sosial oppslutning (normativ støtte) til å holde fartsgrensen. Det er særlig innen denne dimensjonen vi finner forskjeller mellom eksponerte og ikke-eksponerte, noe som indikerer at kampanjen har hatt gjennomslag ved å påvirke den normative forventningen om at «alle kjører litt over». Funnene tyder på at gapet mellom faktisk atferd (at de fleste holder fartsgrensen) og oppfatningen av andres atferd er redusert. Endringene er mindre tydelige for vurderinger av hva som er sosialt akseptert eller etisk galt, men hovedbildet er en klar forskyvning mot sterkere normative forventninger om fartsoverholdelse.

Holdninger til fartsoverholdelse har også styrket seg, men fremstår i mindre grad som direkte knyttet til eksponering, med unntak av opplevd oppdagelsesrisiko. Opplevd atferdskontroll viser ingen tydelig endring i perioden.

Når det gjelder intensjon og selvrapportert atferd, observeres en forskyvning bort fra de høyeste fartsovertredelsene og mot lavere overskridelser, i tråd med modellens virkningskjede. Andelen som oppgir intensjon om å kjøre innenfor 1–5 km/t over fartsgrensen i 80-sone har økt med 6 prosentpoeng, og vi ser en tilsvarende utvikling i selvrapportert atferd der hyppighet av fartsoverskridelser reduseres uten at vi ser en endring i økt overholdelse av fartsgrensene. Objektive fartsdata fra tellepunkt viser derimot en økning i etterlevelse på 6 prosent. Samlet innebærer dette delvis måloppnåelse for intensjon og atferd – i retning av økt etterlevelse, men ikke full overholdelse – og måloppnåelse for flere norm- og holdningskomponenter. Endringen i normer, sammen med en tendens til større endringer i kampanjens medie-



målgruppe, er i tråd med antakelsen om at kampanjen har bidratt til å redusere andelen som kjører litt for fort.

Teknologisk utvikling, herunder økt bruk av førerstøttesystemer, synes å ha bidratt til utviklingen vi observerer. Samtidige endringer i normer og holdninger tilsier imidlertid at endringene i intensjon og atferd ikke kan forklares av teknologi alene.

Selv om fraværet av kontrollgruppe gjør det krevende å isolere sikre kausale effekter, er mønsteret i resultatene samsvarende med kampanjens teoretiske virkningsmodell og Statens vegvesens målsettinger. Resultatene indikerer at normative virkemidler kan være et særlig relevant og effektivt innsatsområde i videre arbeid med fartsoverholdelse. For å styrke det metodiske grunnlaget i fremtidige evalueringer anbefales det å utforske muligheten for å etablere samarbeid med andre land for å muliggjøre bruk av kontrollgruppe, eller å gjennomføre regionale pilotkampanjer før nasjonal utrulling.

Konklusjon

Resultatene viser en samlet utvikling i retning av økt fartsoverholdelse fra 2019 til 2025. Endringene er tydeligst innen normdimensjonen, i tråd med kampanjens hovedfokus og IBM-modellens antatte virkningskjede. Utviklingen i normer og deler av holdningskomponenten sammenfaller med en forskyvning i intensjon bort fra de høyeste fartsovertredelsene, redusert omfang av selvrapporterte overtredelser og økt faktisk fartsoverholdelse i utvalgte tellepunkt.

Samtidig er dokumentasjonen for en isolert kampanjeeffekt begrenset, ettersom utviklingen også kan være påvirket av bredere samfunnsendringer og teknologiske forhold. Den tydeligste sammenhengen mellom eksponering og endring finnes innen normdimensjonen, noe som tyder på at kampanjen særlig har bidratt gjennom å styrke normative forventninger. Fraværet av kontrollgruppe gjør det vanskelig å fastslå sikre årsakssammenhenger, men det samlede mønsteret gir støtte til at kampanjen kan ha vært en medvirkende faktor i utviklingen vi observerer, som også er det mest realistiske utbyttet innenfor et slikt evalueringsdesign.



Evaluation of the Norwegian Public Roads Administration's campaign «Most people follow the speed limit»

A norm-based approach to increasing speed compliance

TØI Report 2156/2026 • Authors: Hanne Beate Sundfør, Ross Owen Phillips, Ole Aasvik • Oslo 2026 • 103 pages

- The evaluation examines whether the campaign “The majority follow the speed limit” has contributed to changes in attitudes, norms, behavioural intentions, and actual speed compliance from 2019 to 2025, based on nationally representative surveys and objective speed data.
- Behavioural intentions and self-reported behaviour have shifted away from the highest levels of speeding, and objective measurements indicate increased compliance with the 80 km/h speed limit.
- Changes in attitudes and perceived norms related to slightly exceeding the speed limit are consistent with observed changes in intentions and behaviour.
- Changes in norms and attitudes, together with a tendency toward greater changes within the campaign's media target group, are consistent with the assumption that the campaign has contributed to reducing the proportion of drivers who exceed the speed limit slightly.
- Campaign exposure is particularly associated with changes in normative perceptions, suggesting that norm-based interventions have been effective.
- The absence of a control group makes it difficult to establish causal relationships; however, the overall pattern supports the interpretation that the campaign may have contributed to the observed developments, which is also the most realistic outcome within this type of evaluation design.

1 Innledning

Statens vegvesens fartsregistreringer viser en tydelig positiv utvikling i fartsatferd i form av redusert gjennomsnittsfart og økt etterlevelse av fartsgrensene. Andelen kjøretøy som overholder fartsgrensene har økt med om lag 16 prosentpoeng, fra 45,5% i 2006 til 61,5 % i 2018 (Statens vegvesen, Politiet UP, 2020).

Statens vegvesens har hatt som mål at 70% av kjøretøyene skal holde fartsgrensen på veger med fartsgrense 80 km/t og 100 km/t innen 2022, for å bidra til en ytterligere reduksjon i antall drepte og hardt skadde på norske veger (Nasjonal Tiltaksplan, 2018). Selv om målet er økt etterlevelse av fartsgrenser generelt, er hovedfokuset rettet mot veger med høyere fartsgrenser, særlig 80-veger, der utfordringene knyttet til både holdninger og atferd er størst (Phillips & Sagberg, 2013).

Fartskampanjen «*Flertallet holder fartsgrensen*»¹ ble lansert i 2020 og avsluttet sensommeren 2025. Den ble opprinnelig planlagt med oppstart i 2020 og skulle vare ut 2024, men både varighet og oppstart ble justert som følge av pandemien (Covid-19). Det er Statens vegvesen som står bak kampanjen, som har vært en nasjonal kampanje med mål om å få flere til å holde fartsgrensen i henhold til målsetningen om 70% fartsoverholdelse på veger med fartsgrense 80 – og 100 km/t.

Kampanjen har hatt normer og atferd i trafikken som hovedtema, og den teoretiske forankringen er basert på *Integrert atferdsmodell* (*Integrated Behavioral model, IBM*). Transportøkonomisk institutt (TØI) har hatt i oppdrag å evaluere kampanjen, og samtidig bidra med innspill til kampanjens utforming.

Evalueringen omfatter følgende datakilder:

- **Spørreundersøkelse** ble gjennomført både før og etter kampanjen.
 - En nullpunktundersøkelse i november 2019 (Phillips et al., 2020)
 - En etterundersøkelse i oktober-november 2025.
- **Fartsdata** (faktisk målt fart) fra Statens Vegvesen sine tellepunkter, i perioden 2019 – 2025.

Den samlede evalueringen gir dermed innsikt i både endringer i faktorer som påvirker atferd hos trafikanter og faktiske endringer i fartsatferd i befolkningen i perioden kampanjen har pågått (2021-2025).

¹ <https://www.vegvesen.no/trafikkinformasjon/trafikksikkerhet/kampanjer/fart/>

2 Teoretisk grunnlag

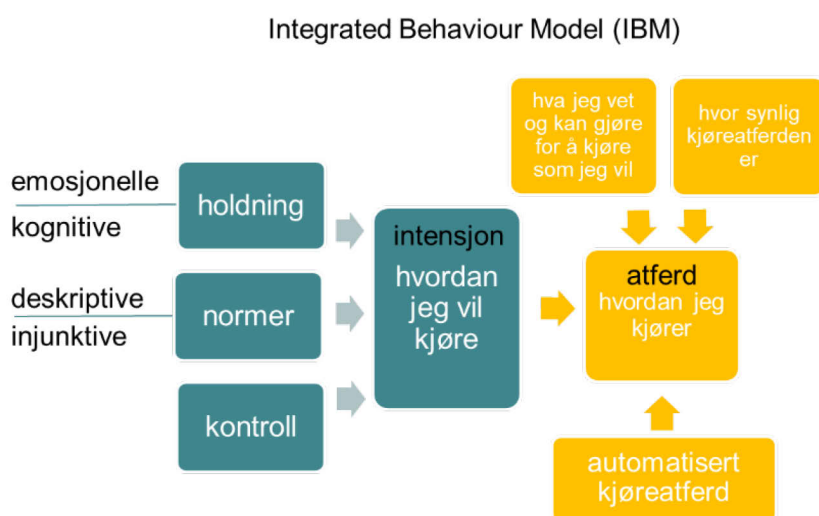
2.1 Atferdsendring

2.1.1 Integrert atferdsmodell (IBM)

For å utvikle tiltak som faktisk påvirker folks atferd er det viktig å forstå hva som styrer atferden deres. En mye brukt modell i slik sammenheng er teorien om planlagt atferd (*Theory of Planned Behaviour, TPB*) (Ajzen, 1991). Den tar utgangspunkt i at atferd i stor grad er styrt av det vi har til hensikt å gjøre, altså våre intensjoner. Disse intensjonene formes av:

- Holdninger til atferden (hva vi vet eller føler om atferden)
- Sosiale normer (forventninger fra andre og hva vi tror andre gjør)
- Opplevd atferdskontroll (mulighet for å gjennomføre)

Teorien om planlagt atferd er godt validert og har vært brukt til å forklare og påvirke ulike typer sosial atferd (Gauld et al., 2014). Selv om intensjoner er en viktig forutsetning for atferd, viser forskning at de sjelden alene er nok å forklare og påvirke atferd. Således er teoriens forutsetning om at atferd er styrt utelukkende av atferdsintensjoner, noe utdatert. *Den integrerte atferdsmodellen (Integrated behaviour model, IBM)* bygger videre på TPB, blant annet ved å supplere med andre faktorer enn intensjoner som kan bidra til å forklare atferd, som vaner og atferdens synlighet (Montaño & Kasprzyk, 2008). Derfor bruker vi IBM-modellen som rammeverk for å evaluere kampanjen (figur 2.1).



Figur 2.1: Integrated Behaviour Model (IBM) (Montaño & Kasprzyk, 2008).

I modellen skilles det mellom emosjonelle holdninger (dvs. følelser, om vi opplever overholdelse som kjedelig, irriterende eller tilfredsstillende) og kognitive holdninger (dvs. vurderinger basert på fornuft og konsekvenser). Tilsvarende deles (subjektive) normer inn i deskriptive normer (dvs. hva andre gjør) og injunktive normer (dvs. hva andre forventer at man bør gjøre). Opplevd atferdskontroll viser til i hvilken grad man opplever å ha kontroll over og kunne styre sin egen atferd.

2.1.2 Sosiale normer

Sosiale normer er uskrevne regler for hvordan man skal oppføre seg i en bestemt sosial gruppe eller kultur (Cialdini et al., 1990). Atferd er påvirket av sosiale normer, særlige i situasjoner hvor vi er usikre.

Utvikling av sosiale normer som støtter overholdelse av fartsgrenser, er et viktig mål for kampanjen. I den forbindelse er det viktig å forstå i hvilken grad og hvorfor sosiale normer støtter det å kjøre litt for fort. Teorien om adaptiv suksess sier at sosiale normer er forhandlet av gruppens medlemmer, slik at de fleste individer i gruppen kan handle på effektive måter, gitt lokale betingelser (Kameda et al., 2005). Det å kjøre litt for fort kan støttes av en gruppe, for eksempel, fordi det «tillater» at de fleste gruppe-medlemmene kommer fram så fort som mulig uten å bli straffet. Ifølge *Social Norm Theory* kan man endre atferd i en ønsket retning ved å gjøre en målgruppe klar over forskjeller mellom det man tror om hvordan andre i sin gruppe tenker og handler når det gjelder fart, og hvordan de faktisk tenker og handler (Cialdini, 2007; Cialdini et al., 1990). *Social Norm Theory* kan brukes ved siden av teorier som *framing* (hvordan budskapet vinkles) for å overbevise målgruppen at de aller fleste holder fartsgrensen.

Når IBM brukes som rammeverk, kan sosiale normer forstås på ulike måter. Forskning viser at både vaner, personlige normer og sosiale normer er knyttet til fartsatferd (De Pelsmacker & Janssens, 2007), men at subjektive normer har varierende effekt på atferd og ofte er svakere knyttet til atferdsintensjoner enn holdninger (Lapinski & Rimal, 2005; Trafimow & Fishbein, 1994). Dette kan skyldes at mange studier ikke skiller mellom injunktive og deskriptive normer (Lapinski & Rimal, 2005, s. 130).

- **Injunktiv norm:** overbevisninger om det andre mener man bør gjøre.
- **Deskriptiv norm:** overbevisninger om det andre faktisk gjør.

Cialdini (2009) påstår at atferd i samsvar med injunktive normer er motivert av et behov for sosial godkjenning: Jo viktigere det er for et individ å gjøre det andre forventer, jo større er effekten av injunktive normer på atferdsintensjoner. Når det gjelder fartsatferd, kan det tenkes at dette kan påvirkes av hvorvidt andre er til stede som passasjerer eller ikke (Park & Smith, 2007). Deskriptive normer indikerer forekomsten og populariteten av en atferd for individer. Begge typer av subjektive normer er viktig for atferdsintensjoner, men de er vesentlig forskjellige, ettersom «*descriptive norms typically do not involve social sanctions for noncompliance*» (Lapinski & Rimal, 2005, p. 130).

Forskning tyder derfor på at det blir viktig å betrakte sosiale normer om fartsatferd mens man kjører som noe som består av tre komponenter;

- Oppfatninger om andres forventninger om å kjøre litt for fort.
- Hvor viktig det er for bilføreren å etterkomme andres forventninger.
- Oppfatninger om hvor vanlig det er for andre å kjøre litt for fort.

Sosiale normer handler ikke om individer: Ifølge Mackie et al. (2015) handler endringer i sosiale normer om i hvilken grad «vi» tror «vi» har endret «vår» atferd. De påpeker at det er relativt enkelt å tro at vi som «individer» kan endre vår atferd, men relativt vanskelig å tro at «vi» som et kollektiv kan endre vår atferd. En typisk måte for bilførere å tenke på kan derfor være: «Vi kan ikke endre atferd, fordi alle kjører litt for fort hele tida». For å få til endring i sosiale normer, må man få til en endring i denne tankegangen, og det er denne endringen som må måles. For Mackie et al. (2015) handler sosiale normer om felles forventninger «i den sosiale verden». Eksempler på påstander for å måle sosiale normer på en måte som er konsekvent med Mackie et al. (2015), er, «jeg kjører litt for fort fordi andre forventer det», «andre ville ikke like det om jeg holdt fartsgrensen hele tiden», og «andre har rett til å forvente at jeg kjører litt for fort». Noen andre viktige momenter vi kan ta fra Mackie et al. (2015), er som følger:

- Lovlige normer (dvs. hva som er i tråd med regelverket), etiske normer (dvs. hva som oppfattes som moralsk riktig eller galt) og sosiale normer må **støtte** opp under hverandre hvis man vil få til en optimal atferdsendring. For å evaluere en normkampanje om fart, er det derfor viktig å måle persepsjoner om både lovlige, etiske og sosiale normer, før og etter kampanjen.
- For å få til endring i sosiale normer, er det viktig å **vise** bilførerne «sosiale dilemmaer», f.eks. «Jeg kjører for fort av og til, men når jeg kjører forbi en annen bil forventer jeg at imøtekomende biler ikke kjører for fort».
- Det er interessant når en «ønskelig» personlig norm («det er vanlig for meg å holde fartsgrense») går i strid med en «ønskelig» sosial norm («det er vanlig for oss å kjøre litt over

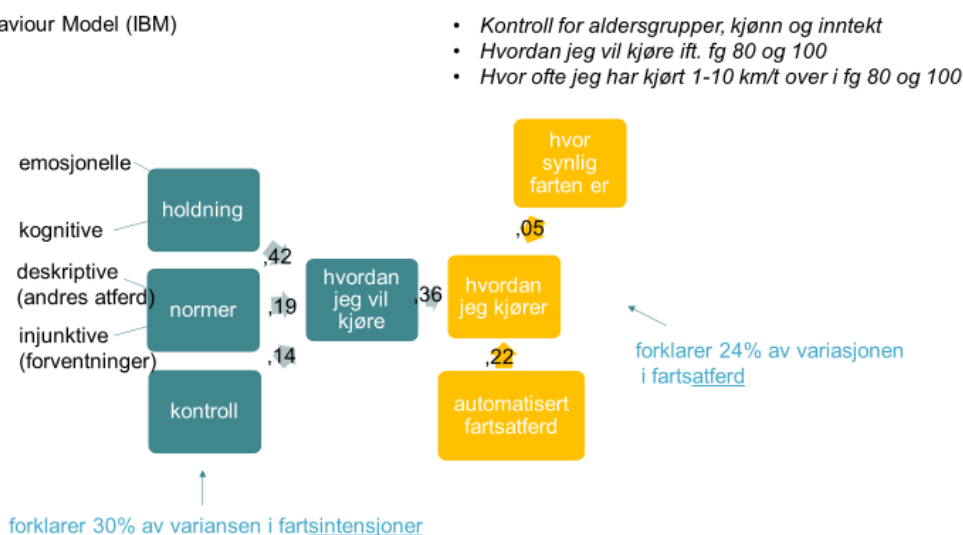
fartsgrense»), for det tyder på at sosiale normer kan endres ved å vise at de fleste av oss har «ønskelige» personlige normer.

- Det er interessant å fange opp hva folk mener **om** konsekvensene av en ny sosial norm.
- Det er viktig ikke bare å måle den gamle normen («vi synes det er greit å kjøre litt for fort av og til») men også den nye («vi synes det er greit å holde fartsgrensen»).
- Det kan lønne seg å stille et direkte spørsmål **om** normer, slik f.eks., «det er sosialt aksept for...»

2.1.3 Faktorer som predikerer fartsintensjoner og -atferd.

Vår analyse i nullpunktundersøkelsen gir støtte for statistisk signifikante sammenhenger mellom holdning, normer, kontroll og intensjoner, og mellom intensjoner, vaner, synlighet og selvrapportert fartsatferd (Phillips et al., 2020). Resultatene viste at IBM-faktorene forklarte 30 % av variansen i fartsintensjoner, etter å ha kontrollert for alder, kjønn og inntekt (se figur 2.2). Det betyr at modellen kan forklare 30 % av fartsintensjonen og at de resterende 70% fortsatt er uforklart (andre ting som påvirker).

Integrated Behaviour Model (IBM)



Side 15

toi Transportøkonomisk institutt
Sivilingeniør senter for samferdselsforskning

Figur 2.2: IBM-modellen. Sammenhenger mellom holdninger, normer og kontroll på intensjon og intensjon på atferd.

Det var en spesielt sterk sammenheng mellom emosjonelle holdning² til overholdelse av fartsgrensen og om folk vil overholde fartsgrensen neste gang de kjører (intensjon), og mellom intensjon og hvor ofte de har gjort det i løpet av siste måned (selvrapportert atferd). Alle sammenhenger mellom holdninger, normer, kontroll og intensjoner var sterke og signifikante. Hver faktor bidro unikt til å forklare variasjonen i folks intensjoner, uavhengig av de andre faktorene i modellen. Dette støtter opp under idéen om at IBM-modellen kan brukes for å informere de som utformer kampanjen om hvilke tiltak som kan brukes (f.eks. budskap om sosiale normer). Det gir også et rammeverk for evaluering av kampanjen.

² Emosjonell holdning i modellen består av om vi opplever overholdelse som kjedelig, irriterende eller tilfredsstillende, og om vi tror at andre vil bli irritert.

3 Om kampanjen

3.1 Målet – å normalisere positiv fartsatferd

Statens vegvesens konkurransegrunnlag (Vedlegg 1) beskriver de opprinnelige planene og utgangspunktet for en nasjonal kampanje for å øke overholdelsen av fartsgrenser. Resultatene fra Nullpunktundersøkelsen (Phillips et al., 2020) bidro til å videreutvikle og spisse kampanjen. Et sentralt utgangspunkt var erkjennelsen av at mindre fartsovertredelser i stor grad er sosialt akseptert og sjelden oppfattes som uakseptable, særlig overskridelser på 0-10 km/t på veier med 80 km/t fartsgrense og opp til 15-20 km/t på høyhastighetsveier (100 km/t) (Sagberg & Phillips, 2013). Samtidig viser forskning at normtilnærming er mer gjennomførbar og effektiv når det kan vises til at den ønskede atferden allerede er relativt utbredt i befolkningen, slik at budskapet bygger på at dette er noe flertallet gjør (Cialdini, 2003). I 2019 overholdt mer enn 60 prosent av kjøretøyene fartsgrensen i 80-sone (Statens vegvesen, Politiet UP, 2021). Med dette som utgangspunkt ble utvikling av sosiale normer som støtter overholdelse av fartsgrenser et sentralt element i kampanjen. Hovedfokuset for kampanjen var å påvirke førernes *intensjon om å holde fartsgrensen*, det vil si å styrke motivasjonen for å kjøre innenfor gjeldende fartsgrenser.

Følgende strategi og målsetning for kampanjen er formulert av Statens Vegvesen:

«Målet for fartskampanjen er å normalisere positiv fartsadferd, ved øke bevissthet, refleksjon og kunnskap om fartsovertredelser og påvirke evne og vilje til å holde fartsgrensen og kjøre etter forholdene. Normene i samfunnet skal endres, og kommunikasjonen skal synliggjøre og kommunisere den faktiske virkelighet»

Statens vegvesen (2020)

Kravene til kampanjen var:

1. Øke bevissthet og kunnskap om fartsoverholdelse, og evne og vilje til å holde fartsgrensen og kjøre etter forholdene.
2. Siden det er en nokså høy grad av sosial aksept for å kjøre litt over fartsgrensen, skal normene i samfunnet endres. Gjennom å synliggjøre og kommunisere den faktiske virkelighet så skal vi få folk til å ikke lenger tenke at alle andre kjører for fort.
3. Kampanjen skal ta hensyn til forståelse og aksept for fartsgrenser og fartsgrensekriterier.

3.1.1 Målgrupper

Kampanjen har to målgrupper: **emosjonell** og **medie**. Den **emosjonelle målgruppen** (alle) omfatter vanlige folk som ønsker å oppføre seg ansvarlig og tror de kjører forsvarlig, men som likevel ofte kjører litt over fartsgrensen og/eller ikke tilpasser farten godt nok til forholdene. **Mediemålgruppen** består av menn i alderen 25–55 år, som er sentrale både for plassering i media for tanke på påvirkning av andre trafikanter.

Nullpunktundersøkelsen understreket hvor viktig mediemålgruppen var, både når det gjalt kjøremengde, intensjoner og atferd knyttet til det å ikke holde fartsgrensen, samt opplevde normer. Videre viste nullpunkt at et representativt utvalg av bilførere i Norge kan deles i tre undergrupper som kan trenge ulike typer budskap for å endre atferd: «Jeg kjører litt over, det er helt ok», «Vi holder fartsgrensen» og «Påvirket av andre til å kjøre for fort» (Phillips et al., 2020).

Til slutt, når det gjelder atferdsendring, er det viktig å ta hensyn til antakelser om speedometerets nøyaktighet. Førere som oppgir å kjøre 1–5 km/t over fartsgrensen kan i mange tilfeller justere for

antatt måleavvik, og dermed oppfatte dette som å kjøre innenfor fartsgrensen. Derimot vil atferden til førere som oppgir å kjøre 6–10 km/t eller mer over fartsgrensen, i mindre grad kunne forklares med slik justering. Denne gruppen gir derfor et tydeligere uttrykk for en faktisk intensjon om å kjøre over fartsgrensen.

3.2 Kampanjens kanaler og virkemidler

Kampanjen brukte flere kanaler (hvor) og virkemidler (hvordan) i kampanjeperioden:

- a. Tv, web-tv, kino (reklamefilmer)
- b. Radio
- c. Kampanjesider ³
- d. Sosiale medier (Film og stillbilder)
- e. Print advertorial /Content/Display i nyhetsmedia (VG, Aftenposten og lignende) ⁴
- f. Fartskampanjeskilt langs vei
- g. Politikontroller

Lydsporet i filmen «Statens vegvesen - Hold fartsgrensen – for oss alle» oppsummerer på mange måter hovedbudskapet i kampanjen:

«Vi er mange som holder fartsgrensen. Faktisk de aller fleste av oss. Så ved en liten innsats som gjør at alle kan vær tryggere, bare ved å ikke kjøre fortere enn vi skal. Bil for bil, sjåfør for sjåfør, gjør vi det mindre farlig for alle. Men det er fortsatt noen som mangler på den riktige siden av fartsgrensen. De som tror at bare ti over i 80 sone ikke er så farlig. Men det kan være nettopp de ti over som gjør at du ikke rekker å stoppe, hvis du plutselig må. Jo flere som holder riktig fart, jo tryggere blir veiene våre. Så hold fartsgrensen – for oss alle»

Lydspor i kampanjefilm, LOS 2020 ⁵

Kampanjefilmen «Flertallet holder fartsgrensen» ble lansert i 2022, og tydeliggjør i større grad kampanjens normbudskap og formidles gjennom ulike personer i ulike situasjoner som holder fysiske fartsgrenseskilt ⁶.

3.3 Tidslinje for kampanjen

Her følger en tidslinje for kampanjeperioden (se tabell 3.1). I første del av kampanjeperioden var reklamebyrået LOS & Co. ansvarlige for kampanjeutformingen. I 2022 overtok reklamebyrået Try i samarbeid med Wavemaker.

³ <https://www.flertalletholderfartsgrensen.no/artikler/flertallet> , <https://www.flertalletholderfartsgrensen.no/artikler/5-myter-om-fart>

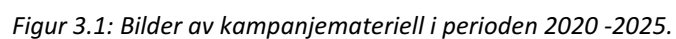
⁴ Eksempel: <https://www.vg.no/annonsorinnhold/statensvegvesen/barelittover/>

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=i0QBamq4atc>

⁶ <https://www.flertalletholderfartsgrensen.no/>

Tabell 3.1: Tidslinje for kampanjeperioden.

Årstall	Kampanjepulser	Kanaler	Kommentar
2020	Priming: Uke 28-30 (juli) Lansering: 17. september 1. Uke 38-42 (september-oktober) 2. Uke 44-46 (november)	Bred bruk av kanaler: TV, sosiale medier, YouTube, radio, kino og betalt innholdsartikkel i papir-medier (print) Ny innholdsartikkel publisert i vg.no samt i print utgave VG Helg, A-magasinet og Innsikt. Opprettet egen Facebook-side for kampanjen, og en egen kampanjeside på nett.	Før lansering av kampanjen ble det gjennomført en priming for å tilrettelegge grunnen for påvirkning og sette temaet fart på dagsorden. Tidspunktet var fellesferien når nordmenn var på Norgesferie. Materiell var innholdsartikler om myter om fart. Fokus på Norgesferie skyldtes også at dette var under pandemien. Pandemien bidro også til at det var en del restriksjoner, noe som også gjorde at produksjon mm tok litt lengre tid enn vanlig. Fokus normbudskalet «Flertallet holder fartsgrensen» og «vi'et» samt diverse myter om fart.
2021	1. Uke 15-17 (april) 2. Uke 23-27 (juni-juli) 3. Uke 45-51 (november-desember)	Bred kanalmiks: TV, Web-tv, Sosiale medier, content	Fokus på fartstematikken, normer og myter om fart.
2022	1. Uke 13-17 (april) 2. *Uke 26 – 31 (juli-august) 3. Uke 45-51 (november-desember)	Bred kanalmiks: TV, Web-tv, sosiale medier, Youtube, Display, Kino	Overgang til Try mateiell. Ny hovedfilm (folk holder reelle fartsskilt) Justert strategidokument. *På grunn av årets ulykkesituasjon ble det gjennomført en «samlet sommerkampanje» som tok for seg både fart- og oppmerksomhetstematikken. Det var først og fremst fokus på fart da det var andre tiltak på oppmerksomhet (samarbeid mellom ulike ts-aktører) Normbudskalet brukt som vanlig, med fokus på dynamisk norm: at stadig flere holder fartsgrensen for å understreke at normen er i endring.
2023	1. Uke 15-16 (april) 2. Uke 26-27 (juli) 3. Uke 50-51 (desember)	Bred kanalmiks: Sosiale medier, Display, Betalt innholdsartikkel i digitale medier (content)	Fokus på normer og norm i endring. «Gjør som flertallet, og hold fartsgrensen du også»
2024	1. Uke 12-15 (mars-april) 2. Uke 15-16 (april, UP's fartskontrolluke Sør-Norge) 3. Uke 21-22 (mai-juni, UP's fartskontrolluke Nord-Norge) 4. Uke 25-26 (juni) 5. Puls 5: Uke 49-51 (desember)	Bred kanalmiks: TV, radio, sosiale medier, display, Betalt innholdsartikkel i digitale medier (content)	Fokus på Lovbrudd. Fartsovertredelser er et lovbrudd uansett hvor lite eller mye man kjører over.
2025	1. Uke 26-37 (juni-august) 2. Uke 40-43 (oktober)	Bred kanalmiks: Sosiale medier, radio, Display	Lovbrudd

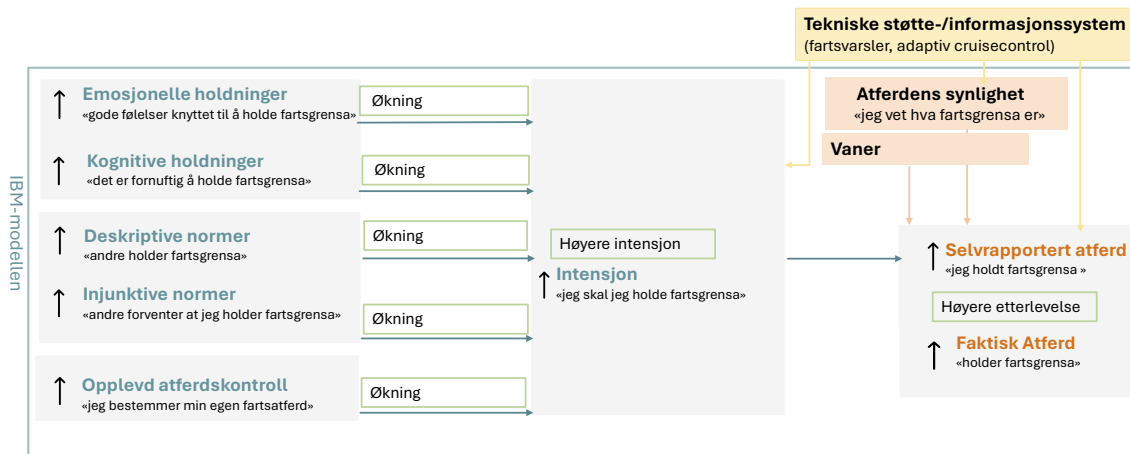


4 Formål og forventinger

4.1 Evaluering av kampanjen

Det er en metodisk utfordring at kampanjen er nasjonal (landsomfattende). Det finnes derfor ingen kontrollgruppe som ikke har vært utsatt for kampanjen. Selv om det gjøres en før- og etterundersøkelse, kan det være vanskelig å tolke resultatene, da det kan tenkes at en eventuell forskjell i effektindikatorer fra før til etter en kampanje kan skyldes andre forhold enn kampanjen. Likevel finnes det andre muligheter for å undersøke hvorvidt endringene kan knyttes til kampanjen.

I tråd med det teoretiske grunnlaget, vil kampanjen oppnå en endring i fartsatferd ved å få til en endring i normer, holdning, kunnskap osv. i målgruppene (mediamålgruppen og emosjonell målgruppe). For en kampanje som vil øke andel bilister som faktisk overholder fartsgrensen er det viktig å øke andelen som har *intensjoner* om å overholde fartsgrensen neste gang de kjører. Intensjonen styres av emosjonelle og kognitive holdninger, deskriptive og injunktive normer, samt opplevd atferdskontroll. Ser man en endring i disse mellomliggende variablene i forventet retning, samtidig som man ser en tilsvarende endring i selvrapportert og/eller faktisk fartsatferd, vil man få støtte for at kampanjen har hatt effekt (jamfør Figur 2-2). Dersom vi finner at personer som har lagt merke til kampanjen, har endret holdninger eller atferd i større grad enn dem som ikke har lagt merke til den, vil dette gi ytterligere støtte til en konklusjon om at kampanjen har hatt effekt. Atferdens synlighet (bevissthet rundt hva fartsgrensen er) og vaner er forventet å påvirke sammenhengen mellom intensjon og faktisk atferd. Bruk av bilens tekniske støtte- og informasjonssystem, som adaptiv cruisekontroll og fartsvarsler, forventes også å påvirke denne sammenhengen. En modell for evaluering av kampanjens effekt på å holde fartsgrensa er beskrevet i figur 4.1.



Figur 4.1: Modell for evaluering av kampanjens effekt på å holde fartsgrensa på veier med fartsgrense 80 og 100 km/t.

4.2 Kampanjens fokusområder og forventet endring

I henhold til kapittel 3.1.1 som beskriver kampanjens mål, har kampanjen vært rette mot å:

- a. Endre feilaktig oppfatning om at alle (flertallet) kjører litt over fartsgrensa og at dette er vanlig atferd. Med det endre allmenn oppfatning om at «vi synes det er greit å kjøre litt for fort av og til», til ny **norm** at «vi synes det er greit å holde fartsgrensen»

«Vi er mange som holder fartsgrensen. Faktisk de aller fleste av oss»

- b. Bygge **kunnskap** og **holdninger** til problematikken «bare litt over».

« (...) De som tror at bare ti over i 80 sone ikke er så farlig. Men det kan være nettopp de ti over som gjør at du ikke rekker å stoppe, hvis du plutselig må. Jo flere som holder riktig fart, jo tryggere blir veiene våre»

Med utgangspunkt i det teoretiske rammeverket (IBM) forventer vi at kampanjen bidrar til endringer i de faktorene som predikerer intensjon om å holde fartsgrensen. Normer har vært et tydelig hovedbudskap, sammen med budskapet om å bare kjøre litt over er farligere enn man tror. Vi forventer derfor en større endring for deskriptiv og injunktiv norm, og for emosjonelle og kognitive holdninger, enn for opplevd atferdskontroll. Sistnevnte har også vært adressert i kampanjen, sammen med forståelse og aksept for fartsgrenser og fartsgrensekriterier.

Forventede endringer fra før til etter kampanjen er beskrevet i tabell 4.1.

Tabell 4.1: Forventede endringer (pilens retning) som følge av kampanjen i henhold til IBM-modellen.

Faktor	Eksempel fra kampanjen	Forventing	Utfallsmål	
Holdninger	«Men det kan være nettopp de ti over som gjør at du ikke rekker å stoppe, hvis du plutselig må»	Emosjonelle holdninger endres – gode følelser ved å holde fartsgrensen	Tilfreds holdning til egen overholdelse øker	↑
	«De som tror at bare ti over i 80 sone ikke er så farlig. Men det kan være nettopp de ti over som gjør at du ikke rekker å stoppe, hvis du plutselig må»	Kognitive holdninger endres – det er fornuftig å holde fartsgrensen	Andelen som mener at risikoen øker ved høyere fart enn fartsgrensen tilsier skal opp	↑
	«Det du klarer å stoppe for i 80 km/t, vil du treffe med hele 50 km/t hvis du hadde kjørt i 90 km/t.		Antagelse om at du blir tatt i løpet av et år med konsekvent litt høy fart, skal opp	↑
Normer	«Vi er mange som holder fartsgrensen. Faktisk de aller fleste av oss»	Deskriptive normer endres – andre holder fartsgrensa	Flere rapporterer at andre holder fartsgrensen	↑
	«Hold fartsgrensen – for oss alle»		Andel som sier at det er sosialt akseptert å kjøre litt for fort går ned	↓
	«Tror du at de fleste kjører for fort? Flertallet holder faktisk fartsgrensen»		Andel som sier at det er etisk galt å kjøre for fort skal opp	↑
		Injunktive normer endres – viktige andre forventer at jeg holder fartsgrensa	Antagelsen om egne forventninger til egen overholdelse øker	↑
			Antagelse om negativ holdning fra andre til egen overholdelse går ned	↓
			Egne forventninger til andres overholdelse går opp	↑
Opplevd atferdskontroll	Ingen		Opplevd atferdskontroll er uendret	→
Intensjoner	[påvirkes gjennom mellomliggende variabler]	Intensjonen om å holde fartsgrensen øker	Andelen som sier at de vil holde fartsgrensa 80 og 100 neste gang de kjører øker	↑
Atferd	[påvirkes gjennom mellomliggende variabler]	En økning i intensjon ledsages av en tilsvarende økning i selvrapportert og/eller faktisk fartsatferd	Andelen som sier at de overholdt fartsgrensa i 80 sone øker	↑
	[påvirkes gjennom mellomliggende variabler]		Redusere andelen som sier at de kjører over fartsgrensen i 80-sone	↓
	[påvirkes gjennom mellomliggende variabler]		Andelen som holder fartsgrensen i 80-sone øker	↑

5 Metodetilnærming og analyse

Følgende datakilder har vært brukt i evalueringen:

- Spørreundersøkelse gjennomført av TØI i november 2019 (før kampanjestart) og oktober/november 2025 (etter kampanjeslutt). Utvalgene er trukket blant personer over 18 år i Statens Vegvesens førerkortregister.
- Data om fokus og virkemiddelbruk i de ulike kampanjefasene innhentet fra Statens Vegvesen og Wavemaker.
- Fartsmålinger fra Statens Vegvesens faste tellepunkter, bearbeidet av TØI.

5.1 Fartsdata

For å kunne si noe om faktisk andel bilister som overholdt fartsgrensen 80 i Norge i 2019 og se på en eventuell endring til 2025, er det benyttet målinger basert på data fra tellepunkter.

Her bruker vi to datakilder:

1. For å få et presist mål på *den faktiske andelen* av bilister som overholder fartsgrensen på veger med fartsgrense 80 km/t i Norge, bruker vi data fra Statens Vegvesen sine tellepunkt, også gjen-gitt i Politiets tilstandsrapport. Fartsutviklingen måles gjennom kontinuerlige registreringer hele året fra om lag 50 ulike målepunkter som er faste fra år til år, og der fartsvalget skal være lite påvirket av vegens kurvatur, aktivitet på vegens sidearealer eller kjøproblemer. Utvalget omfat-ter målepunkter både på riksveger og fylkesveger, og alle landets regioner er godt representert. Registreringene omfatter både tunge og lette biler, men ikke MC og moped.
2. For å evaluere effekten av kampanjen på faktisk fart, har vi også analysert fartsdata for 10 utvalgte tellepunkter på tidspunkter før og etter gjennomføring av kampanjen. Denne analysen brukes å måle *endringen* i andel bilister som overholder fartsgrensen på veger med fartsgrense 80 km/t.

5.1.1 Observasjonsperioder for utvalgte tellepunkt

Førperioden for TØI sine tellepunkter er tirsdagen i uke 35 til fredagen i uke 37 i 2019 (27. august til 13. september), og etterperioden er tilsvarende dager og uker i 2025 (26. august til 12. september). Denne perioden ble valgt ut for å gi pålitelige data som ikke blir påvirket av spesielle dager og ferier. Følgende kriterier ble brukt for utvelgelse av periode:

- mulighet for å ha likt tidsrom for alle år i perioden
- mulighet for sammenligning med tidligere undersøkelser
- fortrinnsvis i sommerhalvåret, fordi variasjoner fra år til år på grunn av vær og føreforhold er mindre enn om vinteren
- unngå perioder med variable helligdager/fridager (påske, pinse, mai måned), da trafikken er atypisk i slike perioder og skaper store variasjoner fra år til år
- unngå sommerferien og høstferien
- velge ut hele uker, slik at antallet helger ikke varierer fra år til år

5.1.2 Utvelgelse av tellepunkter

Samtlige tellepunkter ligger på veier med fartsgrense 80 km/t. Alle tellepunktene er «nivå 1»-punkter, altså punkter som registrerer fart kontinuerlig. Det skulle heller ikke være noen automatisk trafikk kontroll (ATK)-punkter nær tellepunktene, da disse kan påvirke førernes fartsvalg. En gjennomgang i 2025 viser at det ikke er kommet til noen nye ATK punkter på strekningene, men at strekningen ved Motrøa har

hatt ATK siden 2013. Tellepunktene ligger også godt utenom kryss eller uoversiktlige kurver. For to av tellepunktene fra førperioden manglet det data i etterperioden (600016 Nyhus, Ev16 og 2000003 Handelsbukt, Fv98) og disse er derfor ikke med i den endelige analysen.

De inkluderte punktene er (nummer, navn og vei):

- 400004 Motrøa Sør, Rv3
- 600033 Bjøberg, Fv52
- 800014 Seljord, Ev134
- 1100003 Kvasheim, Fv44
- 1200052 Gullbotn, Fv49
- 1400005 Kaupanger, Rv5
- 1400133 Totland, Rv15
- 1500001 Vågstrandtunnelen, Ev136
- 1700006 Kvatningsmyra, Fv17
- 2000005 Nyelv, Ev6

5.1.3 Analyse

Datagrunnlaget gir informasjon om kjøreretning, hastighet, kvalitet på målingen, billengde og andre metadata. Dataene kommer også med et tidsmerke for hver passering. Basert på dette kan man velge seg ut tidspunkter og beregne gjennomsnitt, standardavvik og fraktiler. Andel førere som overholder fartsgrensen er særlig interessant i denne sammenhengen. Man får også se hvor lenge det var mellom passeringene, noe som gir verdifull informasjon om fartsvalget kan anses som mer eller mindre fritt, eller om det ble begrenset av trafikk eller kø. Tidligere datasett har kun gitt timesaggregert informasjon, som gjorde analysejobben mer omfattende og mindre informativ. Ved slike data må man vekte antall passeringer i hver time for å tilnærme seg et globalt gjennomsnitt på tvers av timesrapporteringene.

Fartsdata er analysert for lette kjøretøy, basert på data om lengdeklasser. Tunge kjøretøy er tatt ut av analysene da disse oftere har fartssperre som påvirker fartsvalget. Utover å rapportere gjennomsnittsfart for alle kjøretøy, har vi også gjort analyser for kjøretøy med tidsluker og beregnet farten separat for disse. Dette gir et bedre bilde av førerens frie fartsvalg, hvor det hovedsakelig er førerens forhold til fartsgrensene eller veiforholdene (og ikke trafikkmessige begrensninger) som bestemmer farten.

5.2 Spørreundersøkelser

5.2.1 Nullpunktundersøkelsen

Et spørreskjema for nullpunktundersøkelsen ble utviklet i samarbeid med oppdragsgivere og Kantar, og sendt ut i oktober 2019. Det er estimert at spørreskjemaet tok 20-30 minutter å fullføre. Vi brukte tre ulike utvalg i et forsøk til å garantere tilstrekkelig antall svar fra både den emosjonelle og mediemålgruppen. Det ble også gjennomført en pilotundersøkelse i forkant av Nullpunktundersøkelsen som del av utarbeidelsen av spørreskjemaet.

Statens vegvesen trakk et landsrepresentativt utvalg av 15.000 tilfeldige innehavere av utstedt førerkort med klasse B. E-postadresser ble funnet for 14.132 av personene i utvalget, og lenke til en elektronisk spørreundersøkelse ble sendt ut til disse personene av Kantar. Andelen som svarte var 15,9 % (N = 2249). Kantar gjorde også 500 nettbaserte intervju med et representativt utvalg som gjenspeiler hele den norske befolkningen over 18 år med førerkort. Utvalget var representativt på alder, kjønn og fylke. Her fikk vi 542 svar.

For å sørge for et tilstrekkelig antall respondenter fra mediemålgruppen, ba vi Kantar om å gjennomføre intervjuer med 500 menn, 25-55 år med førerkort (landsrepresentativt) på Galluppanelet. Vi fikk svar av

524 respondenter. Alle respondenter fikk en purring en uke etter utsending, og de fikk to uker til å svare.

Undersøkelsen ble gjennomført i tidsrommet 1. november til 24. november 2019. For alle utvalgene har vi også utelatt respondenter som ikke oppgav kjønn, kjører bil mindre enn en gang i uka, eller ikke svarte på spørsmålet om kjørelengde, fra videre analyser (N=316). Utvalget som blir brukt i analysen er dermed totalt på **2963 respondenter**, hvorav **2034** var i hovedutvalget fra førerkortregisteret, **457** i panelutvalget «18+ med førerkort» og **472** personer i panelutvalget «menn 25-55 år med førerkort».

5.2.2 Etterundersøkelsen

Spørreskjema for etterundersøkelsen ble utviklet basert på nullpunktundersøkelsen. Spørsmålene som ikke var dekket i IBM-modellen og for identifisering av undergrupper av førere (faktoranalyse) ble tatt bort. I tillegg la vi til spørsmål om kampanjeoppmerksomhet og utsagn om kampanjefokus.

Verian Group (tidligere Kantar) gjennomførte spørreundersøkelsen. Statens vegvesen trakk et landsrepresentativt utvalg av personer med førerkort, på 30 000 personer fra førerkortregisteret, samt et tilleggsutvalg av menn i alderen 25-55 år på 8000. Av disse ble 12 500 tilfeldig trukket og de resterende fungerte som et restutvalg dersom vi måtte utvide utvalget pga. lav svarinnngang. Totalt fikk 12 116 personer invitasjon til undersøkelsen ⁷. Vi valgte denne gangen å sende invitasjonen som brev i posten, fordi eksperimenter ved TØI har vist at det gav bedre svarprosent. Brevet inneholdt lenke til nettsiden for undersøkelsen og en QR-kode med direkte inngang til undersøkelsen (Vedlegg 8 og Vedlegg 9). Invitasjonen ble sendt 24. oktober 2025. Noen dager før dette valgte vi å invitere en del av restutvalget (N=6130) en invitasjon per e-post, hovedsakelig for å teste skjemaet teknisk.

Vi sendte to puringer, fordelt utover en periode på to uker. Første runde med påminnelse (e-post) startet 12.11 ⁸. Siste puring (SMS) var 25.11.2025. Svarprosenten for det postale utvalget var 25,6% ⁹ (N=3106) og for e-postutvalget var den 4,6% (N=227). Dette understøtter at prioritering av postutsending var et hensiktsmessig valg, sett i lys av den generelle nedgangen i svarprosent for e-postbaserte undersøkelser de senere årene.

I utvalget har vi utelatt respondenter som kjører bil mindre enn en gang i uka, eller ikke svarte på spørsmålet om kjørelengde (N=337). For alle respondenter hadde vi alder og kjønn. Det var en lik fordeling av menn og kvinner som oppgav å kjøre mindre bil enn en gang i uka. Utvalget som blir brukt i analysen er dermed totalt på **3046** respondenter, hvorav **2502** i landsrepresentativt utvalg og **544** i tilleggsutvalg (menn 25-55 år).

5.2.3 Analyse

Undersøkelsen er basert på tverrsnittundersøkelser gjennomført på ulike tidspunkt, med landsrepresentative utvalg fra Førerkortregisteret i 2019 og 2025. Endringer mellom år kan derfor skyldes både reelle endringer i utfallsmålene og forskjeller i utvalgenes sammensetning. For å sikre sammenlignbarhet over tid korrigeres det for sentrale bakgrunnsvariabler, som alder og kjønn.

Dette gjøres enten ved å vekte hvert år til sin respektive registerfordeling, eller ved å standardisere begge år til en felles referansepopulasjon. Vi benytter vekting for alder og kjønn til en felles populasjon

⁷ 384 av disse hadde ugyldig adresse

⁸ Tidspunktet var for å få kontroll på antall postale returer, slik at de som ikke hadde fått et brev fikk en annen formulert påminnelse (kunne ikke henvise til mottatt brev)

⁹ 18,5% før puring

(Førerregisteret, FR-14). Dette gir direkte sammenlignbare estimater der forskjeller mellom år kan tolkes som endringer i utfallsmålene, gitt en konstant demografisk sammensetning.

For spørsmålene om farsatferd ble svaralternativet «ganske ofte» ved en feil ikke stilt i etterundersøkelsen. Forskning på utforming av svarskalaer viser at når en forventet kategori fjernes, vil respondentene typisk velge den kategorien som ligger nærmest i betydning (Saris & Gallhofer, 2007; Tourangeau et al., 2000). Ettersom «ofte» språklig og i betydning ligger nærmere «ganske ofte» enn «av og til», er det rimelig å anta at respondenter som ellers ville valgt «ganske ofte», i stedet har valgt «ofte». Dette innebærer først og fremst at man mister muligheten til å skille mellom «ofte» og «ganske ofte» som separate nivåer. Denne utfordringen reduseres imidlertid i våre analyser, ettersom vi uansett slår sammen «ofte» og «ganske ofte» til én felles kategori, tilsvarende som for nullpunkt (Phillips et al., 2020).

Forskjeller i frekvensfordelinger mellom 2019 og 2025 er testet med Rao–Scott designjustert χ^2 -test. Endringer i enkeltkategorier er undersøkt i post-hoc-analyser ved hjelp av vektete binære regresjonsmodeller, med Holm-korrigerings for multipel testing.

Endringer i kontinuerlige utfallsmål er analysert ved hjelp av vektete lineære regresjonsmodeller estimert med survey-pakken i R. Modellene er justert for alder, kjønn, og teknologisk utvikling. Herunder bilmodell og bruk av førerstøttesystemer (fartsholder, fartsvarseler og *intelligent speed adaption systems*, ISA) ettersom dette har endret seg i perioden. Tidligere forskning viser også en sammenheng mellom slike førerstøttesystemer, ofte omtalt som ITS (Intelligent Transport systems) og fartsoverholdelse (Elvik & Høye, 2023; Høye, 2023). Det var ingen forskjeller i kjørelengde mellom utvalgene, men det er allikevel kontrollert for i enkelte analyser. Målgruppeanalyser er gjort på alle respondenter med interaksjonsledd mellom år og målgruppe i lineære regresjonsmodeller, kontrollert for alder, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer. Alle analyser er gjennomført i R (RStudio Team, 2022). ChatGPT-4 er benyttet som støtte i utviklingen av R-skript.

Operasjonaliseringen av faktorene som måles er gitt i Vedlegg 3.

5.3 Sammenligning av utvalgene

Her gir vi en oversikt over hvordan utvalgene fra 2019 og 2025 er fordelt på kjønn og alder. Fordelingene for bosted (region/landsdel), utdanningsnivå, bruttoinntekt og årlig kjørelengde finnes i Vedlegg 2. Kjønn- og aldersfordelingene for utvalgene er også sammenlignet med kjønn- og aldersfordelingene i førerregisteret fra 2014 (SSB) og 2025 (SVV). På denne måten vil vi kunne si noe om i hvilken grad utvalgene er representativt for alle registrerte førerregisterinnehavere i Norge.

5.3.1 Kjønn

Tabell 5.1: Kjønnfordeling totalt, og for de ulike utvalgene. Frekvens (n) og prosent (%).

Kjønn	Utvalg								Førerregisteret 2014		Førerregisteret 2025	
	Førerregisteret 2019		Panelutvalg 2019 (18 år+ med førerregister)		Førerregisteret 2025		Tilleggsutvalg 2025 (menn 25-55)					
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%
Mann	1.108	54,5	238	52,1	1.287	51,4	544	100,0	1,541,199	52,5	1,712,549	52,5
Kvinne	926	45,7	219	47,9	1.215	48,6	0	0,0	1,706,795	47,5	1,891,818	47,5
Alle	2.034	100,0	457	100,0	2502	100,0	544	100,0	3,247,994	100	3,604,367	100

Kjønnsfordelingene i utvalgene fra førerkortregisteret og i panelutvalget i 2019 ligger nær kjønnsfordelingen blant alle personer i Norge registrert med førerkort i 2014. Det samme gjelder utvalget fra førerkortregisteret i 2025. Kjønnsfordelingen er lik i 2019 og 2015.

5.3.2 Alder

For å se om aldersfordelingen i de ulike utvalgene ligner på aldersfordelingen man finner i førerkortregisteret, sammenligner vi aldersgrupper som tilsvarer de som SSB bruker når de rapporterer tall for førerkortregisteret.

Tabell 5.2: Aldersfordeling totalt, og for de ulike utvalgene og befolkningsdata fra SSB og SVv. Frekvens (N) og %.

Alder	Utvalg										Førerkortregister (alle)			
	Førerkortregister-utvalg 2019		Panelutvalg 2019				Førerkortregister-utvalg 2025				2014		2025	
			18år+		Menn 25-55		Landsrep.		Menn 25-55					
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%
18-24 år	78	3,8	16	3,5	0	0,0	142	5,7	0	0	304.67	9,38	301.027	8,4
25-34 år	209	10,3	52	11,4	47	10,0	248	9,9	113	20,8	489.698	15,1	569.697	15,8
35-49 år	557	27,4	100	21,9	226	47,9	488	19,5	273	50,2	919.366	28,3	889.050	24,7
50-64 år	688	33,8	131	28,7	199	42,2	802	32,0	158	29,0	856.786	26,4	956.627	26,5
65-74 år	427	21,0	110	24,1	0	0,0	548	21,9	0	0	427.321	13,2	520.211	14,4
75 år +	75	3,7	48	10,5	0	0,0	275	11,7	0	0	250.153	7,7	367.750	10,2
Alle	2034	100,0	457	100,0	472	100,0	2503	100	544	100	3.247.994	100,0	3.604.362	100

Forskjellene i aldersfordelingen mellom utvalget fra førerkortregisteret 2019 og panelutvalget var signifikante. Panelutvalget hadde lavere andel i alderen 35–64 år enn førerkortregisterutvalget, mens andelen over 64 år var høyere. Aldersfordelingen i førerkortregisterutvalget i 2025 (landsrepresentativ) avviker også signifikant fra tilsvarende utvalg i 2019. Andelen over 75 år er høyere i 2025 (11,7%) enn i 2019 (3,7%), og andelen under 24 år er også høyere i 2025 enn i 2019 (5,7 mot 3,8%). Samtidig er andelen i alderen 35-49 år lavere i 2025 (19,5%) enn i 2019 (27,4%).

Tabell 5.3 viser andel på utvalgte variabler for de representative utvalget i 2019 og 2025.

Tabell 5.3: Andeler av representative utvalg i 2019 og 2025 på utvalgte variabler.

	2019			2025		
	%	n	Antall som svarte	%	n	Antall som svarte
Elbil	13,7	340	2481	39,5	976	2468
Kjører mer enn 20.000 km	20,8	513	2472	18,2	454	2497
Inntekt hus <600.000	27,2	595	2191	19,0	431	2269
600-1.000.000	36,6	803	2191	31,2	708	2269
>1.000.000	36,2	793	2191	49,8	1130	2269
Bilmodell >2014 ^a	42,4	1043	2459	72,9	1809	2480
Speedometer viser feil	64,3	1524	2369	55,9	1397	2501
Bruker fartsbegrenser ofte	13,2	327	2478	20,1	499	2483
Fartsvarsel ofte	9,5	220	2314	24,8	617	2486
Fartspærre ofte	3,2	79	2462	5,6	140	2491
Intelligent Speed Adaption ofte	5,0	122	2436	11,3	282	2491
Adaptiv fartsholder ofte	23,3	575	2466	37,9	944	2493
Vanlig fartsholder ofte	24,1	587	2436	27,9	693	2488

^a «Hvilken årsmodell er bilen du kjører mest?». I 2019 inngår kategorien 2015-2019. I 2025 inngår kategoriene 2015-2019, 2020-2024 og 2025 eller nyere

Som forventet har andelen el-biler og biler nyere enn 2014 økt¹⁰. Det samme har bruken av førerstøttesystemer. Opplevelsen av speedometerfeil er redusert i perioden fra 2019 til 2025, men det er fortsatt over 50% som mener at speedometeret er unøyaktig. Det er flere i 2025 enn i 2019 som rapporterer en husholdningsinntekt mer enn 1 million. Dette skyldes trolig generell lønnsutvikling¹¹ snarere enn reelle forskjeller i inntekt sett opp mot kostnadsnivået i samfunnet mellom utvalgene.

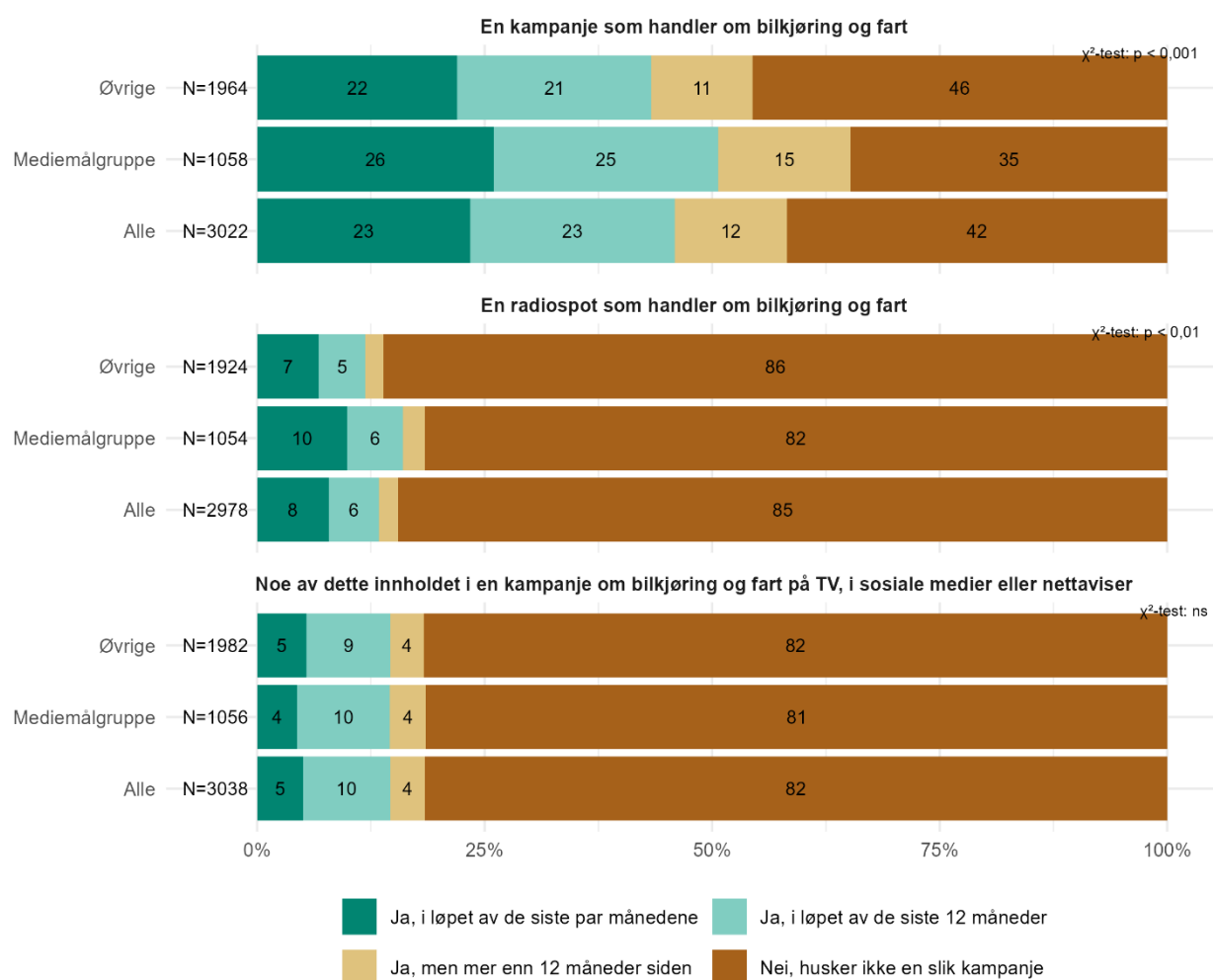
¹⁰ Spørsmålet som ble stilt var: «Hvilken årsmodell er bilen du kjører mest?». I 2019 inngår kategorien 2015-2019. I 2025 inngår kategoriene 2015-2019, 2020-2024 og 2025 eller nyere.

¹¹ <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/lonn-og-arbeidskraftkostnader/statistikk/lonn>

6 Kampanjeoppmerksomhet og eksponering

6.1 Kampanjeoppmerksomhet

For å måle kampanjeoppmerksomhet ble respondentene først spurt om de kunne huske å ha sett eller hørt en kampanje om bilkjøring og fart, med oppfølgingsspørsmål som testet om de aktivt husket avsender og budskap. For å kartlegge hvor mange som har lagt merke til kampanjen (og husket den) ble respondentene presentert for en collage med utvalgte bilder (Vedlegg 9). Figur 6.1 viser svarfordelingene.



Figur 6.1: Kan du huske å ha sett eller hørt en kampanje som handler om bilkjøring og fart, /Kan du huske å ha sett eller hørt noe av dette innholdet i en kampanje om bilkjøring og fart på TV, i sosiale medier eller nettaviser, - /Kan du huske å ha hørt en radiospot som handler om bilkjøring og fart, og eventuelt når var det sist du gjorde det? For mediemålgruppen, øvrige og alle. Prosent.

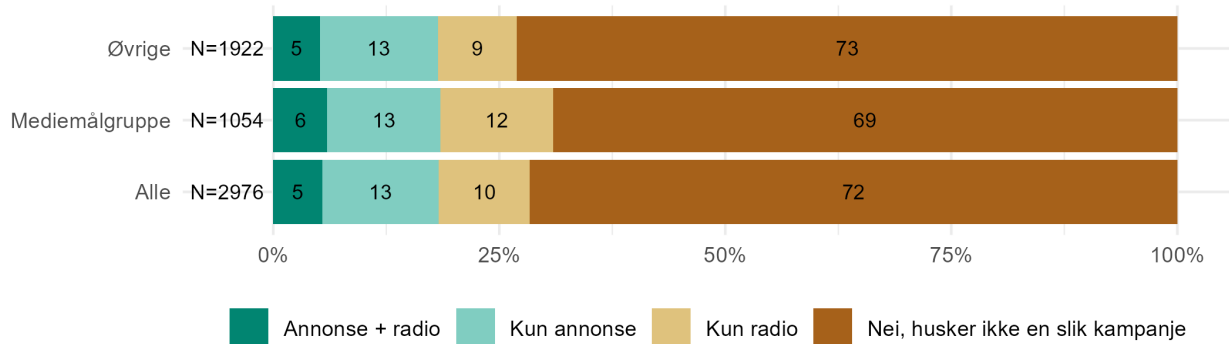
Mediemålgruppen (menn 25-55 år) har en signifikant høyere andel som husker å ha sett eller hørt en kampanje om bilkjøring og fart, sammenlignet med resten (øvrige). Totalt er det 58 % i den emosjonelle

målgruppen (alle) som husker en (hvilken som helst) kampanje om bilkjøring og fart, og av disse svarer omtrent halvparten (53 %) Statens vegvesen¹² som avsender.

Når det gjelder den konkrete kampanjen «Flertallet holder fartsgrensen», er det flere i mediemålgruppen som har lagt merke til en radiospot som handler om bilkjøring og fart. For kampanjeinnhold på TV, sosiale medier og nettaviser er det ingen forskjell mellom gruppene.

6.2 Eksponering – lagt merke til og husker kampanjen

Figur 6.2 viser svarfordelingen for kampanjeoppmerksomhet for kampanjen i minst én kanal.



som har lagt merke til kampanjen (minst én kanal). Forskjell mellom mediemålgruppe og øvrige: $p = 0.024$. Diff = 4 prosentpoeng.

Figur 6.2: Svarfordeling for kampanjeoppmerksomhet knyttet til Statens Vegvesens kampanje. For mediemålgruppen, øvrige og alle. Prosent.

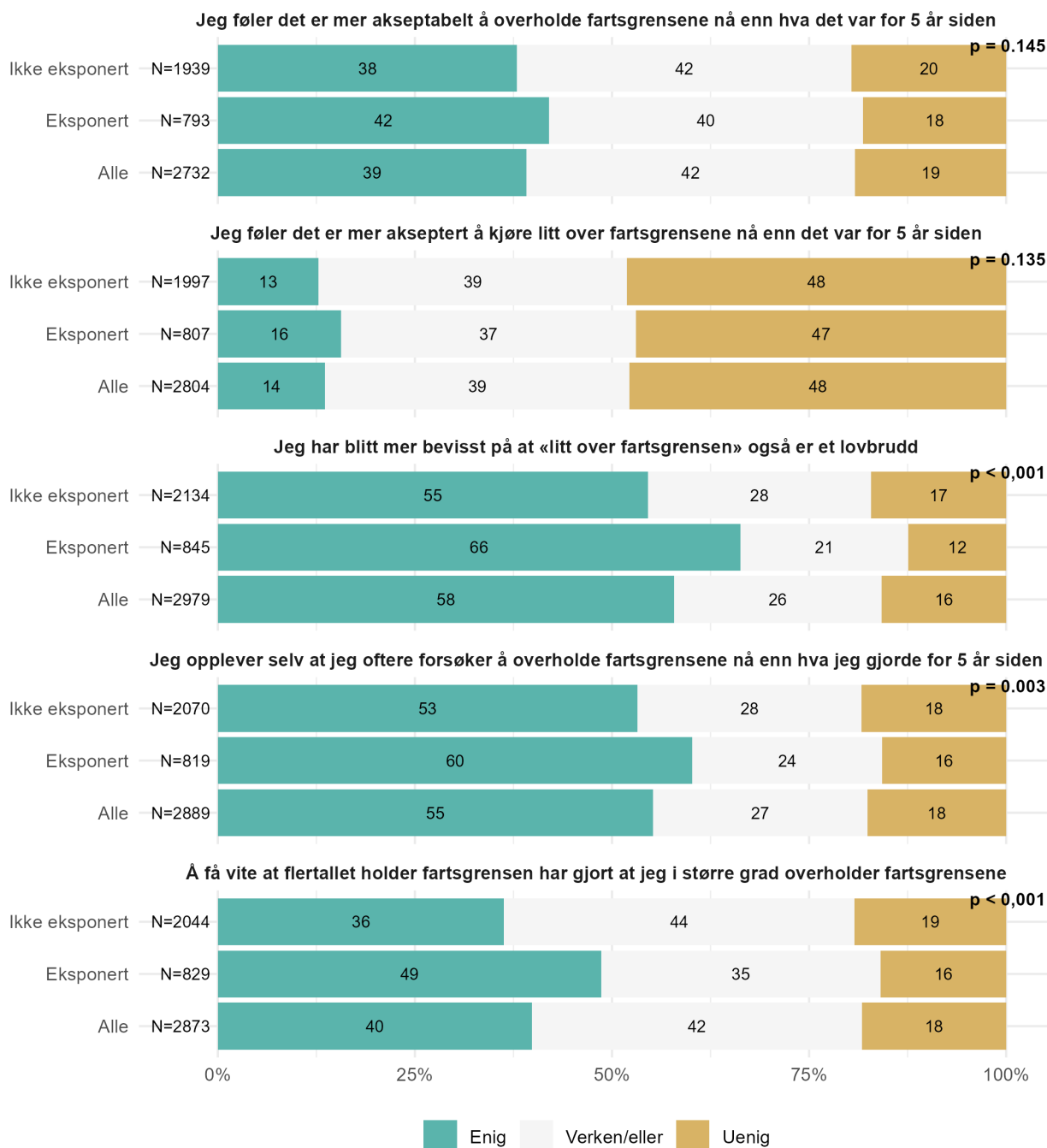
Totalt oppgir 28 prosent i den emosjonelle målgruppen (alle) at de har lagt merke til kampanjen, enten via radio, TV, sosiale medier eller nettaviser. I mediemålgruppa (menn 25-55 år) er andelen noe høyere, med en forskjell på +4 prosentpoeng ($p < 0,05$).

Respondenter som oppga å ha lagt merke til kampanjen (og husker det) i *minst én* kanal omtales videre som *eksponerte*, mens respondenter som ikke rapporterte å ha lagt merke til kampanjen omtales som *ikke-eksponerte*.

6.3 Kampanjens budskap

Figur 6.3 viser fordeling for spørsmål om kampanjens budskap for eksponerte og ikke-eksponerte.

¹² eller en variant av denne



Figur 6.3: Fordeling for spørsmål om kampanjens budskap for eksponerte versus ikke-eksponerte. «Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om fart og fartsovertredelse de siste 5 årene?». Tallene viser andeler. χ^2 -test er for eksponert og ikke-eksponert.

Figuren viser signifikante forskjeller mellom eksponerte og ikke-eksponerte for tre av utsagnene. Sammenlignet med ikke-eksponerte er andelen som oppgir enighet høyere blant de eksponerte når det gjelder å ha blitt mer bevisst på at også mindre fartsovertredelser er lovbrudd (11,7 prosentpoeng, $p < 0,001$), og oftere forsøke å overholde fartsgrensen (7,0 prosentpoeng, $p < 0,01$), samt at kunnskap om at flertallet holder fartsgrensen i større grad har bidratt til egen etterlevelse (12,4 prosentpoeng, $p < 0,001$). Vi finner ingen forskjell mellom mediemålgruppen (menn 25-55 år) og øvrige.

7 Hvilke endringer er det i perioden?

I tråd med det teoretiske grunnlaget, vil kampanjen oppnå en endring i fartsatferd ved å få til en endring i intensjon om å holde fartsgrensen, forklart av en endring i de faktorene som forklarer intensjon – altså emosjonelle og kognitive holdninger, deskriptive og injunktive normer, samt opplevd atferdskontroll. Ved en endring i disse mellomliggende variablene i forventet retning, og samtidig en tilsvarende endring i selvrapportert og/eller faktisk fartsatferd, vil man få støtte for at kampanjen har hatt effekt. Tabell 7.1 viser forventet og observerte endringer for faktorer som forklarer fartsatferd i henhold til IBM-modellen.

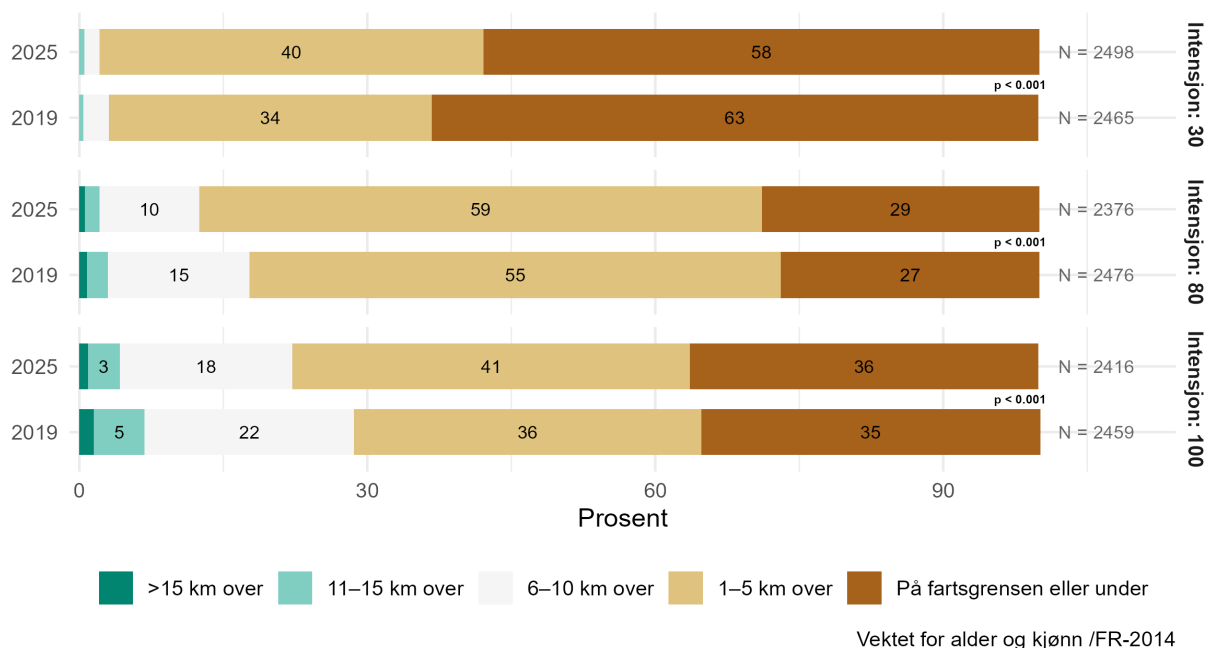
Tabell 7.1: Forventet og faktisk endring i faktorer som forklarer fartsatferd i henhold til IBM-modellen.

Variabel	Forventet effekt	Observert (endring fra 2019 til 2025)	Eksponering (har lagt merke til kampanjen)
Intensjon	Intensjon for å holde fartsgrensen øker	Økning i intensjon om å holde fartsgrensen i 80 og 100 sone. Større andel har intensjon om å holde seg innenfor 1-5 km/t over.	Nei
Atferd (selvrapportert)	Andelen som overholder fartsgrensen, øker	Ingen økning i andelen som holder fartsgrensa, men en reduksjon i hyppighet av å kjøre over.	Nei
Atferd (tellepunkt)	Andelen som kjører over reduseres	50 tellepunkt: Ingen endring (63,3%) Utvalgte tellepunkt: Endring på 2,9 pp (5,7% relativ økning)	-
Kognitive holdninger	En økning i forståelse av konsekvenser å holde fartsgrensa	Forskyvning mot høyere forståelse. Politi: økt med 8,8 pp Ulykke: økt med 4,4 pp.	Nei
	En økning i opplevd oppdagelsesrisiko	Forskyvning mot høyere opplevd oppdagelsesrisiko Andel som mener det er svært sannsynlig økt med 3,2 pp.	Ja
Emosjonelle holdninger	Tilfreds holdning til egen overholdelse øker	Forskyvning mot mer tilfredshet Andel som er enig i at de føler seg tilfreds økt med 10,6 %	Nei
Injunktive normer	Antagelsene om forventinger til overholdelse øker	Forskyvning mot høyere forventning om egen og andres overholdelse	Ja
Deskriptive normer	Flere rapporterer at andre holder fartsgrensen	Forskyvning mot at flere holder fartsgrensen	Ja
Etiske og lovlige normer	Andel som sier at det er etisk galt å kjøre for fort øker.	Høyere kun blant eksponerte	Ja
	Andel som sier at det er ulovlig å kjøre over fartsgrensen	Andelen som mener at det er ulovlig å kjøre litt over fartsgrensen øker	Ja
Opplevd atferdskontroll	Ingen endring	Ingen tydelig retning, finner en økning og en reduksjon i opplevd atferdskontroll	Nei
Synlighet	Økning	Flere oppgir å vite hva fartsgrensen er, men det å vite hvor fort man kjører er uendret	Nei
Vaner	Ingen endring	Forskyvning mot lavere vane for å kjøre for fort	Nei

I det følgende presenteres resultatene i mer detalj.

7.1 Intensjoner om fartsatferd

Figur 7.1 viser fordelingen i 2019 og 2025 for intensjon om å holde fartsgrensa.



Figur 7.1: Tidsutvikling for intensjon: «Hvilken fart kommer du til å holde neste gang du kjører i en 30, 80 og 100-sone?» Representativt utvalg 2019 og 2025. Prosent.

Alle svarfordelingene for fartsintensjon er signifikant forskjellige mellom de to måletidspunktene. For alle fartssonene (henholdsvis 30, 80 og 100) har andelen som oppgir å kjøre **6–10 km/t** over fartsgrensen gått ned over tid. I 80-sonen har andelen gått ned -4,3 prosentpoeng ($p < 0,001$); i 100-sonen har andelen gått ned -3,8 pp ($p > 0,05$). I 100-sone er det også en nedgang i **10–15 km/t** over (-1,9 pp, $p > 0,05$), med en tilsvarende økning i **1–5 km/t** over (+5,3, $p > 0,001$). Utviklingen for andelen som oppgir å kjøre **på eller under fartsgrensen** varierer mellom fartssonene. I 30-sone har den gått ned (-5,4 pp, $p < 0,05$), med en samtidig økning i 1–5 km/ over (+6,4, $p > 0,001$). I 80- og 100-sonene er det ingen signifikant endring. Ser vi på andelen som oppgir å kjøre innenfor 1–5 km/t over fartsgrensen er det en økning på 5,2 prosentpoeng i 80 sone ($p < 0,001$) og 6,3 pp i 100-sone ($p < 0,001$).

Tabell 7.2 viser justerte gjennomsnitt for intensjon om å holde fartsgrensen. For 30-sone er skalaen fra 1 til 4 (på fartsgrensen), og for 80- og 100-sone er skalaen fra 1 til 5 (på fartsgrensen). Høyere verdi betyr altså høyere intensjon om å holde fartsgrensa. I analysen inngår kontroll for alder, kjønn, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer. Det ble også kjørt en analyse med kontroll for kjørelengde. De som kjører lengre har lavere intensjon om å overholde fartsgrensen, men endringen vi ser i intensjon skyldes ikke endringer i kjørelengde mellom utvalgene.

Tabell 7.2: Justerte gjennomsnitt for intensjon i 2019 og 2025, og endring fra 2019 til 2025. Høy verdi betyr høyere intensjon om å holde fartsgrensen. Høyeste verdi i 30 sone er 4. Høyeste verdi i 80/100 er 5.

Fartssone	År	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi
30*	2019	3,62	-0,04	p= 0,043
	2025	3,58		
80	2019	4,11	0,14	p < 0,001
	2025	4,25		
100	2019	4,07	0,19	p < 0,001
	2025	4,26		

30-sone (skala 1-4), N=4904; 80-sone (skala 1-5), N=4792; 100-sone (skala 1-5), N= 4813.

30-sone: ingen endring i intensjon

Når det kontrolleres for alder, kjønn og teknologisk utvikling og bruk, viser regresjonsanalysen at intensjonen om å holde fartsgrensen er tilnærmet uendret over tid. Endringen er svært liten, i form av at gjennomsnittet kun forskyves 0,04 poeng på skalaen¹³, og er derfor av liten praktisk betydning. Intensjonen var høy i 2019 og er vedvarende høy i 2025 (3,6 på en skala der 4 er høyest).

Dette samsvarer med svarfordelingene der andelen som oppgir å kjøre 5-10 km/t over fartsgrensen har gått ned. Dette indikerer at selv om færre rapporterer en intensjon om å holde fartsgrensen, har 98 % fortsatt en intensjon om å holde seg innenfor maksimalt 5 km/t over i 30-sone.

80 og 100-sone: tydelig forbedring i intensjon om å holde fartsgrensa

For både 80-sone og 100-sone viser regresjonsanalysene en økning i intensjonen om å holde fartsgrensen over tid, når det kontrolleres for alder, kjønn, teknologisk utvikling og bruk. I 80-sone er endringen 0,14 poeng, og i 100-sone er den 0,19 poeng. Økningen tilsvarer en liten, men tydelig forskyvning i fordelingen mot høyere intensjon om å holde fartsgrensen i 80- og 100-soner.

Dette samsvarer med svarfordelingene, der vi ser en forskyvning bort fra de høyeste fartskategoriene i disse fartssonene.

Betydningen av bakgrunnsvariabler og teknologitilgang i 80 og 100-sone

Kvinner og økende alder er assosiert med høyere intensjon om å holde fartsgrensen, og førere av «nyere» biler (2015 og oppover) har en lavere intensjon om å holde fartsgrensa i 80- og 100-sone. Nyere biler er altså assosiert med lavere intensjon om å holde fartsgrensen, samtidig som den samlede intensjonen øker over tid. Førere som ofte bruker førerstøttesystemer har en lavere intensjon om å holde fartsgrensen enn de som ikke bruker slike systemer ofte. Ved å inkludere hvorvidt man mener speedometeret viser riktig fart, endres ikke resultatene i hovedanalysen for endring over tid, men å mene at speedometeret viser feil fart er assosiert med en lavere intensjon om å holde fartsgrensa.

Betydningen av kampanjeeksponering

Vi finner ingen signifikant eksponeringseffekt av kampanjen for noen av fartssonene. Det vil si at personer som oppgir å ha lagt merke til kampanjen ikke viser større endringer i fartsintensjon enn personer som ikke husker å ha fått med seg kampanjen.

Målgruppeanalyse – mediemålgruppen

Tabell 7.3 viser justerte gjennomsnitt for intensjon om å overholde fartsgrensen i mediemålgruppen og øvrige. I analysen inngår kontroll for alder, kjønn, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

¹³ Ett poeng på intensjonsskalaen tilsvarer ett helt trinn på svarskalaen for eksempel fra «6–10 km/t over fartsgrensen» til «1–5 km/t over». En endring på f.eks. 0,25 poeng kan forstås som at gjennomsnittet flyttes fra 3.0 til 3.25.

Tabell 7.3: Justerte gjennomsnitt for intensjon og endring fra 2019 til 2025 for mediamålgruppen og øvrige. Enighetsskala der 1=uenig og 5=enig

Sone	År	målgruppe	Gjennomsnitt	Endring	Endring over tid (Beta)	p-verdi*
30	2019	Målgruppe	3,59			
	2019	Øvrige	3,62			
	2025	Målgruppe	3,54	-0,04	-0,003	0,922
	2025	Øvrige	3,58	-0,04		
80	2019	Målgruppe	3,88			
	2019	Øvrige	4,16			
	2025	Målgruppe	4,15	+0,27	+0,197	>0,001
	2025	Øvrige	4,24	+0,09		
100	2019	Målgruppe	3,73			
	2019	Øvrige	4,15			
	2025	Målgruppe	4,06	+0,33	+0,199	>0,001
	2025	Øvrige	4,28	+0,13		

30-sone, N=5910; 80-sone, N=5797; 100-sone, N=5831. *Endring over tid

30-sone: stabil intensjon i begge grupper

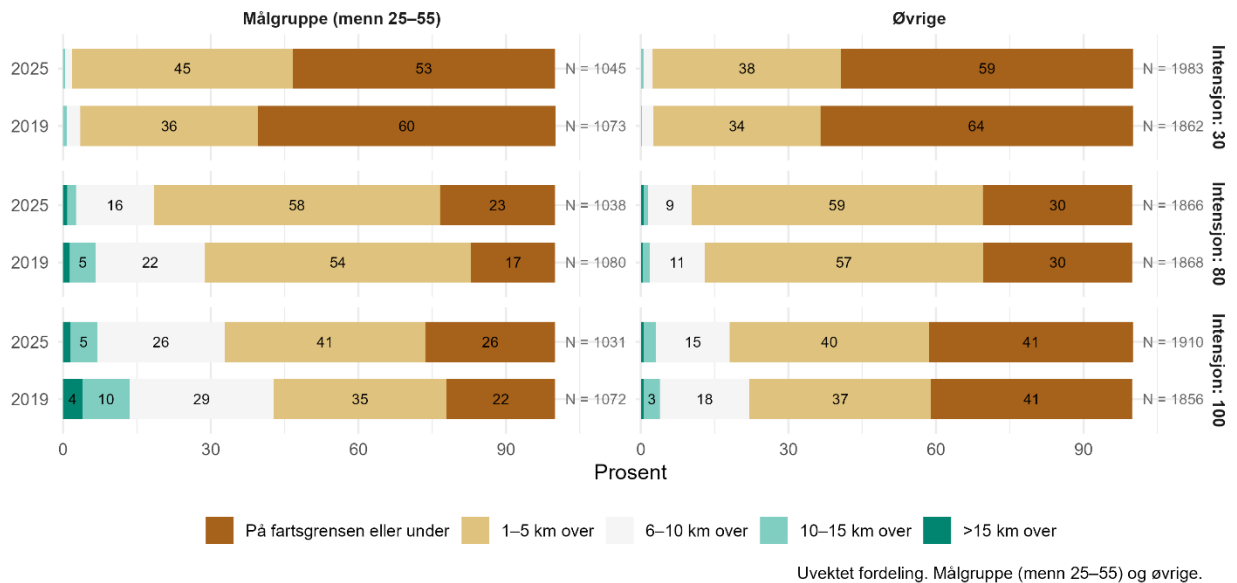
Det er ingen forskjell i intensjon om å holde fartsgrensen mellom kampanjens mediamålgruppe (menn 25-55 år) og øvrige førere i 30-sone. Dette indikerer at intensjonen har vært stabil i perioden 2019-2025, med høy etterlevelse, noe som kan skyldes lite rom for ytterligere forbedring i lavfartsoner.

80 – og 100-sone: en utjevning av forskjellen i fartsintensjon mellom gruppene

I 2019 hadde øvrige førere en klart høyere intensjon om å holde fartsgrensen enn målgruppen. Når det kontrolleres for alder, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer er denne forskjellen estimert til om lag 0,28 poeng høyere i 80-sone og 0,42 poeng høyere i 100 sone.

I både 80- og 100-soner har kampanjens mediamålgruppe hatt en sterkere økning i intensjon om å holde fartsgrensen enn øvrige førere i perioden 2019-2025. I 80-soner økte intensjonen i målgruppen med om lag 0,27 poeng fra 2019 til 2025, mens økningen blant øvrige førere var mer beskjeden, med 0,08 poeng. I 100-sone var økningen i målgruppen enda tydeligere med 0,33 poeng, sammenlignet mot 0,13 poeng. Forskjellen i endring mellom målgruppen og øvrige er statistisk signifikant ($p < 0,001$) og indikerer en utjevning av forskjellen i fartsintensjon mellom gruppene over tid. Vi finner ingen effekt av kampanje-eksponering (utviklingen er lik for eksponerte og ikke eksponerte).

Figur 7.2 viser uvektet fordeling for mediamålgruppen og øvrige førere i 2019 og 2025.



Figur 7.2: Uvektet fordeling for intensjon om å holde fartsgrensa i ulike fartssoner. Medi målgruppen og øvrige. Tallene er ikke direkte sammenlignbare for 2019 og 2025 (ikke justert for forskjeller mellom utvalgene).

Figuren illustrerer hvordan fordelingen forskyves mot høyere intensjon i 80- og 100-soner, særlig i medi målgruppen. Mønsteret i figuren er i samsvar med regresjonsanalyser der det kontrolleres for alderssammensetning og teknologisk utvikling i bilparken.

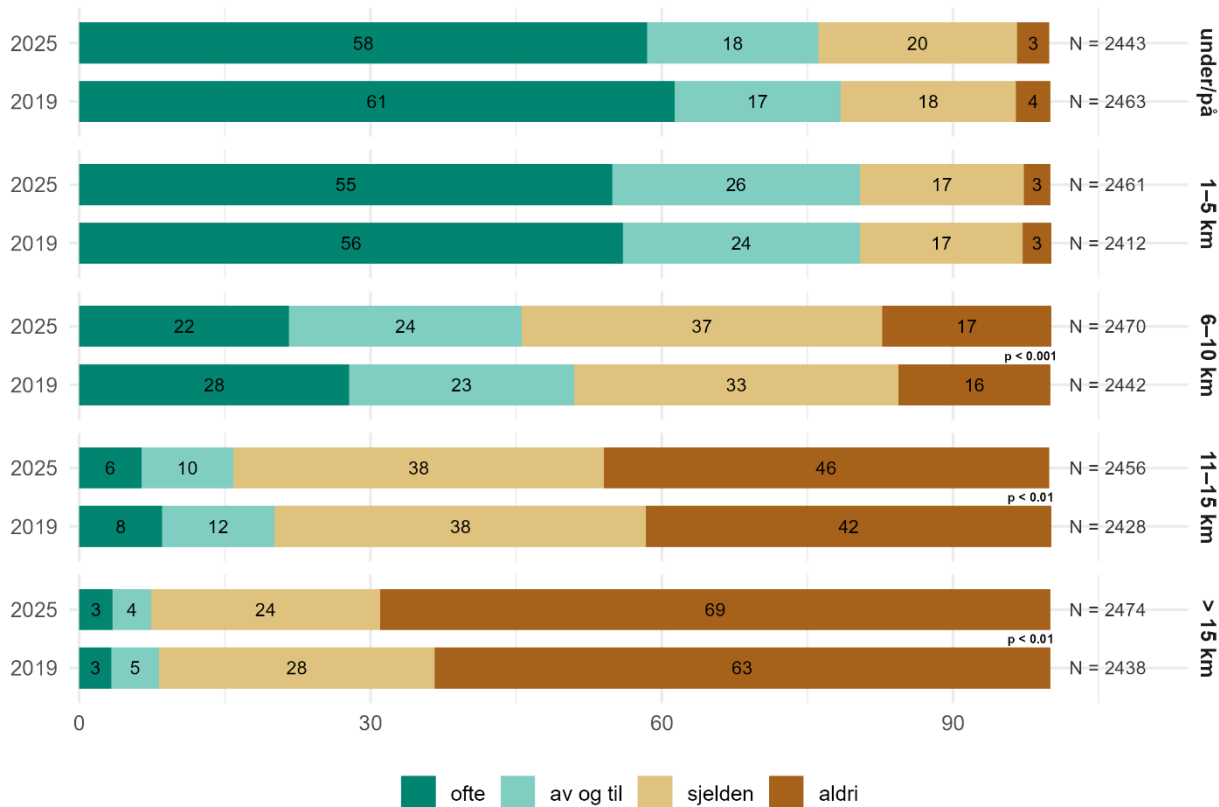
Oppsummering: Intensjonen om å holde fartsgrensen i 80- og 100-soner viser en økning fra 2019 til 2025 i befolkningen samlet sett, der utviklingen er sterkest i 100-sonen og uten betydning i 30-sonen. Ser vi på andelen som oppgir å kjøre innenfor 1-5 km/t over fartsgrensen er det en økning på 5,2 prosentpoeng i 80 sone og 6,3 pp i 100-sone.

Økningen er sterkere i kampanjens medi målgruppe (menn 25-55 år) enn blant øvrige.

Vi finner ingen eksponeringseffekt av kampanjen for intensjon, det er altså lik endring blant de som har lagt merke til kampanjen og ikke.

7.2 Selvrapportert fartsatferd

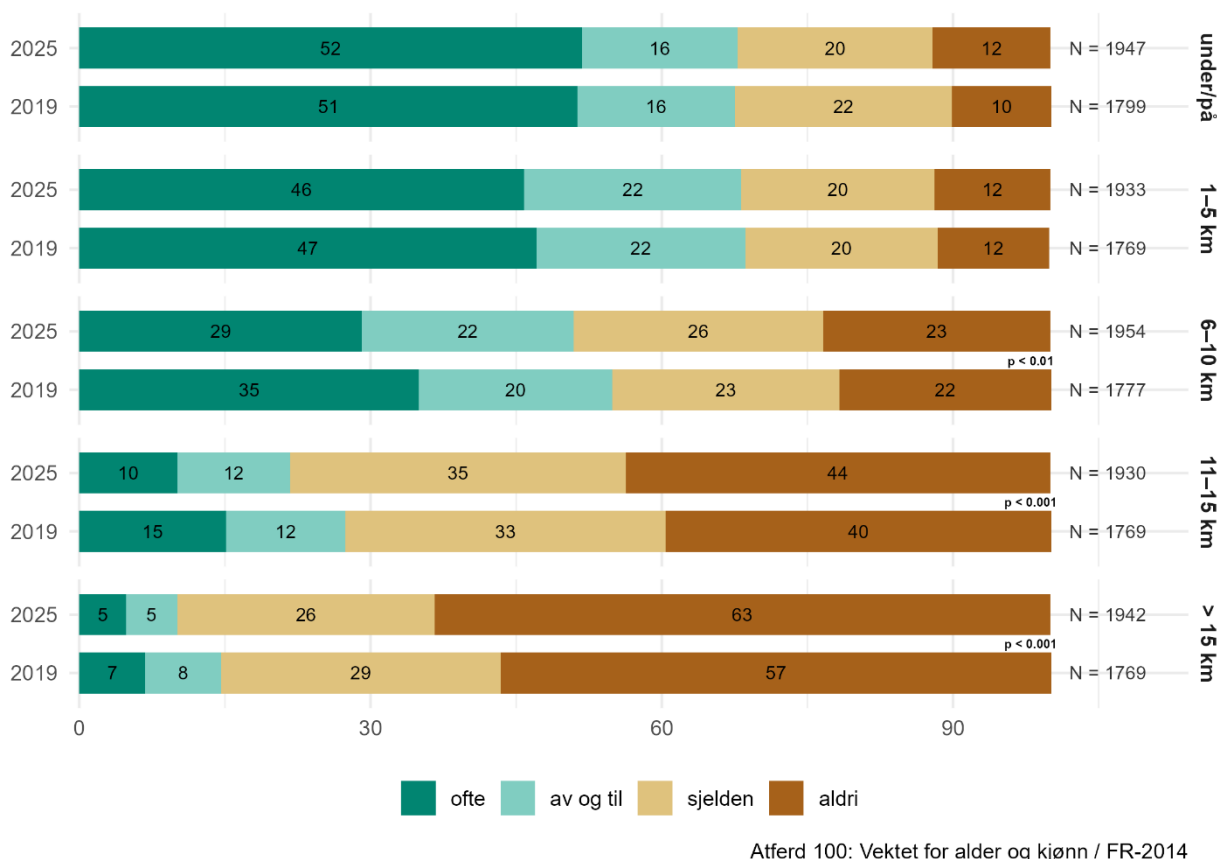
Figur 7.3 og Figur 7.4 viser fordelingen i 2019 og 2025 for selvrapportert atferd i **80-sone** og **100-sone**.



Atferd 80: Vektet for alder og kjønn / FR-2014

Figur 7.3: Tidsutvikling for selvrapportert atferd i 80-sone: «I løpet av siste måned, hvor ofte har du holdt følgende fart når du har kjørt på veier med fartsgrense 80 km/t?» Representativt utvalg 2019 og 2025. Prosent.

For **6-10 km/t over** er andelen som rapporterer *sjelden* høyere i 2025 enn i 2019 (+3,7 pp, $p < 0,05$), hvilket samsvarer med at *ofte* rapporteres lavere (-6,2 pp, $p > 0,001$). For **11-15 km/t** er *aldri* høyere (+4,2 pp, $p < 0,05$) og *ofte* lavere (-2,0 pp, $p < 0,05$) i 2025 sammenlignet med 2019. For **>15 km** er *aldri* høyere (+5,6 pp, $p > 0,001$), samtidig som *sjelden* reduseres tilsvarende (-4,8 pp, $p < 0,001$).



Figur 7.4: Tidsutvikling for selvrapportert atferd i 100 soner: «I løpet av siste måned, hvor ofte har du holdt følgende fart når du har kjørt på veier med fartsgrense 100 km/t?» Representativt utvalg 2019 og 2025. Prosent.

I 100-sone reduseres andelen som ofte kjører **6-10 km/t** over fartsgrensen (-5,9 pp, p>0,05). Det samme gjelder for **11-15 km/t over** (-5,0 pp, p<0.001). For **>15 km/t over** reduseres ofte (-2 pp, p<0,05), av og til (-2,4 pp, p<0,05), samtidig som **aldri** øker (6,7 pp, p<0,001).

30-sone: ingen endring

Når det kontrolleres for alder, kjønn og teknologisk utvikling og bruk av førerstøtte viser regresjonsanalysen at atferden er uendret over tid. Dette er i tråd med resultatene for intensjon i 30-sone, der vi ikke ser noen endring.

80- og 100-sone: Færre rapporterer at de kjører over fartsgrensen i 80- og 100-sone

For all atferd som innebærer å kjøre over fartsgrensen viser regresjonsanalysene en reduksjon i «uønsket atferd» der hyppighetene reduseres over tid, når det kontrolleres for alder, kjønn og teknologisk utvikling. Størst nedgang er det i 6-10 km/t og 11-15 km/t over. For 80-sone er endringen henholdsvis -0,18 poeng og -0,12 poeng og for 100 sone er endringen -0,20 poeng. Samlet sett rapporterer bilister signifikant sjeldnere å kjøre over fartsgrensen, samtidig som vi ikke finner noen signifikant økning for å kjøre under eller på fartsgrensen.

Dette samsvarer med de deskriptive resultatene, som viser en forskyvning mot sjeldnere forekomst i de høyeste fartskategoriene i 80- og 100-soner.

Betydningen av bakgrunnsvariabler og teknologitilgang

For 80 og 100-soner har kvinner og økende alder gjennomgående sjeldnere forekomst av høyere fart, hvilket samsvarer med funnene for intensjon om å holde fartsgrensen. Videre har førere av nyere biler (teknologitilgang) en noe høyere rapportert atferd i 80-sone og 100-sone. Nyere biler er altså assosiert med lavere fartsoverholdelse, samtidig som den samlede atferden å kjøre over fartsgrensen reduseres over tid. I 100 sone er bruk av førerstøttesystemer assosiert med lavere hyppighet av å kjøre over fartsgrensen. For mer detaljer om alle fartsatferder, se regresjonstabeller i Vedlegg 6.

Betydningen av kampanjeeksponering:

For ingen av fartssonene finner vi noen signifikant eksponeringseffekt av kampanjen. Det vil si at personer som oppgir å ha lagt merke til kampanjen, ikke viser større endringer i fartsatferd enn personer som ikke har fått med seg kampanjen (se Vedlegg 6).

Målgruppeanalyse – mediemålgruppe

Tabell 7.4 viser forskjell i endring for atferd i 80- og 100 sone mellom mediamålgruppen sammenlignet med øvrige. Forskjell i endring (2019-2025) er estimert fra interaksjonsledd mellom år og målgruppe i lineær regresjonsmodell, kontrollert for alder, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

Tabell 7.4: Endring fra 2019 til 2025 for mediamålgruppen og øvrige. Positiv verdi betyr oftere forekomst, negativ verdi betyr sjeldnere forekomst.

Sone	Atferd	Målgruppe	Endring Øvrige	p-interaksjon	Konklusjon
80	Under/på	0,05	-0,02	0,122	Ingen forskjell
	1–5 km	-0,05	-0,07	0,660	Ingen forskjell
	6–10 km	-0,31	-0,14	0,001	Målgruppen endrer seg mer
	11–15 km	-0,29	-0,07	< 0,001	Målgruppen endrer seg mer
	> 15 km	-0,19	-0,02	< 0,001	Målgruppen endrer seg mer
100	Under/på	0,13	-0,05	0,006	Målgruppen endrer seg mer
	1–5 km	-0,12	-0,09	0,662	Ingen forskjell
	6–10 km	-0,34	-0,14	0,003	Målgruppen endrer seg mer
	11–15 km	-0,46	-0,11	< 0,001	Målgruppen endrer seg mer
	> 15 km	-0,35	-0,08	< 0,001	Målgruppen endrer seg mer

Målgruppen endrer seg mer enn øvrige førere på uønsket atferd, og på uønsket atferd i 100-sone (å holde fartsgrensen) i 100 sone. Målgruppen hadde større potensiale for endring, som følge av høyere hyppighet av uønsket atferd i 2019. For deskriptive uvektede fordelinger, se vedlegg Figur V. 7-2.

Oppsummering: Selvrapportert atferd går i forventet retning for 80- og 100 soner fra 2019 til 2025 i form av at det å kjøre over fartsgrensen rapporteres sjeldnere i 2025 enn i 2019. Størst forbedring er det for >6-10 og 11-15 km/ timen over. Ønsket atferd (å holde fartsgrensa) har ikke økt i periodene, men vi ser en forskyving nærmere lavere fartsovertredelser.

Målgruppeanalyse viser at mediemålgruppa (menn 25-55 år) endrer seg mer enn øvrige.

Vi finner ingen eksponeringseffekt av kampanjen, altså lik endring blant eksponerte og ikke-eksponerte.

7.3 Faktisk fartsatferd

7.3.1 Andel bilister som holder fartsgrense

For å måle den reelle andelen av bilister som holdt fartsgrensen eller kjører litt over fartsgrensen før kampanjestart, på veier med fartsgrense 80 km/t, bruker vi tall fra Statens Vegvesen sine tellepunkt gjengitt i rapporten «Politiets tilstandsanalyse for 2025- Trafikksikkerhetsarbeid» (Politiet UP, 2025, s. 22). Dataene er basert på om lag 50 tellepunkter.

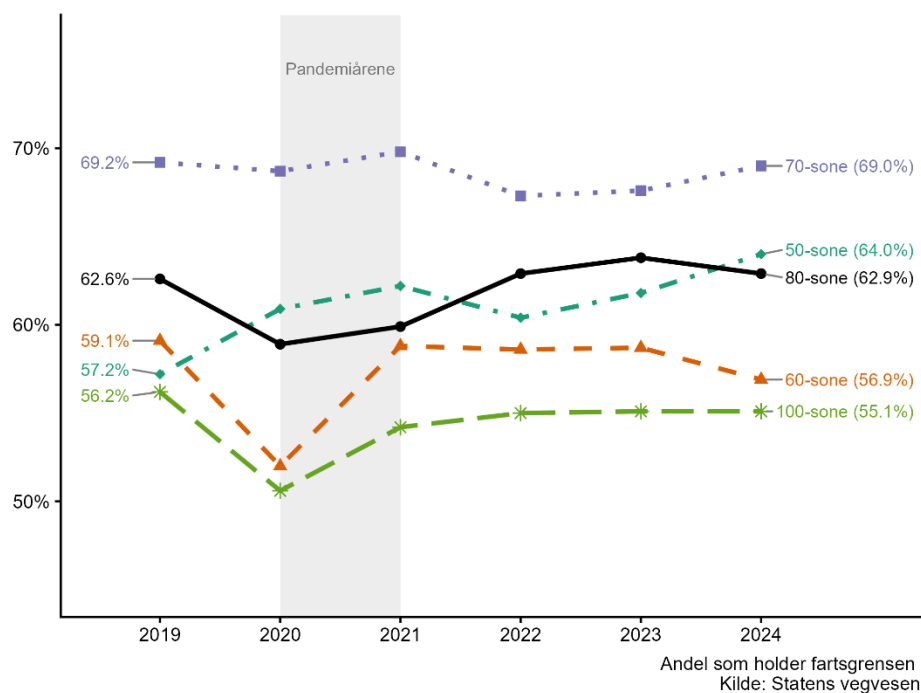
Tallene for 2019¹⁴ for det samlede trafikkarbeidet viser at:

- 62,1 % holder fartsgrensen
- 29,3 % av bilister i Norge kjører 0-10 km/t over fartsgrensen
- 8,6 % av det samlede trafikkarbeidet foregikk med hastighet mer enn 10 km/t over fartsgrensen

Tilsvarene er tallene for 2023:

- 62,1 % holder fartsgrensen
- 32,4 % av bilister i Norge kjører 0-10 km/t over fartsgrensa
- 5,5 % av det samlede trafikkarbeidet foregikk med hastighet mer enn 10 km/t over fartsgrensen

Figur 7.5 viser andelen som holder fartsgrensen i ulike fartssoner for årene 2019 til 2024.



Figur 7.5: Utvikling i andel som overholder fartsgrensen i ulike fartssoner fra 2019 til 2024.

Endringen i fartsoverholdelse i 80-sone har ikke endret seg i kampanjeperioden fra 2019 til 2024¹⁵.

¹⁴ Tallene for 2018 var henholdsvis 61,5%, 32,6% og 5,9%

¹⁵ Har ikke tallene for 2025.

7.3.2 Mål på reell fart fra enkeltkjøretøy

TØI har også gjennomført sin egen analyse av fartsdata som del av en uavhengig evaluering av kampanjens effekt på fartsatferd. Tabell 7.5 viser andel person- og varebiler som overholder fartsgrensen på vegger med fartsgrense 80 km/t i 2019 og 2025 i uke 35 og 36 (september).

Tabell 7.5: Andel person- og varebiler som overholder fartsgrensen på 80 km/t. Målt ved 10 tellepunkt i 2019 og 2020. Alle bile og biler med tidsluke >5 sekunder.

	Fart i forhold til fartsgrensen 80 km/t							
	Holder fartsgrensen		Inntil 5 km/t over		Inntil 10 km/t over		Inntil 15 km/t over	
	Alle	tidsluke >5 sek	Alle	tidsluke >5 sek	Alle	tidsluke >5 sek	Alle	tidsluke >5 sek
2019	60,4	52,6	80,9	75,4	92,0	88,9	96,6	95,1
2025	62,4	55,5	84,9	80,4	94,2	91,9	97,5	96,4
Endring	2,0	2,9	4,0	5,0	2,2	3,0	0,9	1,3

Andelen av alle kjøretøy som holder fartsgrensen når de ikke påvirkes av kjøretøy foran eller bak (tidsluke > 5 sekunder) er lavere (55,5 %) enn når alle kjøretøy inkluderes (62,4 %).

Fra 2019 til 2025 øker andelen som holder fartsgrensen med 2,0 prosentpoeng for alle kjøretøy samlet ($p < 0,05$), og med 2,9 prosentpoeng for kjøretøy med tidsluke over 5 sekunder ($p < 0,05$). I relativ økning tilsvarer dette henholdsvis 5,5 % og 6,7 %. Videre ser vi en økning på 5 prosentpoeng ($p < 0,05$) i andelen kjøretøy som kjører inntil 5 km/t over fartsgrensen.

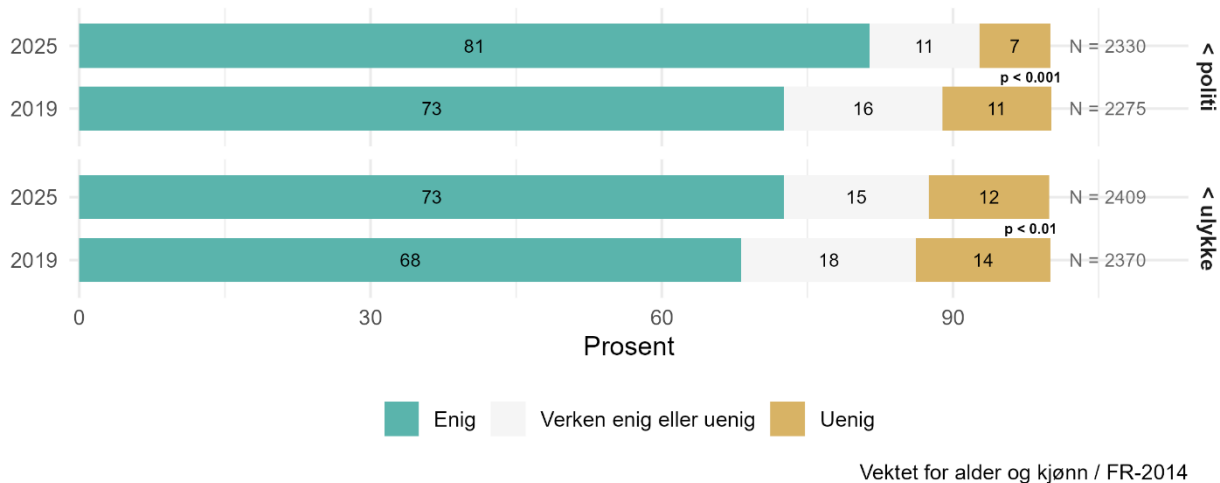
Samlet sett innebærer dette at andelen kjøretøy som holder fartsgrensen eller kjører inntil 5 km/t over er høyere i 2025 enn i 2019. For mer detaljer om gjennomsnittsfart per tellepunkt, se Tabell V.4.1 og Tabell V.4.2 i Vedlegg 4. For et av tellepunktene (Bjøberg) ser vi en større økning enn for de øvrige tellepunktene. Tar vi ut dette punktet ut av analysene er det fortsatt en økning i overholdelse av fartsgrensen på tvers av tellepunktene, men noe lavere.

Oppsummering: Hastighetsmålinger fra Statens vegvesens 50 tellepunkter viser ingen økning i andelen som holder fartsgrensen i 80-soner fra 2019 til 2024. Tall fra utvalgte tellepunkt som i større grad kontrollerer for andre faktorer av betydning for fart, viser en økning i andel som holder fartsgrensen på 2,9 prosentpoeng fra 2019 til 2025, som tilsvarer en relativ økning på 5,5 %.

7.4 Kognitive holdninger

7.4.1 Opplevd konsekvens

Figur 7.6 viser fordelingen for kognitive holdninger (dvs. kunnskap og vurdering av konsekvenser) knyttet til oppfatning av konsekvenser av å alltid måtte holde fartsgrensen.



Figur 7.6: Tidsutvikling for kognitive holdninger del én. «Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrense på vier med 80 eller mer ville det minske sjansen for å bli tatt av politiet; minske sjansen for en trafikkulykke. Representativt utvalg 2019 og 2025. Prosent.

Det er en signifikant endring i fordelingen av oppfatninger om konsekvenser av å holde fartsgrensen. I 2025 er andelen som er enig i at å alltid holde fartsgrensen reduserer sjansen for å bli tatt av politiet, økt med 8,8 prosentpoeng ($p < 0,001$), som utgjør ca. 12 prosent relativt til utgangspunktet¹⁶. Andelen som er enig i at det reduserer risikoen for trafikkulykker har økt med 4,4 prosentpoeng ($p < 0,01$).

Tabell 7.6 viser justerte gjennomsnitt for oppfatninger av konsekvenser av å holde fartsgrensen.

Tabell 7.6: Justerte gjennomsnitt for kognitive holdninger i 2019 og 2025, og endring fra 2019 til 2025. Skala fra helt uenig (1) til helt enig (5).

Holdning	År	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Sjansen for å bli tatt av politiet reduseres	2019	4,08	+0,24	p < 0,001	4551
	2025	4,32			4551
Sjansen for en trafikkulykke reduseres	2019	3,90	+0,14	p < 0,001	4723
	2025	4,04			4723

Det er en tydelig økning i forståelsen av konsekvenser ved å holde fartsgrensen mellom målepunktene. Etter kontroll for alder, kjønn, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer skårer respondentene i 2025 i gjennomsnitt 0,24 poeng høyere enn i 2019 på påstanden om at sjansen for å bli tatt av politiet reduseres ($p < 0,001$). Tilsvarende viser vurderingen av redusert risiko for trafikkulykke en økning på 0,14 poeng på skalaen ($p < 0,001$).

¹⁶ Endring delt på utgangspunkt: $(81,4 - 72,6) / 72,6 = 12,1$

Vi finner ingen signifikant eksponeringseffekt av kampanjen på kognitive holdninger. Det vil si at personer som oppgir å ha lagt merke til kampanjen, ikke viser større endringer enn personer som ikke har fått med seg kampanjen. Dette gjelder også etter kontroll for relevante bakgrunnsvariabler.

Målgruppeanalyse – mediemålgruppen

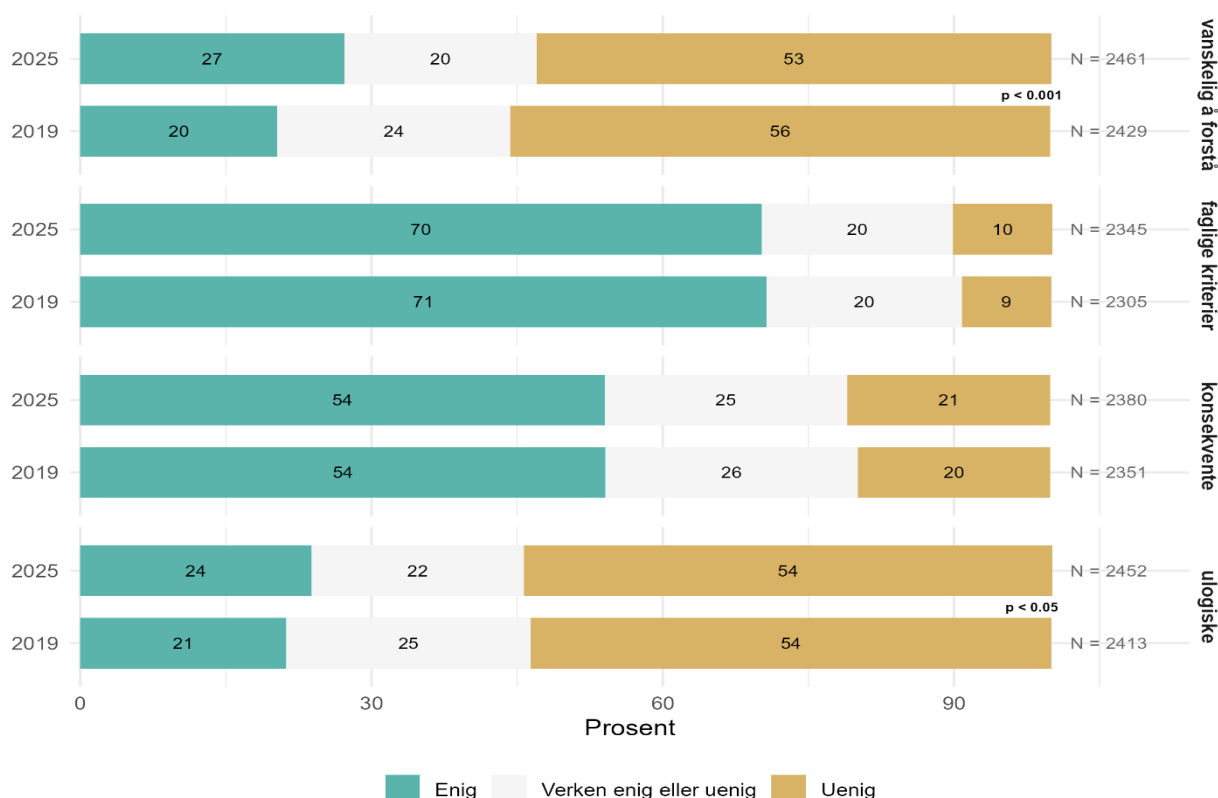
Tabell 7.7 viser forskjell i endring kognitive holdninger for målgruppen sammenlignet med øvrige. Forskjell i endring er estimert fra interaksjonsledd mellom år og målgruppe i lineær regresjonsmodell, kontrollert for alder, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

Tabell 7.7: Endring i kognitive holdninger fra 2019 til 2025 for målgruppen og øvrige.

Kognitive holdninger	Målgruppe (menn 25-55 år)	Øvrige	p-interaksjon	Konklusjon	N
Sjansen for å bli tatt av politi reduseres	0,15	0,24	0,167	-	5515
Sjansen for en trafikkulykke reduseres	0,28	0,07	< 0,001	Målgruppen endrer seg mer	5709

7.4.2 Forståelse av fartsgrenser

Et litt annet aspekt av kognitive holdninger handler om det mer strukturelle og forståelsen av hvorfor fartsgrensene er som de er. Figur 7.7 viser fordelingen.

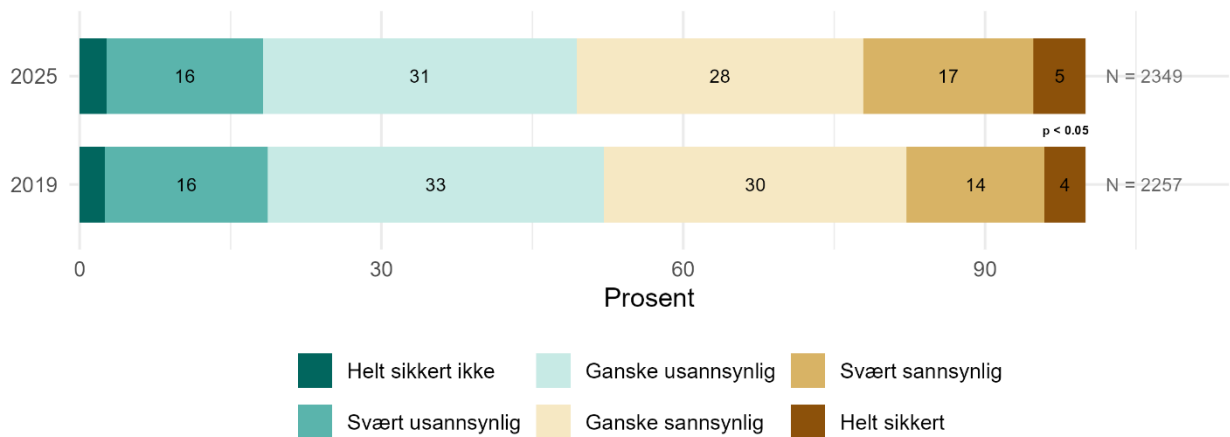


Figur 7.7: Tidsutvikling for kognitive holdninger del to «Hvor enig er du i følgende påstander? Det er vanskelig å forstå hvorfor fartsgrensene er som de er/ Fartsgrensene er basert på faglige kriterier/Fartsgrensene er konsekvente/ Fartsgrensene virker ulogiske. Representativt utvalg 2019 og 2025. Prosent.

Andelen som mener at fartsgrensene er vanskelige å forstå, har økt med 6,9 prosentpoeng i perioden ($p < 0,001$). Tilsvarende har andelen som oppfatter fartsgrensene som ulogiske, økt med 2,6 prosentpoeng. Det er ikke observert noen endring i vurderingene av hvorvidt fartsgrensene er konsekvente eller basert på faglige kriterier.

7.4.3 Opplevd oppdagelsesrisiko

Figur 7.8 viser fordelingen for opplevd oppdagelsesrisiko.



Oppdagelsesrisiko: Vektet for alder og kjønn / FR-2014

Figur 7.8: Tidsutvikling for oppdagelsesrisiko fra 2019 til 2025. «Tenk deg at du hver dag i ett år kjører 90 km/t på en mil lang strekning med fartsgrense 80 km/t. Hvor sannsynlig tror du det er at du blir tatt for denne fartsovertredelsen i løpet av året?» Representativt utvalg 2019 og 2025. Prosent.

Det er en signifikant endring i fordelingen av oppfatninger om konsekvenser av å holde fartsgrensen ($p > 0,05$). I 2025 er andelen som mener det er svært sannsynlig at man blir tatt for å kjøre 10 km/t i 80-sone løpet av et år, økt med 3,2 prosentpoeng ($p < 0,05$).

Tabell 7.8 viser estimerte gjennomsnitt og endring i opplevd oppdagelsesrisiko. I analysen inngår kontroll for alder, kjønn, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

Tabell 7.8: Justerte gjennomsnitt for oppdagelsesrisiko i 2019 og 2025, og endring fra 2019 til 2025. Skala fra helt helst sikkert ikke (1) til helt sikkert (6).

Oppdagelsesrisiko	År	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Sannsynlighet for å bli tatt	2019	3,53	+0,13	$p < 0,001$	4553
	2025	3,66			

Regresjonsanalysen viser en økning i opplevd sannsynlighet for å bli tatt for en fartsovertredelse over tid. Økningen tilsvarer en liten, men tydelig forskyvning mot høyere opplevd oppdagelsesrisiko.

Betydningen av bakgrunnsvariabler og teknologitilgang

Kvinner vurderer sannsynligheten for å bli oppdaget som høyere enn menn. Videre har førere av nyere biler en lavere opplevd sannsynlighet for å bli oppdaget.

Betydningen av kampanjeeksponering

For oppdagelsesrisiko finner vi en signifikant eksponeringseffekt av kampanjen. Det vil si at personer som oppgir å ha lagt merke til kampanjen, viser større endringer enn personer som ikke husker å ha fått med seg kampanjen. Tabell 7.9 viser justerte gjennomsnitt for eksponerte og ikke eksponerte.

Tabell 7.9: Justert differanse mellom eksponerte og ikke eksponerte i 2025 for opplevd oppdagelsesrisiko. Vektet for alder og kjønn.

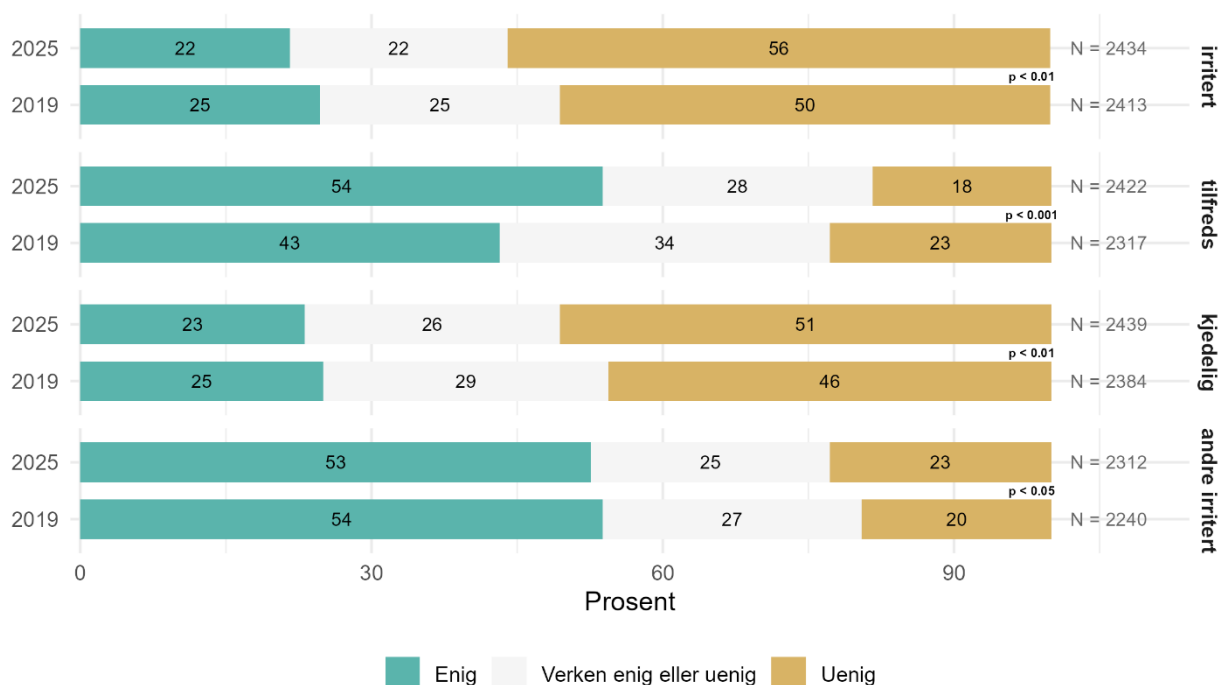
Oppdagelsesrisiko	Eksponering	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Sannsynlighet for å bli tatt	Ikke-eksponert	3,60	+0,16	0,008	2321
	Eksponert	3,76			

Oppsummering: Det er en økning i forståelsen av konsekvenser ved å holde fartsgrensen i perioden knyttet til at sannsynligheten for å bli tatt av politiet og sjansen for en ulykke reduseres dersom man alltid måtte holde fartsgrensen. For forståelse av fartsgrenser finner vi en nedgang i perioden.

Vi finner en eksponeringseffekt for opplevd oppdagelsesrisiko der eksponerte endrer seg mer enn ikke-eksponerte. Mediemålgruppa endrer seg mer enn øvrige på enkelte av faktorene.

7.5 Emosjonelle holdninger

Figur 7.9 viser fordelingen for emosjonelle holdninger knyttet til å alltid måtte holde fartsgrensen.



Emosjonelle holdninger: Vektet for alder og kjønn / FR-2014

Figur 7.9: Tidsutvikling for emosjonelle holdninger. «Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer ville jeg/andre føle...». Representativt utvalg 2019 og 2025. Prosent.

Det er en signifikant endring i fordelingen av emosjonelle holdninger knyttet til det å holde fartsgrensen. I 2025 er andelen som er uenig i at å alltid holde fartsgrensen gjør dem irritert, økt med 5,4 pp ($p < 0,01$), og andelen som er enig i at de føler seg tilfreds økt med 10,6 prosentpoeng ($p < 0,001$), som utgjør ca. 24 % relativt til utgangspunktet.

Tabell 7.10 viser justerte gjennomsnitt for emosjonelle holdninger. I analysen inngår kontroll for alder, kjønn, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

Tabell 7.10: Justerte gjennomsnitt for emosjonelle holdninger knyttet til å overholde fartsgrensa i 2019 og 2025, og endring fra 2019 til 2025. Skala fra helt uenig (1) til helt enig (5).

Holdning	År	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Føle meg irritert	2019	2,47	-0,17	$p < 0,001$	4788
	2025	2,30			
Føle meg utilfreds*	2019	2,64	-0,26	$p < 0,001$	4684
	2025	2,38			
Føles kjedelig	2019	2,58	-0,16	$p < 0,001$	4767
	2025	2,43			
Irritere andre	2019	3,38	-0,09	$p = 0,024$	4498
	2025	3,29			

I tråd med de deskriptive analysene er der færre som oppgir å bli irritert (-0,17 poeng), og kjede seg (-0,16 poeng) og flere som oppgir at de er tilfredse (+0,26 poeng).

Vi finner ingen eksponeringseffekt for emosjonelle holdninger.

Målgruppeanalyser – mediemålgruppen

Tabell 7.11 viser forskjell i endring kognitive holdninger for målgruppen sammenlignet med øvrige. Forskjell i endring er estimert fra interaksjonsledd mellom år og målgruppe i lineær regresjonsmodell, kontrollert for alder, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

Tabell 7.11: Endring i emosjonelle holdninger fra 2019 til 2025 for målgruppen og øvrige. Skala fra 1(uenig) til 5 (enig).

Variabel	Målgruppe	Øvrige	p-interaksjon	Konklusjon	N
Føle meg irritert	-0,33	-0,14	0,007	Målgruppen endrer seg mer	5775
Føle meg utilfreds*	-0,52	-0,19	$< 0,001$	Målgruppen endrer seg mer	5668
Føles kjedelig	-0,42	-0,11	$< 0,001$	Målgruppen endrer seg mer	5754
Irritere andre	-0,14	-0,08	0,352	-	5431

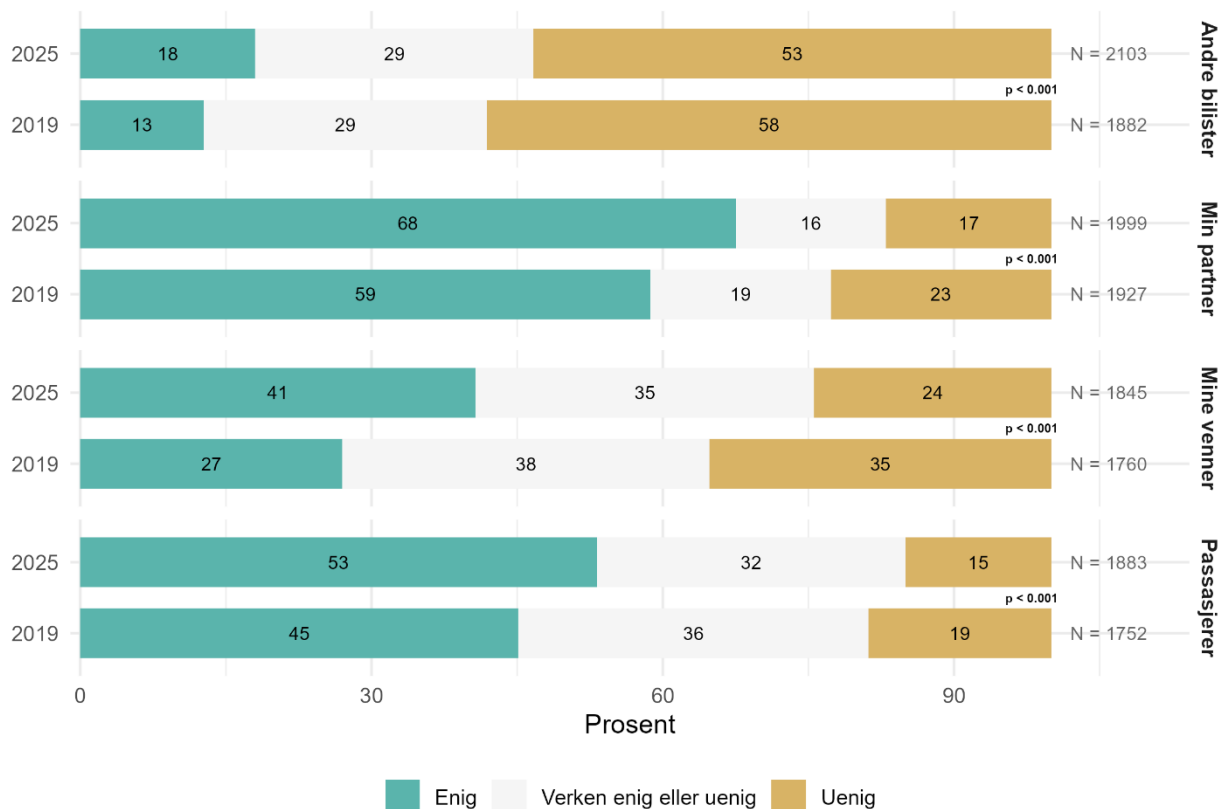
Oppsummering: Det er en positiv utvikling emosjonelle holdninger for å holde fartsgrensen mellom måletidspunktene. Tilfreds holdning til egen overholdelse øker med 10,6 prosentpoeng som tilsvarer en relativ økning på 24%.

Mediemålgruppa endrer seg mer enn resten.

7.6 Normer

7.6.1 Deskriptive normer

Figur 7.10 viser fordelingen for deskriptive normer, dvs. i hvilken grad andre vil holde fartsgrensen neste gang de kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer.



Deskriptiv norm: Vektet for alder og kjønn / FR-2014

Figur 7.10: Tidsutvikling for deskriptive normer. (...) vil holde fartsgrensen neste gang de kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer» Representativt utvalg 2019 og 2025. Tallene viser andeler (%) og er avrundet til hele tall.

Fra 2019 til 2025 er det en signifikant endring i fordelingen av deskriptive normer. I 2025 er andelen som er enig i at andre bilister vil holde fartsgrensen økt med 5,3 prosentpoeng ($p < 0,001$) som tilsvarer en relativ økning på 40 prosent. Tilsvarende øker andelen som mener at min partner vil holde fartsgrensen med 8,8 prosentpoeng (relativ økning på 15 prosent) ($p < 0,001$), at mine venner vil gjøre det med 13,7 prosentpoeng (relativ økning på 50 prosent) ($p < 0,001$), og at de som ofte sitter på med meg (passasjerer) vil holde fartsgrensen med 8,0 prosentpoeng (relativ økning på 17 prosent) ($p < 0,001$).

Tabell 7.12 viser justerte gjennomsnitt for deskriptiv norm. I analysen inngår kontroll for alder, kjønn, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

Tabell 7.12: Justerte gjennomsnitt for deskriptiv norm i 2019 og 2025, og endring fra 2019 til 2025. Skala fra helt uenig (1) til helt enig (5).

Deskriptiv norm	År	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Andre bilister vil holde fartsgrensen	2019	2,40	+0,16	p < 0,001	3938
	2025	2,56			
Mine venner vil holde fartsgrensen	2019	2,92	+0,35	p < 0,001	3565
	2025	3,27			
Min partner vil holde fartsgrensen	2019	3,62	+0,28	p < 0,001	3887
	2025	3,90			
De som ofte sitter på med meg vil holde fartsgrensen	2019	3,41	+0,18	p < 0,001	3592
	2025	3,60			

For deskriptive normer finner vi en eksponeringseffekt der vi ser at eksponerte endrer seg mer enn ikke-eksponerte. Tabell 5-13 viser estimerte gjennomsnitt for eksponerte og ikke-eksponerte i 2025.

Tabell 7.13 Justert differanse mellom eksponerte og ikke eksponerte i 2025 (Eksponert – Ikke-eksponert). Justert for alder, kjønn, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer. Vektet for alder og kjønn / FR-2014.

Deskriptiv norm	Eksponering	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Andre bilister	Ikke-eksponert	2,47	0,12	0,022	2079
	Eksponert	2,59			
Mine venner	Ikke-eksponert	3,17	0,04	0,536	1825
	Eksponert	3,20			
Min partner	Ikke-eksponert	3,77	0,12	0,037	1981
	Eksponert	3,90			
De som ofte sitter på med meg	Ikke-eksponert	3,46	0,15	0,006	1862
	Eksponert	3,61			

Målgruppeanalyse – mediemålgruppen

Tabell 7.14 viser forskjell i endring deskriptive normer for målgruppen sammenlignet med øvrige. Forskjell i endring er estimert fra interaksjonsledd mellom år og målgruppe i lineær regresjonsmodell, kontrollert for alder, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

Tabell 7.14: Endring i deskriptive normer fra 2019 til 2025 for mediemålgruppen og øvrige. Skala.

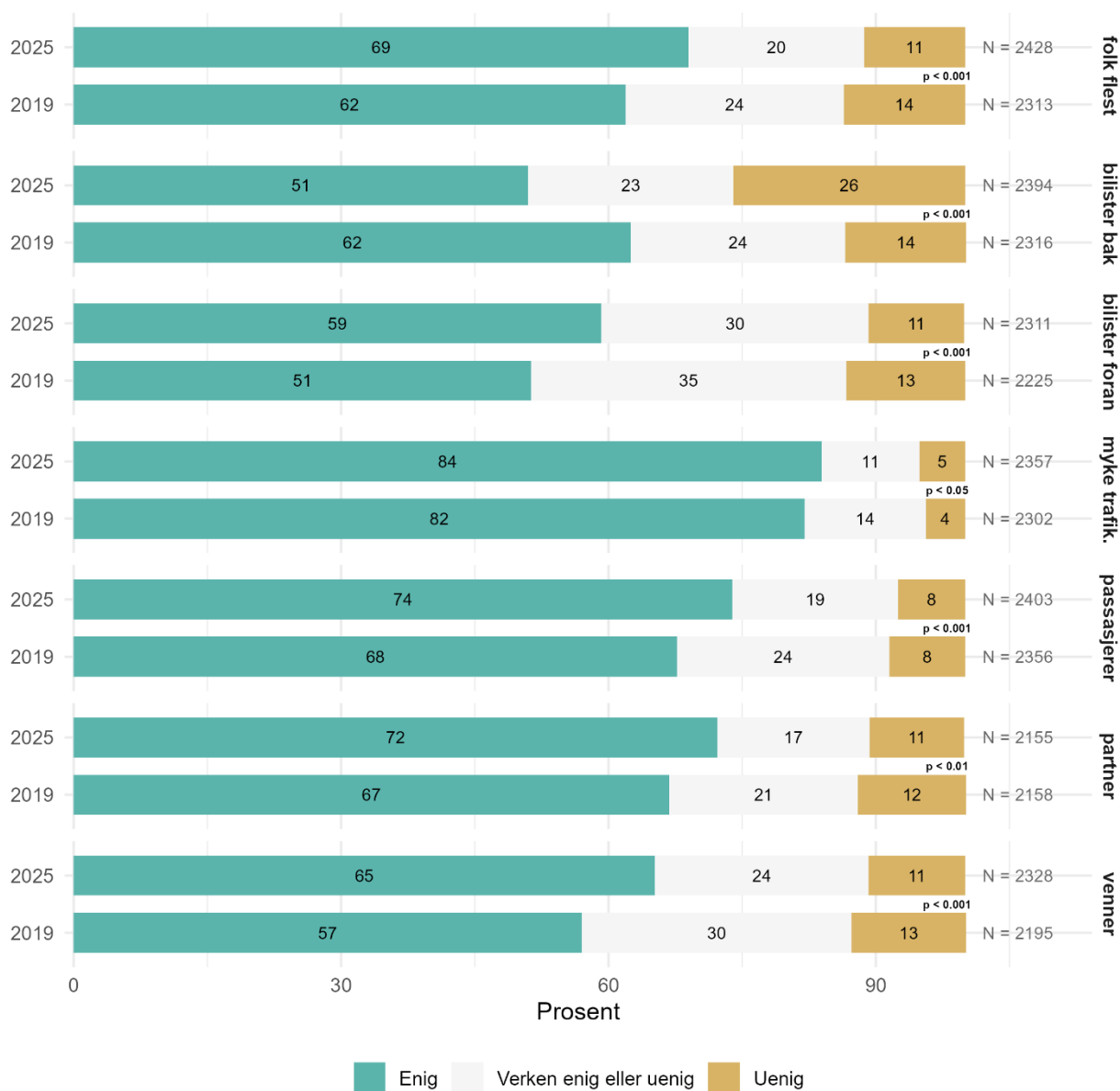
Variabel	målgruppe	øvrige	p-interaksjon	Konklusjon
Andre bilister	0,19	0,12	0,218	-
Mine venner	0,41	0,31	0,095	-
Min partner	0,24	0,28	0,568	-
De som ofte sitter på med meg	0,31	0,11	0,001	Målgruppen endrer seg mer

Oppsummering: Fra 2019 til 2025 er det en signifikant endring i deskriptive normer der andelen som er enig i at andre bilister vil holde fartsgrensen har økt fra 13 til 18 prosent, som tilsvarer en relativ økning på 40%.

Vi finner en eksponeringseffekt for enkelte av utsagnene for deskriptive normer, som betyr at de som har lagt merke til kampanjen skårer høyere enn de som ikke har lagt merke til kampanjen.

7.6.2 Injunktiv norm – forventninger

Figur 7.11 viser fordelingen for injunktiv norm, dvs. forventninger fra andre om å holde fartsgrensen.

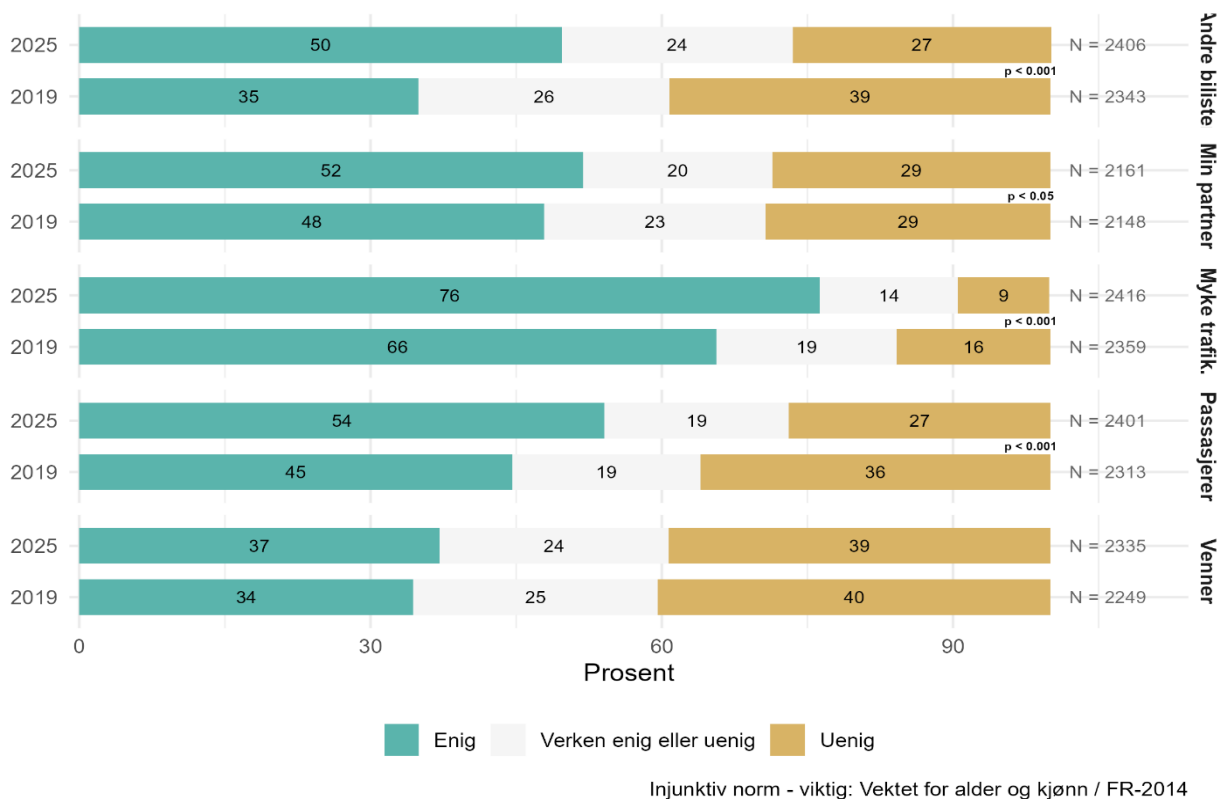


Injunktiv norm: Vektet for alder og kjønn / FR-2014

Figur 7.11: Tidsutvikling for injunktive normer. «I hvilken grad er du enig i at følgende påstander gjelder for deg når du kjører på veier med fartsgrense 80 eller mer? ____ forventer at jeg skal holde fartsgrensen.» Representativt utvalg 2019 og 2025. Prosent.

Fra 2019 til 2025 er det en signifikant endring i fordelingen av injunktive normer (forventninger fra andre). I 2025 er andelen som er enige i at folk flest forventer at man holder fartsgrensen økt med 7,1 prosentpoeng ($p < 0,001$). Tilsvarende øker andelen som mener at det er en forventning fra venner med 8,2 prosentpoeng ($p < 0,001$), fra partner med 5,5 prosentpoeng ($p < 0,001$), passasjerer 6,1 prosentpoeng ($p < 0,001$), og bilister foran med 7,9 pp ($p < 0,001$). For bilister bak går endringen motsatt vei, med – 11,5 pp ($p < 0,001$).

Vi ser at også at hvor viktig det er å leve opp til forventningene følger samme mønster, presentert i Figur 7.12.



Figur 7.12: «Når jeg kjører bil, er det viktig for meg å leve opp til ... ___ forventninger til fart». Prosent.

I 2025 ser vi en tydelig økning i betydningen av å leve opp til andres forventninger. Økningen er størst for andre bilister (14,8 prosentpoeng), etterfulgt av myke trafikanter (10,7 prosentpoeng) og passasjerer (9,5 prosentpoeng), mens økningen for egen partner er 4 prosentpoeng (alle $p < 0,001$).

Tabell 7.15 viser justerte gjennomsnitt for injunktiv norm (forventning fra andre). I analysen inngår kontroll for alder, kjønn, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

Tabell 7.15: Justerte gjennomsnitt og differanse mellom årene. Injunktiv norm – forventning fra andre. Skala fra 1 (uenig) til 5 (enig).

Injunktiv norm	År	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Folk flest	2019	3,67	+0,17	p < 0,001	4682
	2025	3,83			
Bilister bak	2019	3,60	-0,21	p < 0,001	4653
	2025	3,39			
Bilister foran	2019	3,50	+0,20	p < 0,001	4480
	2025	3,70			
Myke trafikanter	2019	4,19	+0,11	p < 0,001	4603
	2025	4,3			
Mine passasjerer	2019	3,88	+0,14	p < 0,001	4701
	2025	4,02			
Min partner	2019	3,88	+0,17	p < 0,001	4267
	2025	4,05			
Mine venner	2019	3,67	+0,14	p < 0,001	4469
	2025	3,82			

For injunktive normer finner vi en eksponeringseffekt der vi ser at eksponerte endrer seg mer enn ikke-eksponerte på enkelte av faktorene. Tabell 7.16 viser estimerte gjennomsnitt for eksponerte og ikke-eksponerte i 2025.

Tabell 7.16: Justert differanse for injunktiv norm mellom eksponerte og ikke eksponerte i 2025. Skala fra 1 (uenig) til 5 (enig). Justert for alder, kjønn, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer. Vektet for alder og kjønn / FR-2014.

Injunktiv norm	Eksponering	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Folk flest	Ikke eksponert	3,73	0,13	0,006	2398
	Eksponert	3,87			
Bilister bak	Ikke eksponert	3,32	0,15	0,008	2365
	Eksponert	3,48			
Bilister foran	Ikke eksponert	3,63	0,10	0,047	2284
	Eksponert	3,72			
Myke trafikanter	Ikke eksponert	4,25	0,00	0,924	2330
	Eksponert	4,26			
Mine passasjerer	Ikke eksponert	3,96	0,04	0,404	2374
	Eksponert	4,00			
Min partner	Ikke eksponert	4,00	0,14	0,009	2130
	Eksponert	4,14			
Mine venner	Ikke eksponert	3,72	0,07	0,193	2299
	Eksponert	3,79			

Målgruppeanalyse – mediemålgruppa

Tabell 7.17 viser forskjell i endring injunktive normer for målgruppen sammenlignet med øvrige. Forskjell i endring er estimert fra interaksjonsledd mellom år og målgruppe i lineær regresjonsmodell, kontrollert for alder, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

Tabell 7.17: Endring i injunktiv norm fra 2019 til 2025 for mediemålgruppen og øvrige. Skala fra 1 (uenig) til 5(enig).

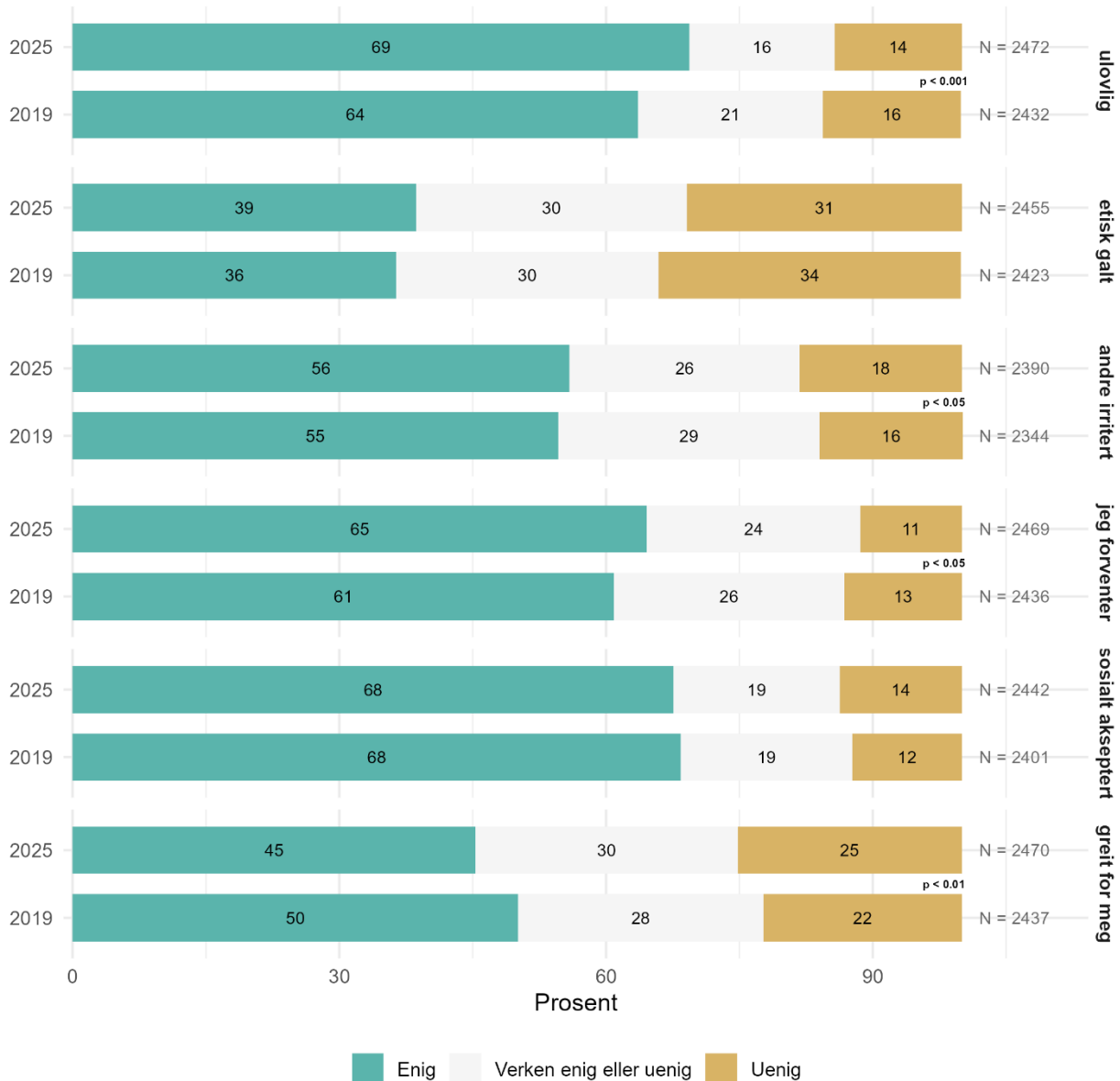
Variabel	Endring		p-interaksjon	Konklusjon
	målgruppe	øvrige		
Folk flest	0,30	0,07	< 0,001	Målgruppen endrer seg mer
Bilister bak	-0,22	-0,17	0,323	-
Bilister foran	0,20	0,19	0,819	-
Myke trafikanter	0,28	0,03	< 0,001	Målgruppen endrer seg mer
Mine passasjerer	0,27	0,08	< 0,001	Målgruppen endrer seg mer
Min partner	0,28	0,13	0,014	Målgruppen endrer seg mer
Mine venner	0,35	0,04	< 0,001	Målgruppen endrer seg mer

Oppsummering: Fra 2019 til 2025 er det en signifikant endring i injunktive normer der andelen som er enig i at andre forventer at man skal holde fartsgrensen øker, i samsvar med funnene for deskriptiv norm.

Vi finner en eksponeringseffekt for enkelte av utsagnene for injunktive normer, som betyr at de som har lagt merke til kampanjen skårer høyere enn de som ikke har lagt merke til kampanjen. Vi ser også at mediemålgruppen endrer seg mer enn øvrige.

7.6.3 Etske og lovlige normer

Figur 7.13 viser fordelingen for etiske og lovlige normer, i hvilken grad man oppfatter det som ulovlig og etisk galt å kjøre litt over fartsgrensen.



Normer i trafikken: Vektet for alder og kjønn / FR-2014

Figur 7.13: Etske og lovlige normer: «Hvor enig er du i at følgende påstander? Det er **ulovlig** å kjøre litt over fartsgrensen/Det er **etisk galt** å kjøre litt over fartsgrensen/Hvis jeg holdt fartsgrensen hele tiden ville bilistene bak meg blitt **irritert**/Jeg forventer at andre holder fartsgrensen /Det er **sosialt akseptabelt** å kjøre litt over fartsgrensen/ Jeg synes det er **greit** hvis andre kjører litt over fartsgrensen. Prosent.

Fra 2019 til 2025 er det en signifikant endring i fordelingen av enkelte av utsagnene. I 2025 er andelen som er enige i at det er ulovlig å kjøre litt over fartsgrensen økt med 5,8 prosentpoeng ($p < 0,001$), som tilsvarer en relativ økning på 9%. Tilsvarende reduseres andelen som mener at det er «greit for meg» at andre kjører over med -4,8 prosentpoeng ($p < 0,001$) ($p < 0,001$). Vi ser også her at forventningen til andres overholdelse har økt med 3,8 prosentpoeng ($p < 0,05$).

Tabell 7.18 viser justerte gjennomsnitt for etiske og lovlige normer i 2019 og 2025.

Tabell 7.18: Justert differanse for lovlige og etiske normer. Vektet for alder og kjønn / FR-2014. Skala fra 1 (uenig) til 5 (enig).

Etiske og lovlige normer	År	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Ulovlig å kjøre litt over fartsgrensen	2019	3,84	+0,18	p < 0,001	4844
	2025	4,02			
Etisk galt å kjøre litt over fartsgrensen	2019	3,12	+0,09	p = 0,014	4820
	2025	3,21			
Jeg forventer at andre holder fartsgrensen	2019	3,67	+0,10	p = 0,002	4846
	2025	3,77			
Sosialt akseptert å kjøre litt over fartsgrensen	2019	3,58	-0,03	p = 0,312	4786
	2025	3,55			
Greit for meg hvis andre kjører litt over	2019	3,22	-0,16	p < 0,001	4848
	2025	3,05			

Ved kontroll for alder, kjønn, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer ser vi at faktoren hvorvidt et er etisk galt viser en liten forskyvning mot mer enighet, men at sosialt akseptert viser ingen endring.

For etiske og lovlige normer finner vi en eksponeringseffekt der vi ser at eksponerte endrer seg mer enn ikke-eksponerte. Tabell 7.19 viser estimerte gjennomsnitt for eksponerte og ikke-eksponerte i 2025.

Tabell 7.19: Justert differanse for etisk og lovlig norm mellom eksponerte og ikke eksponerte i 2025. Skala 1 (uenig) til 5 (enig).

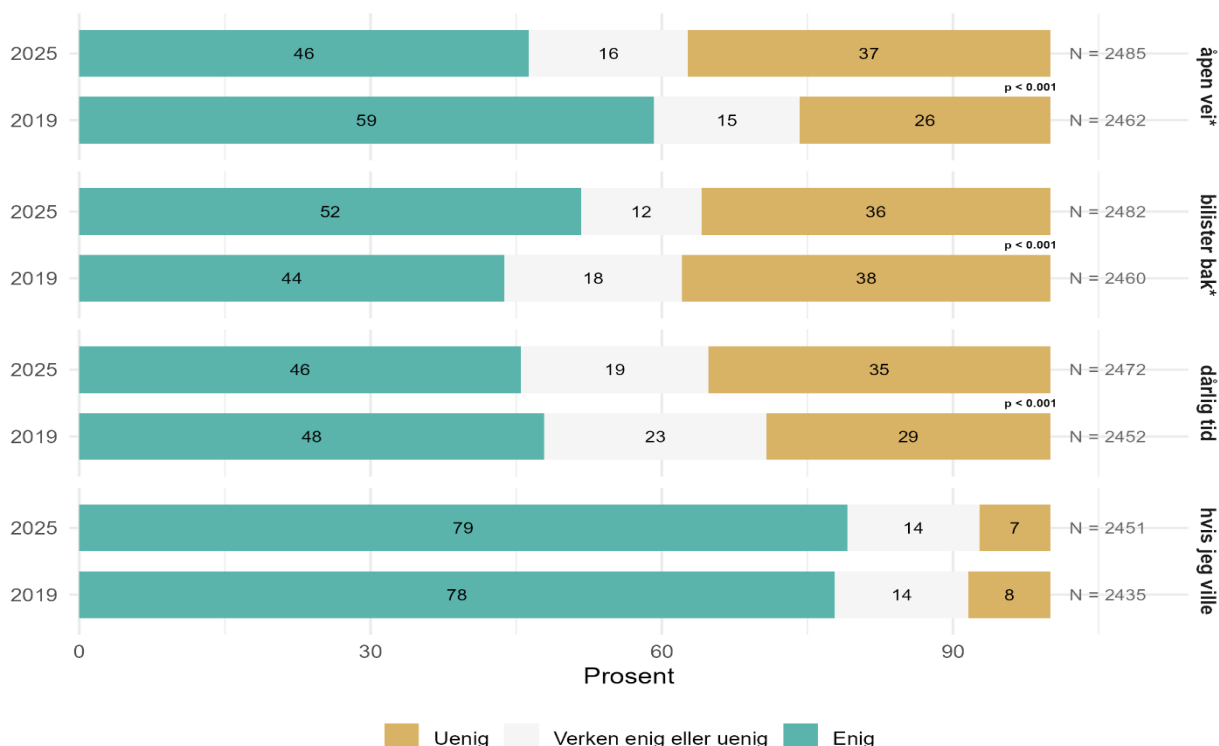
Etiske og lovlige normer	År	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Ulovlig å kjøre litt over	Ikke eksponert	3,91	0,07	0,186	2442
	Eksponert	3,98			
Etisk galt å kjøre litt over	Ikke eksponert	3,10	0,17	0,004	2426
	Eksponert	3,26			
Bilister bak irritert hvis jeg alltid holdt fartsgrensen	Ikke eksponert	3,45	0,01	0,838	2363
	Eksponert	3,46			
Jeg forventer at andre holder fartsgrensen	Ikke eksponert	3,69	0,11	0,022	2440
	Eksponert	3,80			
Sosialt akseptert å kjøre litt over	Ikke eksponert	3,55	-0,11	0,027	2413
	Eksponert	3,44			
Greit for meg hvis andre kjører litt over	Ikke eksponert	3,13	-0,10	0,056	2441
	Eksponert	3,03			

Det er flere blant de eksponerte som mener det er mindre sosialt akseptert å kjøre litt over og at det er etisk galt, i 2025 enn i 2019.

Oppsummering: Fra 2019 til 2025 øker andelen som mener det er ulovlig å kjøre litt over fartsgrensen, samtidig som andelen som synes det er greit at andre gjør det, reduseres. Forskjeller i oppfatninger om sosial aksept og etisk vurdering observeres kun blant dem som har vært eksponert for kampanjen.

7.7 Opplevd atferdskontroll

Figur 7.14 viser endringer i opplevd atferdskontroll.



Opplevd atferskontroll: Vektet for alder og kjønn / FR-2014

Figur 7.14: Hvor enig er du i at følgende påstander gjelder når du kjører på veier med fartsgrense 80 eller mer? / Jeg synes det er vanskelig å holde fartsgrensen når jeg kjører på en god, **åpen vei** uten andre biler /Jeg synes det er vanskelig å holde fartsgrensen når **bilster bak** meg «presser på»/Det er lett å holde fartsgrensen selv om jeg har **dårlig tid**/Jeg kunne holde fartsgrensen hele tiden **hvis jeg ville** det *vanskelig å holde fartsgrensen. Prosent.

Fra 2019 til 2025 er det signifikante endringer i fordelingen for flere av utsagnene om opplevd atferdskontroll. Andelen som er enig i at det er vanskelig å holde fartsgrensen på en god, åpen vei uten andre biler, er redusert med 11,9 prosentpoeng ($p < 0,001$). Samtidig har andelen som er uenig i at det er lett å holde fartsgrensen selv når man har dårlig tid, økt med 6,0 prosentpoeng. Videre har andelen som opplever at det er vanskelig å holde fartsgrensen når biler bak presser på, økt med 7,9 prosentpoeng ($p < 0,001$).

Tabell 7.20 viser justerte gjennomsnitt for opplevd atferdskontroll.

Tabell 7.20: Justerte gjennomsnitt for opplevd atferdskontroll og endring over tid. Skala fra 1 (uenig) til 5(enig).

Holdning	År	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	95% KI		N
Åpen vei*	2019	3,35	-0,36	$p < 0,001$	3,29	3,42	4886
	2025	2,99			2,91	3,07	
Bilister bak*	2019	2,92	+0,17	$p < 0,001$	2,85	2,99	4883
	2025	3,09			3,01	3,17	
Lett, selv om dårlig tid	2019	3,36	-0,06	$p = 0,092$	3,30	3,41	4865
	2025	3,30			3,23	3,36	
Kunne holdt hele tiden, hvis jeg ville	2019	4,02	+0,09	$p = 0,003$	3,98	4,07	4828
	2025	4,12			4,06	4,17	

Målgruppeanalyse - mediamålgruppen

Tabell 7.21 viser forskjell i opplevd atferdskontroll for målgruppen sammenlignet med øvrige. Forskjell i endring er estimert fra interaksjonsledd mellom år og målgruppe i lineær regresjonsmodell, kontrollert for alder, bilmodell og bruk av førerstøttesystemer.

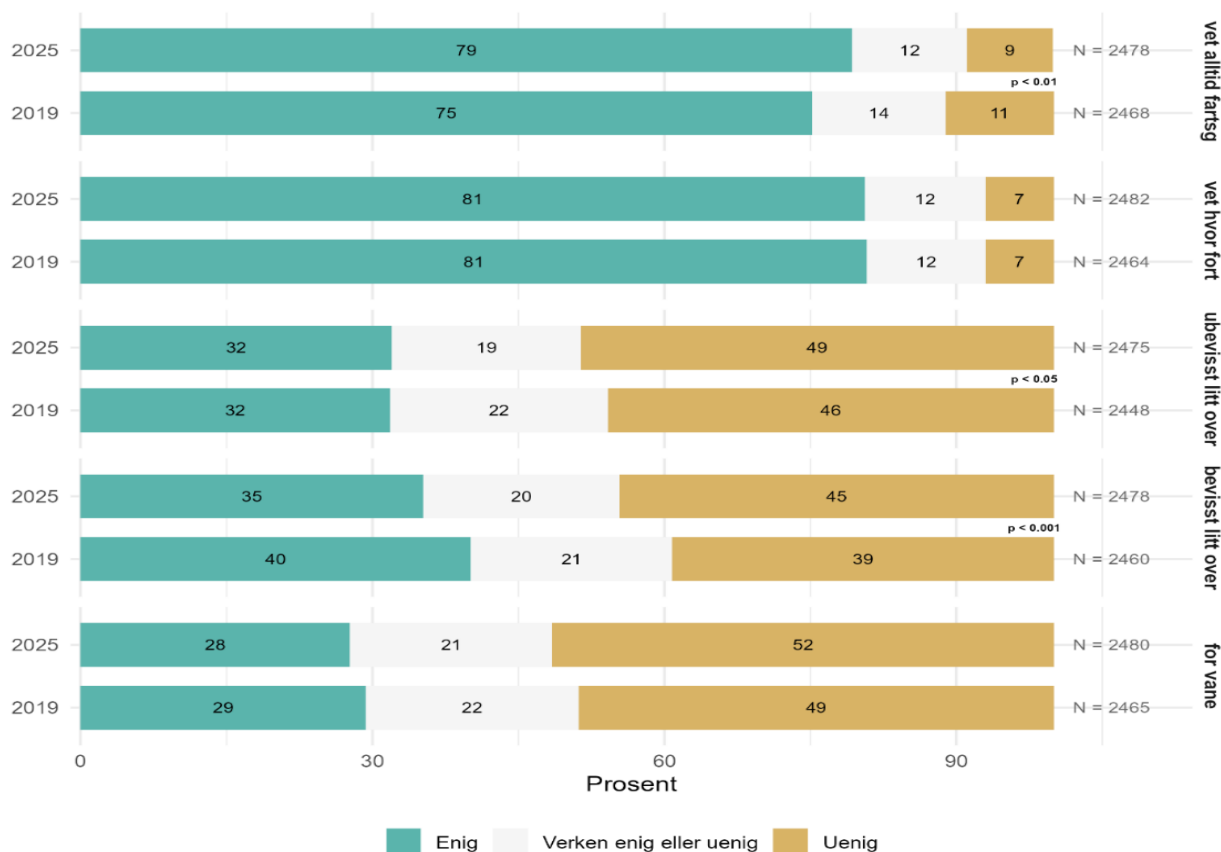
Tabell 7.21: Endring opplevd atferdskontrolli fra 2019 til 2025 for mediemålgruppen og øvrige. Fra 1 (uenig) til 5 (enig).

Variabel	målgruppe	øvrige	p-interaksjon	Konklusjon
Åpen vei*	-0,32	-0,33	0,823	-
Bilister bak*	0,22	0,08	0,031	Målgruppen endrer seg mer
Dårlig tid	-0,03	-0,06	0,573	-
Hvis jeg ville	0,24	0,05	< 0,001	Målgruppen endrer seg mer

Oppsummering: Endring i atferdskontroll viser ingen entydig retning mot økt opplevd kontroll i perioden. Mediemålgruppen endrer seg mer enn øvrige.

7.8 Synlighet og vaner

Figur 7.15 viser endringen i synlighet og vaner.



Synlighet og vane: Vektet for alder og kjønn / FR-2014

Figur 7.15: «Hvor enig er du i at følgende påstander beskriver deg? Jeg vet alltid hva fartsgrensen er der jeg kjører/ Jeg vet alltid hvor fort jeg kjører i forhold til fartsgrensen/Jeg kjører ofte litt over fartsgrensen uten at jeg er klar over det/Jeg kjører ofte bevisst litt over fartsgrensen/ Jeg har som vane å kjøre litt for fort».

Andelen som er enig i at de alltid vet hva fartsgrensen er økt med 4,2 prosentpoeng ($p < 0,01$), som tilsvarer en relativ økning på 6 %. Samtidig har andelen som er enig i at de bevisst kjører litt over redusert med 4,9 prosentpoeng ($p < 0,01$). Det er ingen endring for de 81 prosentene som er enig i at de alltid vet hvor fort de kjører i forhold til fartsgrensen fra 2019 til 2025.

Tabell 7.22: Justerte gjennomsnitt for synlighet og endring over tid (2019 – 2025). Skala fra 1 (uenig) til 5 (enig).

Synlighet og vane	År	Gjennomsnitt	Endring (β)	p-verdi	N
Vet alltid fartsgrensen	2019	3,83	+0,12	$p < 0,001$	4888
	2025	3,94			
Vet hvor fort	2019	3,98	+0,02	$p = 0,567$	4888
	2025	3,99			
Ubevisst litt over	2019	2,73	-0,04	$p = 0,274$	4865
	2025	2,69			
Bevisst litt over	2019	2,83	-0,24	$p < 0,001$	4878
	2025	2,59			
For vane	2019	2,56	-0,13	$p = 0,001$	4885
	2025	2,44			

Oppsummering: Fra 2019 til 2025 er det en økning i andelen som oppgir at de alltid vet hva fartsgrensen er, mens bevisstheten om egen fart i forhold til fartsgrensen er uendret. Andelen som bevisst kjører litt over, er redusert i perioden, i samsvar med utviklingen i intensjon om å holde fartsgrensen.

7.9 Hvem endrer seg?

7.9.1 Faktorgrupper

Nullpunktsundersøkelsen identifiserte tre målgrupper gjennom faktoranalyser: (1) «Jeg kjører litt over, det er helt ok», (2) «Påvirket av andre til å kjøre for fort» og (3) «Vi holder fartsgrensen». Menn i alderen 18-55 år skåret høyest på faktor 1, mens kvinner over 55 år skåret lavest. Faktor 2 var tydeligst representert blant de yngste aldersgruppene. På faktor 3 skåret menn lavere enn kvinner.

I denne analysen fokuserer vi på de to faktorene med best intern reliabilitet, altså hvor godt målene i en skala måler det samme: «Jeg kjører litt over» ($\text{Alpha} = 0,78$) og «Vi holder fartsgrensen» ($\text{Alpha} = 0,64$). Disse bygger på henholdsvis åtte og fem påstander og gir et samlet mål på underliggende oppfatninger til fartsoverholdelse i 80-sone. (se tabell 7.23). For hver respondent beregnes en faktorskår, som er gjennomsnittet av svarene på påstandene innen hver faktor. Respondenten tilordnes den gruppen vedkommende skårer høyest på¹⁷. Dersom forskjellen mellom de høyeste skårene er mindre enn 0,3, klassifiseres respondente som «Uklar».

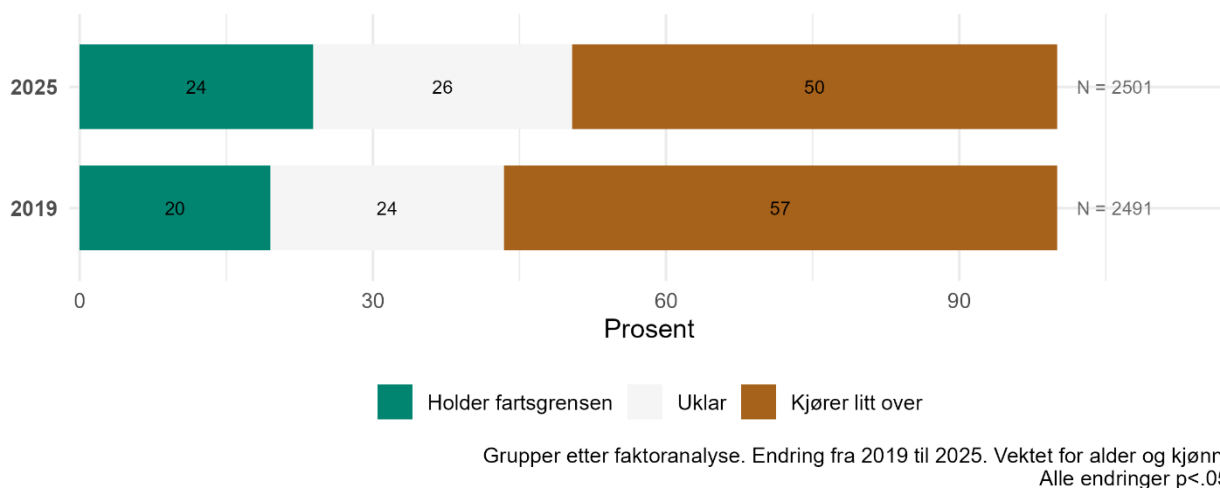
¹⁷ Påstander er snudd i henhold til faktorlading. Se tabell i Vedlegg 7.

Tabell 7.23: Påstander som faktorene «Jeg kjører litt over, og det er ok» og «Vi holder fartsgrensen» bygger på. Positiv faktorladning (+) angir sammenheng med større grad av enighet i påstanden, og negativ faktorladning (-) angir sammenheng med større grad av uenighet.

Påstand om fartsgrense 80 km/t	Jeg kjører litt over, det er helt ok	Vi holder fartsgrensen
Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer ville jeg føle meg irritert	+	
Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer ville andre bilister oppleve meg som irriterende		-
Andre bilister i Norge vil holde fartsgrensen neste gang de kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer		+
Folk flest forventer at jeg skal holde fartsgrensen	-	+
Når jeg kjører i trafikken på veier med fartsgrense 80 eller mer er det viktigere for meg å holde fartsgrensen enn å følge trafikkflyten -	-	
Det er ulovlig å kjøre litt over fartsgrensen	-	
Det er etisk galt å kjøre litt over fartsgrensen	-	
Hvis jeg holdt fartsgrensen hele tiden ville bilistene bak meg blitt irritert		-
Jeg forventer at andre holder fartsgrensen	-	+
Jeg synes det er greit hvis andre kjører litt over fartsgrensen	+	
Jeg kjører ofte bevisst litt over fartsgrensen	+	

Det er viktig å presisere at klassifiseringen ikke innebærer at respondenten fullt ut tilhører én bestemt «type», men at vedkommende ligner mest på denne gruppen. Klassifiseringen baserer seg på det samlede mønsteret i svarene, ikke på enkeltspørsmål.

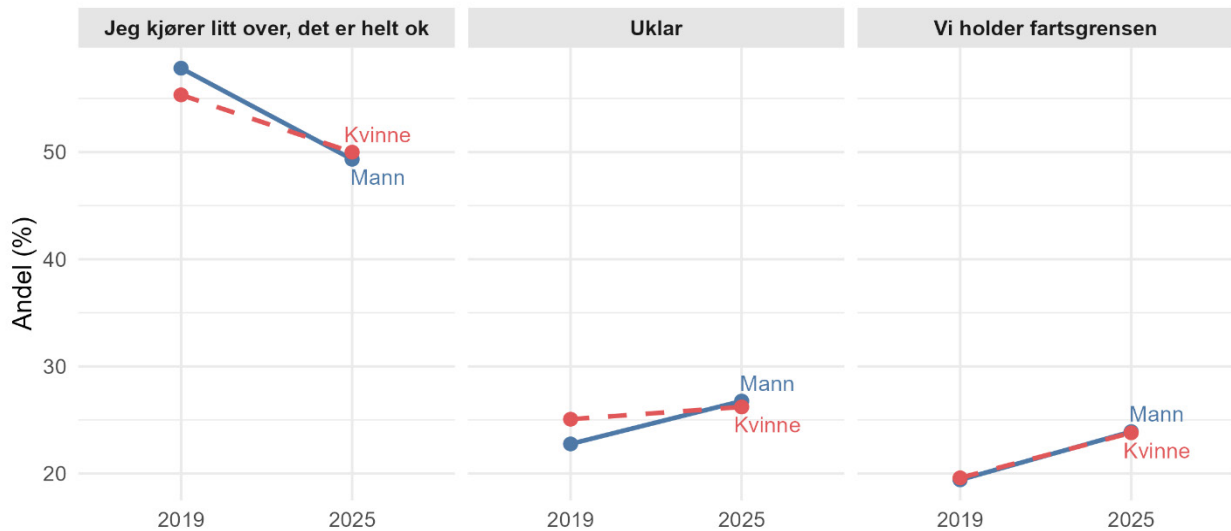
Figur 7.16 viser endringer i fordelingen av grupper fra 2019 til 2025.



Figur 7.16: Fordelingen for faktorgruppene «Vi holder fartsgrensen», «Uklar» og «Jeg kjører litt over, og det er ok» i 2019 og 2025. Representativt utvalg.

I 2025 er det færre som skårer høyest på faktoren «jeg kjører litt over, det er helt ok» (7,0 pp, p<.001), samtidig som det er flere som havner i gruppen «Vi holder fartsgrensen» (4,4 pp, p<.001). Gruppen som ikke kan plasseres i en av gruppene øker også (2,6 pp, p<.05).

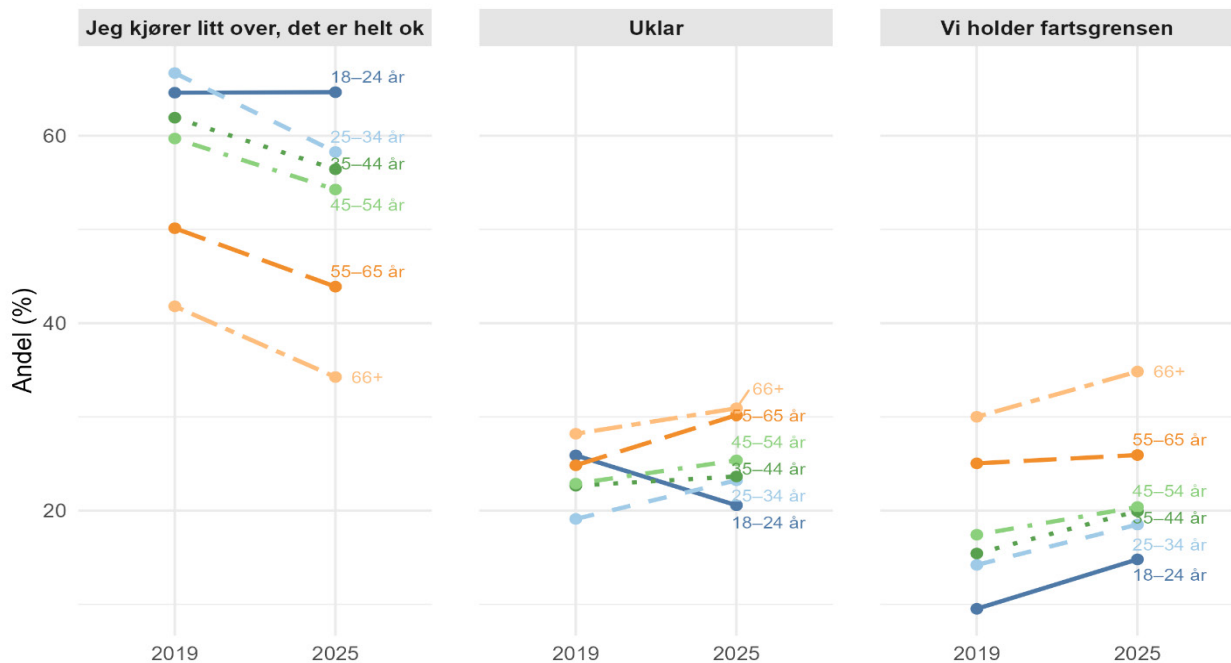
Figur 7.17 viser endringen for kvinner og menn.



Figur 7.17: Endring i gruppene for kvinner og menn fra 2019 til 2025.

Kvinner og menn viser en lik utvikling for faktorene «jeg kjører litt over og det er helt ok» og «Vi holder fartsgrensen» (Se vedlegg 7).

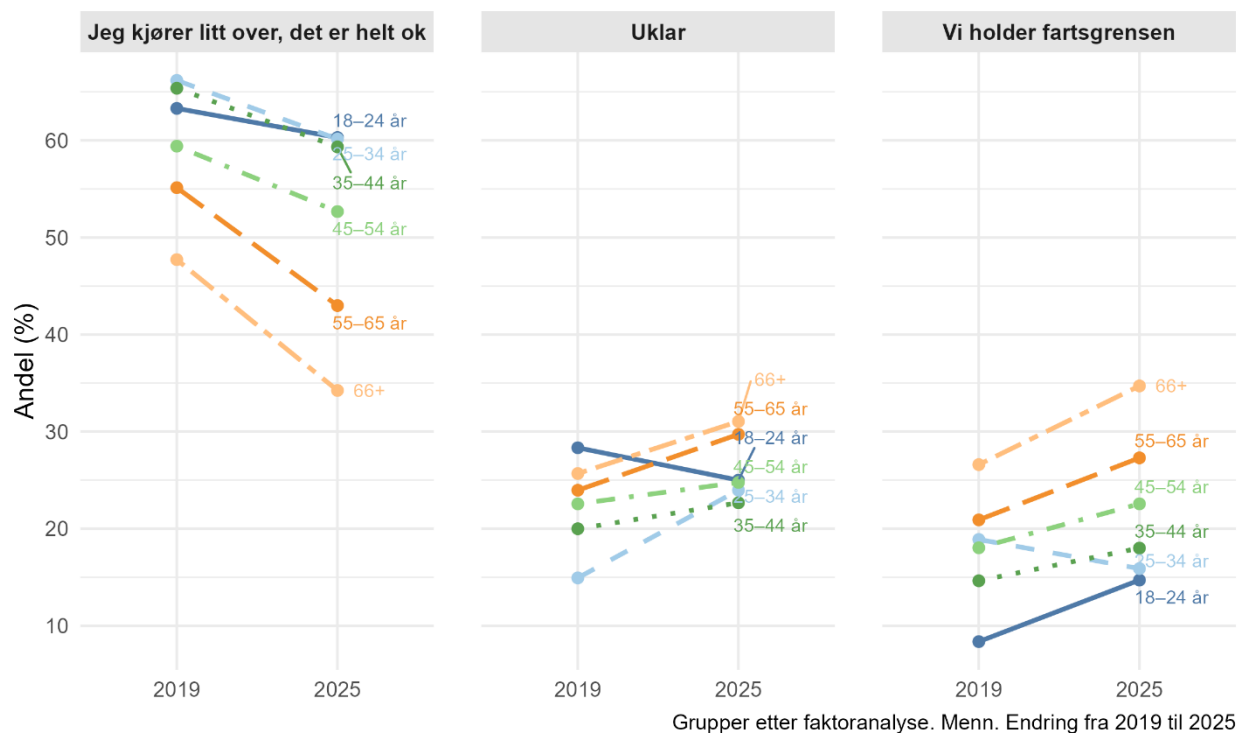
Figur 7.18 viser hvordan fordelingen er innenfor aldersgrupper for hver av faktorgruppene.



Figur 7.18: Endring i andel innenfor hver aldersgruppe for faktor «Jeg kjører litt over» og «Vi holder fartsgrensen». For denne inndelingen er det enkelt å identifisere mediemålgruppen.

For faktoren «Jeg kjører litt over, det er helt ok» ser vi at aldersgruppene 25-34 år reduseres med -8.4 pp ($p > 0.059$), 55-65 år med -6,2 pp ($p > 0.05$) og 66+ med 5.7 pp ($p > 0.05$). Ingen av endringene i aldersgrupper for faktoren «Vi holder fartsgrensen» er signifikante. Figurene viser om andelen i 2025 er forskjellig fra 2019, men sier ikke noe om hvilke aldersgrupper som har endret seg mest.

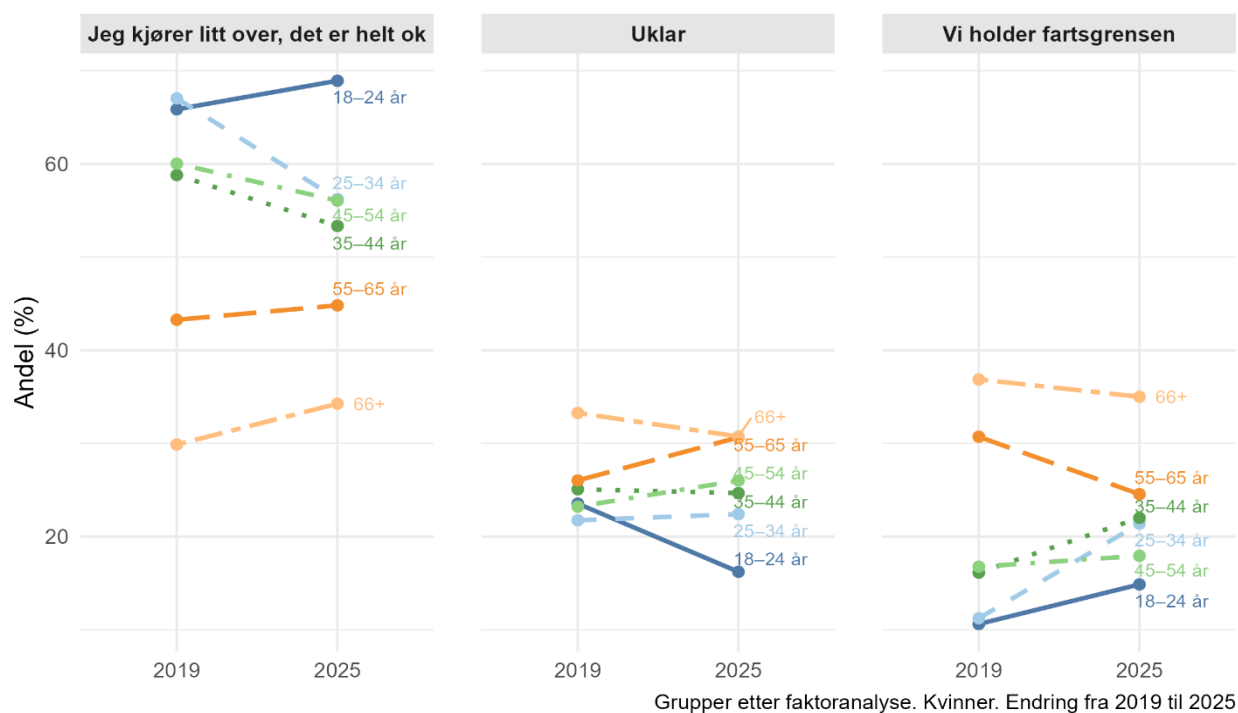
Figur 7.19 viser endringen i andeler for menn etter aldersgrupper.



Figur 7.19: Endring i andel innenfor hver aldersgruppe av menn.

Det er en økning for menn i alderen 66+ år på 8,1 pp ($p < 0,05$) for i gruppen «Vi holder fartsgrensen» og en tilsvarende reduksjon i gruppen «Jeg kjører litt over, det er helt ok» for menn i aldersgruppen 55-65 år er -12,1 pp ($p > 0,05$) og for 66 på -13,5 pp ($p > 0,05$).

Figur 7.20 viser endringen i andeler for kvinner etter aldersgrupper.



Figur 7.20: Endring i gruppene for kvinner etter aldersgrupper. Fra 2019 til 2025.

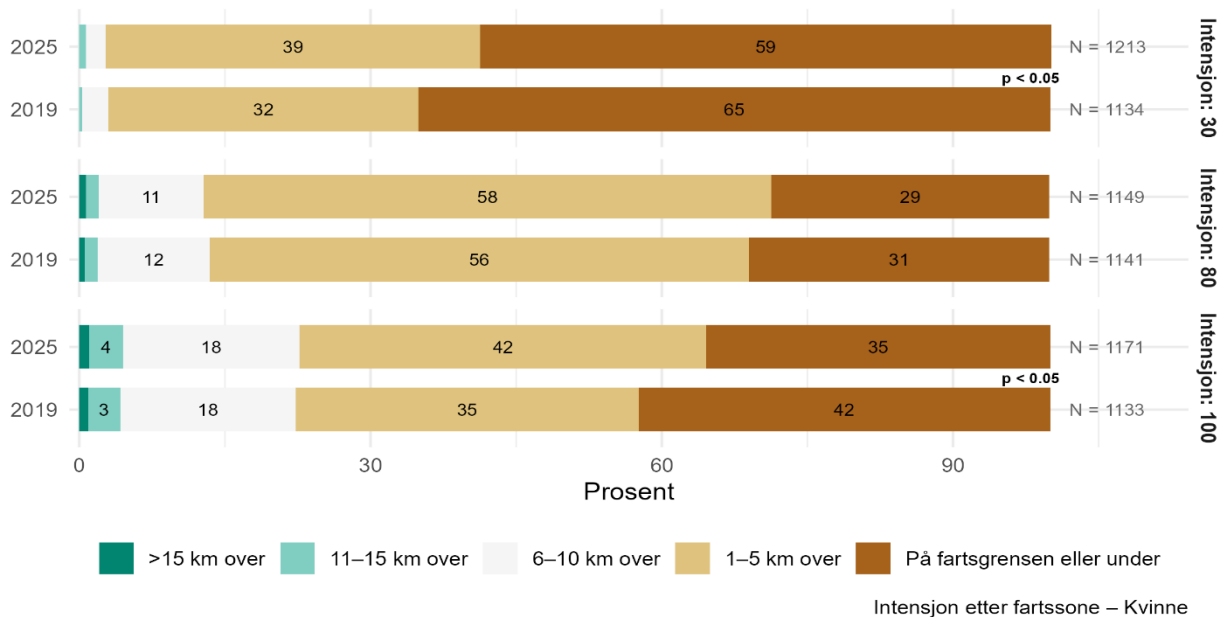
Økningen vi ser for faktor «Vi holder fartsgrensen» for kvinner i alderen 25-34 år er 10,1 pp ($p < 0,05$). Utover det er ingen av endringene signifikante (se Vedlegg 7 for mer detaljer).

Oppsummering: Selv om en betydelig andel fortsatt ikke kan plasseres entydig i en av gruppene, tyder resultatene på endringer i svarmønstrene mellom undersøkelsene. Spesielt ser vi en økning i andelen som tilhører «Vi holder fartsgrensen» og en reduksjon i andelen som tilhører «jeg kjører litt over, det er helt ok».

7.9.2 Intensjon

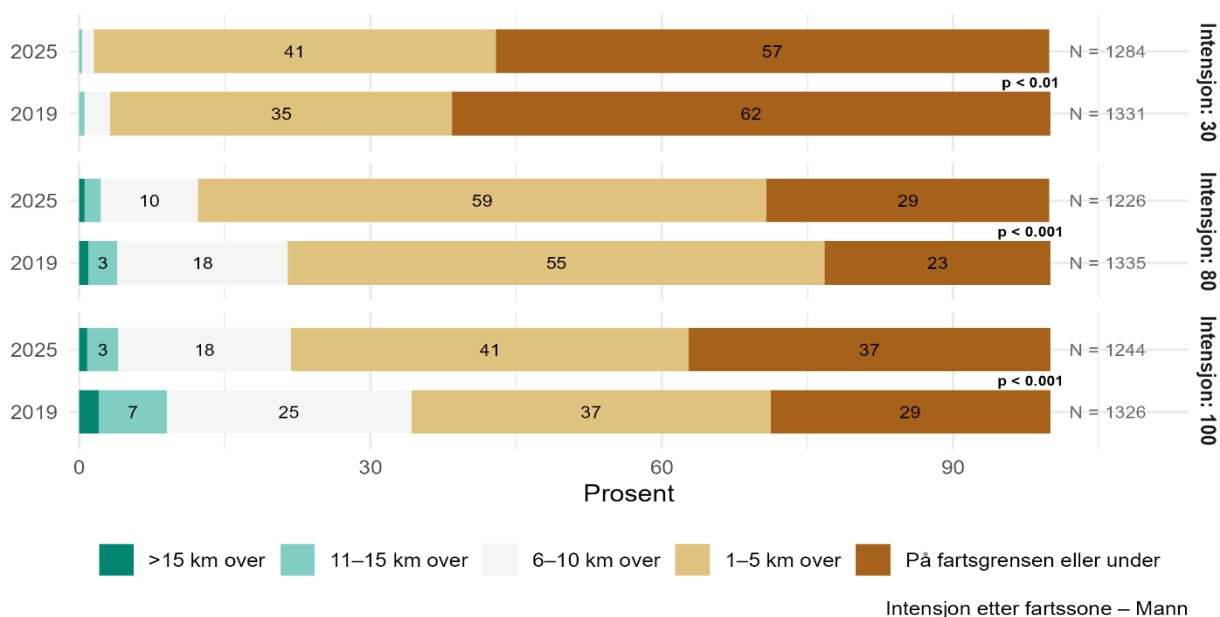
I hovedanalysene undersøker vi endringer over tid på befolkningsnivå, kontrollert for kjønn og alder. I det følgende ser vi om utviklingen varierer mellom kjønn og ulike aldersgrupper.

Figur 7.21 og figur 7.22 viser svarfordelingen for intensjon i ulike fartssoner for henholdsvis kvinner og menn.



Figur 7.21: Tidsutvikling for intensjon **Kvinner**: «Hvilken fart kommer du til å holde neste gang du kjører i en 30, 80 og 100-sone?» Representativt utvalg 2019 og 2025. Prosent.

Det er ingen endring intensjon i 80-sone for kvinner, fra 2019 til 2025. For 100-sone ser vi at færre oppgir å holde fartsgrensen med en reduksjon på 7 pp i 100 sone ($p > 0,05$) og en samtidig økning på 6,6 pp ($p < 0,05$) for 1-5 km/t over. Det samme mønsteret er gjeldene for 30 sone, der 1-5 km/t øker (6,7 pp), $p < 0,05$ og på fartsgrensen reduseres med 6.3 pp ($p > 0,05$).



Figur 7.22: Tidsutvikling for intensjon **Menn**: «Hvilken fart kommer du til å holde neste gang du kjører i en 30, 80 og 100-sone?» Representativt utvalg 2019 og 2025. Prosent.

For menn er det en endring på 5,9 pp ($p < 0,05$) i intensjon i 80-sone og en reduksjon på -7,6 pp ($p < 0,001$) for 6-10 km/t over, fra 2019 til 2025. For 100-sone ser vi en økning på 8,4 pp ($p < 0,001$) for å holde fartsgrensen og en reduksjon på -7,4 pp ($p < 0,001$) for 6-10 km/t, -3,9 ($p < 0,001$) og -1,2 pp ($p < 0,05$) for >15 km/t over.

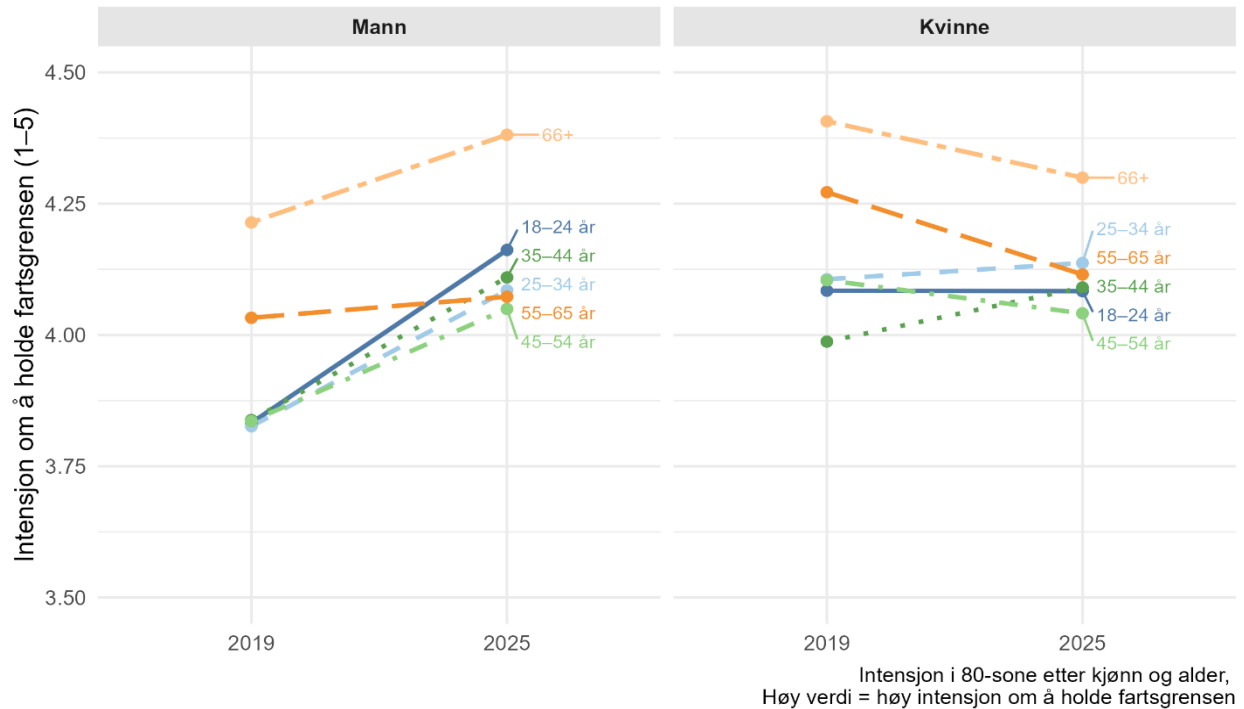
Tabell 7.24 viser justerte gjennomsnitt for intensjon for kvinner og menn. Forskjell i endring er estimert fra interaksjonsledd mellom år og kjønn i lineær regresjonsmodell.

Tabell 7.24: Justerte gjennomsnitt for intensjon for menn og kvinner i 2019 og 2025, og endring fra 2019 til 2025. Høy verdi betyr høyere intensjon om å holde fartsgrensen. Høyeste verdi i 30 sone er 4. Høyeste verdi i 80/100 er 5.

Kjønn	År	Gjennomsnitt		
		30	80	100
Mann	2019	3,60	4,03	3,91
Kvinne	2019	3,65	4,21	4,25
Mann	2025	3,58	4,26	4,28
Kvinne	2025	3,58	4,25	4,24
Endring ulik		nei	ja	ja

Endringen i intensjon i 80 og 100 sone er ulik for menn og kvinner i perioden. Kvinner lå høyere enn menn i utgangspunktet i 2019, både i 80- og 100-sone.

Figur 7.23 viser endring i intensjon om å holde fartsgrensen i 80 sone etter aldersgrupper og kjønn presentert som gjennomsnitt, der 1 er lav intensjon og 5 er høy intensjon.



Figur 7.23: Endring i intensjon om å holde fartsgrensen i 80-sone etter alder og kjønn.

Resultatene viser en signifikant økning i intensjon over tid. Menn hadde et lavere utgangspunkt i 2019 og viser en større økning enn kvinner, men forskjellen i endring mellom kjønn er ikke statistisk signifikant når det tas hensyn til ulik endring i aldersgrupper (gir større usikkerhet i modellen).

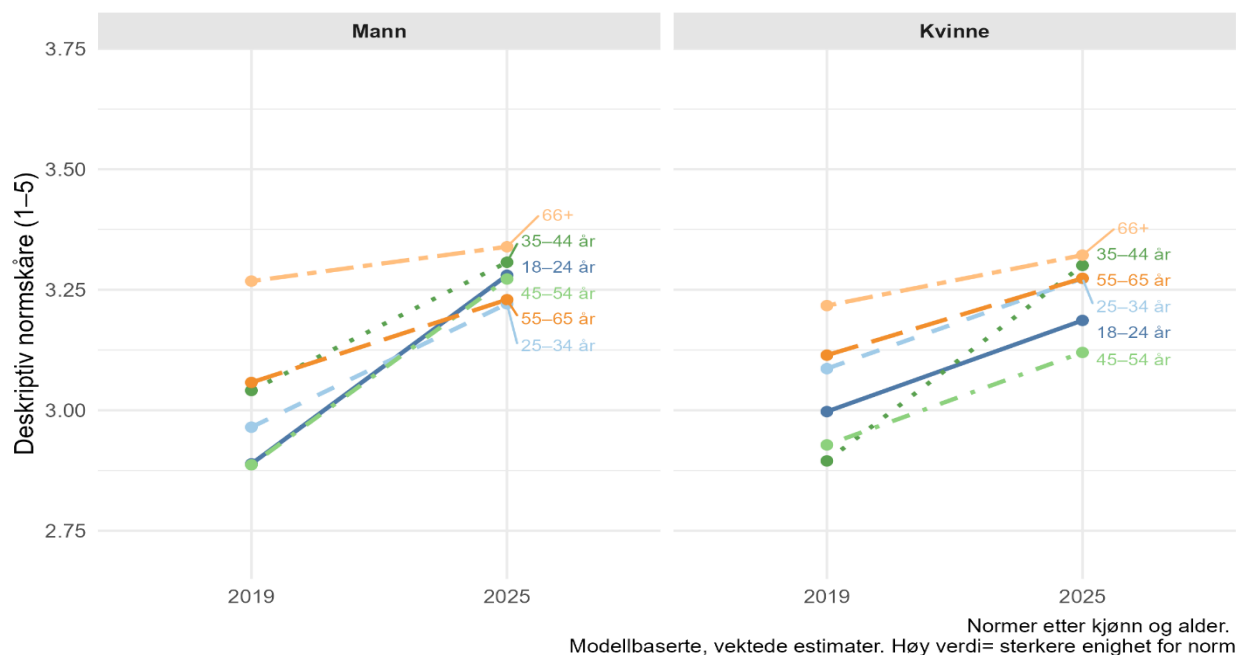
Samtidig er forskjellene mellom aldersgrupper små, og det er ikke tydelige eller systematiske forskjeller mellom menn og kvinner innen de enkelte aldersgruppene. Eldre (66+) har signifikant høyere intensjon enn de yngre aldersgruppene. For menn er økningen signifikant i de fleste aldersgrupper (med unntak av 55–65 år), men forskjellene i endring mellom aldersgruppene er ikke statistisk signifikante. Blant kvinner er endringene gjennomgående små og i hovedsak ikke signifikante. Et unntak er kvinner i alderen 55–65 år, hvor det observeres en signifikant reduksjon i intensjon (Se Vedlegg 6 for mer detaljer).

Oppsummering: Samlet sett ser vi at menn og kvinner har ulik utvikling i intensjon om å holde fartsgrensen i 80- og 100 sone. Menn viser en signifikant økning i intensjon. Kvinner ligger høyere enn menn i utgangspunktet, men har en svakere endring over tid, slik at kjønnsforskjellen reduseres. Når det tas hensyn til alder, blir forskjellene i utvikling mellom kjønn mindre tydelige.

7.9.3 Deskriptive normer

Vi undersøker her om deskriptive normer knyttet til det å holde fartsgrensen (i 80-sone) har endret seg ulikt for kjønn og aldersgrupper fra 2019 til 2025. Her bruker vi en sammensatt normskår, samtidig som vi tar hensyn til forskjeller i alder og kjønn.

Figur 7.24 viser utviklingen i normer etter alder og kjønn.



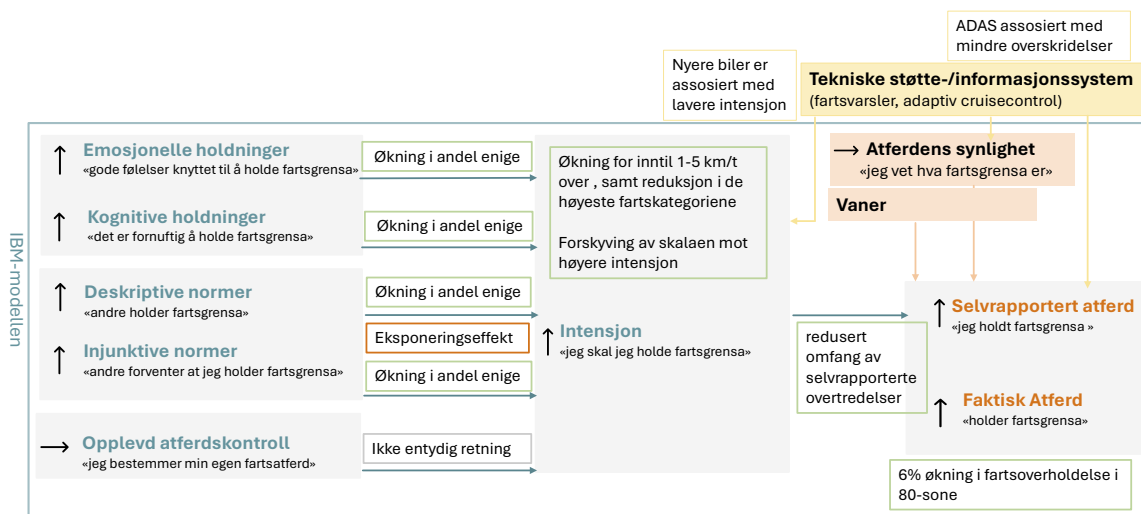
Figur 7.24: Endring i deskriptive normer.

Resultatene viser en signifikant økning i normer over tid også når det tas hensyn til alder og kjønn. Det er ikke signifikante forskjeller mellom kvinner og menn, og forskjellene mellom aldersgrupper er små. Økningen for menn er signifikant for alle aldersgrupper bortsett fra 25-34 og 66+ år. For kvinner er økningen signifikant for 35-44 og 45-54 år. Eldre (66+) har et høyere nivå av opplevd norm (andre holder fartsgrensen) enn de yngre aldersgruppene.

Oppsummering: Det er ingen signifikante forskjeller i endring mellom kjønn eller aldersgrupper. Dette tyder på at økningen i normer er gjennomgående i befolkningen, og ikke drevet av enkelte grupper.

8 Har kampanjen virket i tråd med modellen?

Kampanjen «Flertallet holder fartsgrensen» bygger på en normbasert tilnærming forankret i IBM-modellen (*Integrated Behaviour Model*). Målet med kampanjen er å øke andelen som overholder fartsgrensen, og på den måten redusere antall drept og hardt skadet på norske veier. I tråd med modellen søker kampanjen å påvirke fartsatferd ved å endre holdninger, sosiale normer og opplevd kontroll over egen atferd, som igjen antas å påvirke atferdsintensjoner. Videre legger modellen til grunn at endringer i intensjoner – i samspill med vaner og atferdens synlighet – kan føre til endringer i faktisk atferd. Kampanjens strategi har derfor vært å påvirke disse mellomliggende faktorene som driver fartsatferd. Figur 8.1 oppsummerer observerte endringer i faktorene som inngår i IBM-modellen, samt betydningen av teknologisk utvikling i form av tekniske støtte- og informasjonssystemer.



Figur 8.1: Observerte endringer i fra før til etter kampanjen for faktorene som inngår i IBM-modellen.

8.1.1 Holdninger

Funnene tyder på en utvikling i ønsket retning når det gjelder kognitive og emosjonelle holdninger til farts- og overholdelse, men uten at denne utviklingen entydig kan knyttes til kampanjeeksponering. Økningen i andelen som erkjenner at det å holde fartsgrensen reduserer både ulykkesrisiko og sannsynligheten for å bli stoppet av politiet, samt en svak økning i opplevd oppdagelsesrisiko, indikerer en økt bevissthet om konsekvensene av farts- og overtredelser. Samtidig finner vi ingen forskjeller mellom eksponerte og ikke-eksponerte for ulykkesrisiko og sannsynlighet for å bli stoppet av politiet. Dette kan tyde på at endringene på disse områdene i større grad reflekterer en generell samfunnsutvikling enn direkte kampanjeeffekt. For opplevd oppdagelsesrisiko finner vi derimot en eksponeringseffekt, noe som indikerer at kampanjen kan ha bidratt til endringer på denne faktoren. Når det gjelder forståelse og aksept for fartsgrensekriterier, ser vi derimot en utvikling i motsatt retning, ved at flere oppfatter fartsgrensene som ulogiske og vanskelige å forstå. I tråd med IBM-modellen venter vi i midlertidig ikke endringer i de mer strukturelle og systemrelaterte siden av holdninger. Formålet har vært å påvirke intensjoner om å overholde fartsgrensen, og da må de kognitive holdningene som antas å styre denne atferden være relevante for nettopp dette. Dersom man oppfatter fartsgrensene som ulogiske, er det ikke nødvendigvis direkte knyttet til intensjonen om å følge dem. Hadde målsettingen derimot vært å påvirke holdninger til selve regelverket eller forvaltningen av fartsgrensene, ville fokus på logikk og forståelse vært mer hensiktsmessig. Kampanjen har imidlertid hatt som utgangspunkt å formidle hvorfor det er fornuftig å overholde fartsgrensen. At vi ikke finner noen økning i forståelse og aksept for farts-

grensekriteriene, er dermed i tråd både med forventningene fra IBM-modellen. Samtidig gir dette støtte til at endringene vi observerer ikke kun kan forklares med en generell tendens til økt enighet på tvers av spørsmål i 2025 sammenlignet med 2019.

Også de emosjonelle holdningene beveger seg i positiv retning, ved at flere oppgir at de ville føle seg tilfredse dersom de alltid måtte holde fartsgrensen på 80-veger, men heller ikke her observeres det noen selvstendig eksponeringseffekt. Samlet sett peker resultatene mot en generell styrking av holdningsmekanismen i IBM-modellen i ønsket retning, men uten klare indikasjoner på at kampanjen alene har vært en utløsende faktor for endringene.

8.1.2 Normer

I lys av IBM-modellen viser normdimensjonen en gjennomgående utvikling i retning av sterkere normative forventninger om å overholde fartsgrensen. Både deskriptive normer (oppfatninger av hva andre faktisk gjør) og injunktive normer (oppfatninger av hva andre forventer) beveger seg i ønsket retning. Endingene vi observerer er relativt store. For de injunktive normene ser vi dessuten at både opplevd forventning og motivasjonen for å etterleve disse forventningene øker parallelt, noe som i IBM-forstand styrker den normative påvirkningen på atferdsintensjoner. Dette indikerer at overholdelse av fartsgrensen i større grad oppfattes som sosialt forventet og personlig forpliktende.

Et interessant unntak gjelder forventninger fra bilister bak, hvor færre opplever en forventning om at de holder fartsgrensen. Selv om denne faktoren ikke inngikk i den opprinnelige operasjonaliseringen av IBM-modellen (Phillips et al., 2020), er den interessant for å belyse utviklingen i kjøreatferd i perioden. En mulig tolkning er at bilister som ligger tett bak og «presser på», oppleves som om de ikke ønsker at man skal holde fartsgrensen, mens bilister som holder avstand tenker man mindre på. Økt utbredelse av ISA og adaptiv cruisekontroll i perioden har trolig redusert forekomsten av tett kjøring, slik at de tilfellene der noen faktisk presser på, oppleves «tydeligere» og derfor rapporteres i større grad enn før. Sett i sammenheng med opplevd atferdskontroll gir dette også mening: I 2025 er det flere som oppgir at det er vanskelig å holde fartsgrensen når biler bak presser på.

Når det gjelder etiske og lovlige normer, ser vi en forskyvning mot sterkere normativ «fordømmelse» av fartsovertredelser. Flere vurderer det som ulovlig å kjøre litt over fartsgrensen, og færre syns det er greit at andre gjør det. Mens lovlige normer viser til hva som oppfattes som i samsvar med lover og regler, viser etiske normer til hva som oppfattes som moralsk riktig eller galt, uavhengig av hva lovverket sier. Særlig interessant er det at eksponerte i større grad enn ikke-eksponerte vurderer det som etisk galt å kjøre litt over fartsgrensen, og i mindre grad oppfatter slik atferd som sosialt akseptert. Dette indikerer en mulig selvstendig eksponeringseffekt innenfor den normative faktoren i IBM-modellen, ved at personer som har lagt merke til og husker kampanjen ser ut til å ha endret seg mer enn det som kan forklares av den generelle utviklingen i perioden.

Samlet sett fremstår normdimensjonen som den delen av IBM-modellen hvor kampanjen har tydeligst sammenheng med eksponering. I motsetning til holdningsdimensjonen, hvor utviklingen synes å være generell og uavhengig av eksponering, ser normene ut til å variere med eksponeringsnivå. Resultatene peker dermed mot at kampanjen særlig har hatt gjennomslag gjennom å påvirke hva som oppleves som normene i samfunnet for fartsoverholdelse. Dette er i tråd med forventningene, ettersom kampanjens hovedfokus har vært å påvirke normene i samfunnet. Det er derfor rimelig å forvente større endringer her enn for de øvrige mekanismene i modellen.

8.1.3 Opplevd atferdskontroll

I IBM-modellen er opplevd atferdskontroll en viktig forklaringsfaktor for intensjon, og kan også ha en direkte betydning for atferd. Funnene peker i midlertidig ikke i en entydig retning. På den ene siden rapporterer færre at det er vanskelig å holde fartsgrensen på åpen vei, og flere oppgir at de kunne holdt

fartsgrensen dersom de ønsket det. Den sistnevnte endringen blir først tydelig når vi kontrollerer for teknologisk utvikling. På den andre siden rapporterer flere at det er vanskelig å holde fartsgrensen når biler bak presser på og vi finner ingen endring i opplevelsen av at det er lett å holde fartsgrensen selv om man har dårlig tid. Videre finner vi ingen eksponeringseffekt for opplevd atferdskontroll. Samlet sett tyder resultatene derfor ikke på noen klar styrking av denne mekanismen i perioden. I lys av IBM-modellen innebærer dette at eventuelle endringer i intensjon og atferd i mindre grad kan tilskrives økt opplevd kontroll, og i større grad synes å være knyttet til endringer i normer og i noe mindre grad holdninger.

8.1.4 Intensjon

Når det gjelder atferdsintensjoner, som i IBM-modellen er den nærmeste forklaringsfaktoren for atferd, ser vi ikke en økning i andelen som oppgir at de vil kjøre på eller under fartsgrensen. Derimot observeres en signifikant økning i andelen som oppgir en intensjon om å kjøre innenfor 1–5 km/t over fartsgrensen, kombinert med en reduksjon i de høyeste fartskategoriene. Dette kan tolkes som en forskyvning bort fra de høyeste overskridelsene og mot mindre overskridelser. Dette tyder på en bevegelse i ønsket retning, hvor intensjonen i større grad justeres mot lavere overtredelser, uten at det samtidig skjer en klar økning i intensjon om full etterlevelse. Kvinner hadde i 2019 høyere intensjon om å holde fartsgrensen enn menn, og dermed mindre forbedringspotensial. Vi observerer derfor en større endring blant menn i perioden, men denne forskjellen blir mindre tydelig når det også tas hensyn til variasjon i utviklingen mellom aldersgrupper.

Resultatene bør samtidig ses i sammenheng med førernes oppfatning av speedometeret nøyaktighet. Førere som mener at speedometeret viser feil fart, rapporterer i mindre grad intensjon om å holde fartsgrensen. Dette kan tyde på at enkelte ikke nødvendigvis har en bevisst intensjon om å kjøre over grensen, men legger inn en subjektiv «sikkerhetsmargin» og derfor oppgir noen kilometer over som uttrykk for det de selv oppfatter som lovlig fart. Intensjonsmålet kan dermed delvis reflektere en justering for antatt måleavvik, heller enn en eksplisitt motivasjon til å bryte fartsgrensen. At andelen som mener speedometeret viser feil har gått ned i perioden, trolig som følge av mer presise måle-systemer basert på sensorer og GPS, kan innebære at denne sikkerhetsmarginen er redusert og derfor oppgir lavere hastigheter. Selv når vi kontrollerer for dette, finner vi imidlertid fortsatt en forskyvning mot intensjon om å kjøre nærmere fartsgrensen, noe som styrker tolkningen av en faktisk normativ og holdningsmessig påvirkning.

Videre finner vi en sammenheng mellom aktiv bruk av førerstøttesystemer og lavere intensjon om å holde fartsgrensen. En mulig forklaring er at disse førerne i større grad forventer at teknologien bidrar til fartsregulering, gjennom tillitt til systemet (Elvik & Høye, 2023; Høye, 2023). Det er mulig at dette reduserer både betydningen av, og oppmerksomheten rundt, en eksplisitt formulert intensjon om å holde fartsgrensen. Tidligere forskning viser også at yngre førere presterer bedre på sekundære oppgaver under kjøring med avanserte førerstøttesystemer (ADAS), sammenlignet med eldre førere, noe som kan tyde på at yngre lærer seg systemene raskere, eller har større tillitt til dem, og derfor også bruker dem oftere (Uhlving et al., 2023). Samtidig viser annen forskning at ISA og andre førerstøttesystemer reduserer fartsoverskridelser (Elvik & Høye, 2023). Dette kan tyde på at slike systemer påvirker atferden mer direkte, uten nødvendigvis å virke gjennom førerens etablerte intensjon om å holde fartsgrensen. Uansett ser vi, også når det kontrolleres for disse forholdene, en økning i intensjonen om å holde fartsgrensen mellom måletidspunktene.

Samlet sett ser vi en økning i intensjon om å holde fartsgrensen over tid, men uten forskjeller mellom eksponerte og ikke-eksponerte. For mediemålgruppen observeres en større endring enn for øvrige, noe som kan indikere en viss målgruppeeffekt der vi ser en utjevning mellom gruppen av menn i alderen 25–55 og resten av bilførerne når det gjelder intensjon. Overordnet peker resultatene mot en utvikling i ønsket retning, konsistent med endringene i holdninger og normer, men uten klare indikasjoner på en selvstendig eksponeringseffekt av kampanjen.

8.1.5 Atferd

Selvrapporterte data indikerer en forskyvning i ønsket retning, ved at færre oppgir større fartsovertredelser og flere plasserer seg innenfor kategorien 1–5 km/t over fartsgrensen. At reduksjonen er størst i 6–10 km/t er etter forventningene. Dette er konsistent med utviklingen i intensjon og kan tolkes som at reduksjonen i de mest fartsoverskridende intensjonene også reflekteres i rapportert atferd. Samtidig innebærer ikke denne forskyvningen nødvendigvis en full endring til *overholdelse*, men en justering mot *lavere grad av fartsovertredelse*. At mediemålgruppen endrer seg mer enn øvrige viser at menn 25–55 har endret seg mer, og at forskjellen mellom denne gruppen og øvrige er mindre enn den var i 2019.

Objektive fartsdata fra tellepunkt viser på sin side økt etterlevelse av fartsgrensen fra før til etter kampanjen. Data fra utvalgte tellepunkt viser en økning i 2,9 prosentpoeng som tilsvarer en relativ økning på 6 % i andelen kjøretøy som holder fartsgrensen i 80-sone der totalt 55,5 % holder fartsgrensen når de ikke er påvirket av biler foran eller bak. Fartsatferd påvirkes av trafikkmengde og trafikkflyt, og i våre analyser er det derfor skilt mellom alle kjøretøy og kjøretøy med tidsluke, for i større grad å isolere individuell fartstilpasning. Kjøretøy med tidsluke er derfor den mest riktige måten for å se på endring. At andelen som holder fartsgrensen er lavere blant kjøretøy med tidsluke enn i totalmaterialet, tyder på at sosial regulering gjennom trafikkflyt bidrar til høyere etterlevelse. Dette samsvarer med funn fra Politiets tilstandsrapport for trafikksikkerhetsarbeidet (2025) der redusert trafikk i pandemiårene ble koblet til *lavere* fartsoverholdelse. Endringen vi ser i gjennomsnittsfart fra utvalgte tellepunkt i perioden er 0,2 km/t (fra 79,0 til 78,8 km/t).

Avviket vi ser mellom selvrapporterte og objektive data kan også ha en mer teknisk forklaring. Førere som oppgir å kjøre 1–5 km/t over fartsgrensen, kan i praksis bli registrert som innenfor grensen i tellepunktsmålingene. Dette kan bidra til å forklare hvorfor objektive fartsdata viser økt etterlevelse, mens selvrapporterte data ikke viser en tilsvarende økning.

I et IBM-perspektiv påvirkes atferd ikke bare av intensjon, men også av vaner og atferdens synlighet. I perioden observeres det en økning i andelen som oppgir at de alltid vet hva fartsgrensen er, samt en reduksjon i andelen som bevisst kjører over. Dette kan indikere at fartsatferden i større grad er bevisstgjort og aktivt regulert i kjøresituasjonen. Sammen med endringer i intensjon kan dette bidra til å forklare forskyvningen i selvrapportert atferd. Det er allikevel interessant å se at det ikke er noen endring i hvilken grad man opplever å «alltid vite hvilken fart man kjører i», noe man skulle forventet med teknologisk utvikling av bilparken. Dette støtter opp under at endringene vi ser ikke bare er grunnet økt synlighet og teknologi.

Overordnet peker resultatene mot en utvikling i ønsket retning, konsistent med endringene i intensjoner og holdninger og normer, men uten klare indikasjoner på en selvstendig eksponeringseffekt av kampanjen. Selv om det er vanskelig å fastslå om fartsreduksjonen er en direkte effekt av kampanjen, er det viktig å understreke at selv små reduksjoner i gjennomsnittsfart kan ha betydning for trafikksikkerheten. Ifølge eksponentialmodellen for sammenhengen mellom fart og trafikkskader (Elvik, 2019) kan en nedgang i trafikkens gjennomsnittsfart på 0,2 km/t forventes å redusere antall drepte med 1,6 % og antall hardt skadde med 1,2 %.

8.1.6 Samfunnsendringer og samspill mellom kampanje og teknologi

Resultatene viser at nyere biler er assosiert med noe høyere forekomst fartsovertredelser, samtidig som aktiv bruk av førerstøttesystemer er forbundet med lavere forekomst av uønsket atferd (fartsovertredelser). Dette er i tråd med tidligere forskning som viser at Intelligent Transport Systems (ITS) og adaptiv fartsholder reduserer overskridelser av fartsgrenser (Elvik & Høye, 2023; Høye, 2023). Dette indikerer at teknologi kan ha en selvstendig atferdsregulerende effekt. Allikevel, dersom endringene i fartsatferd utelukkende skyldtes teknologisk utvikling, ville man ikke forventet samtidige endringer i intensjoner, holdninger og normoppfatninger på samfunnsnivå. At slike endringer faktisk observeres, taler for at påvirkningen også har en psykologisk og sosial dimensjon.

Det er samtidig sannsynlig at teknologisk utvikling og kampanjepåvirkning har virket parallelt og gjensidig forsterkende. Økt utbredelse av førerstøttesystemer for fartsoverholdelse kan i seg selv ha bidratt til at det å holde fartsgrensen fremstår som mer vanlig og mer synlig i trafikkbildet. Når flere kjøretøy holder fartsgrensen, enten av egen motivasjon eller med teknologisk støtte, kan dette styrke deskriptive normer og over tid påvirke oppfatninger av hva som er vanlig og sosialt forventet atferd. At kampanjeeksponering samtidig er assosiert med sterkere deskriptive og injunktive normer, gir støtte til at kampanjen kan ha hatt en selvstendig betydning, særlig innenfor normfaktoren i IBM-modellen.

Samlet sett indikerer resultatene en utvikling i ønsket retning fra før- til etterundersøkelsen. Selv om nasjonale kampanjer uten kontrollgruppe metodisk sett gjør det krevende å isolere kausale effekter, styrker samsvaret mellom de observerte endringene og IBM-modellens forventede virkningskjede, sammen med eksponeringsforskjeller i normdimensjonen, tolkningen av at kampanjen kan ha bidratt til endringene. Flere av de mellomliggende faktorene har beveget seg i forventet retning i kampanjeperioden, og disse endringene sammenfaller med utviklingen i intensjon, delvis i selvrapportert atferd, samt i objektive fartsdata fra utvalgte tellepunkt. Effekten av politikontroller er ikke vurdert i denne evalueringen.

8.1.7 Kampanjeoppmerksomhet og målgrupper

Når det gjelder kampanjeoppmerksomhet (dvs. at trafikantene legger merke til kampanjemateriell) oppgir 28% å ha lagt merke til den konkrete kampanjen, mens 58 % oppgir å ha sett en fartskampanje generelt, uten å knytte den til spesifikk avsender eller budskap. Sammenlignet med tidligere kampanjer er dette et lavere oppmerksomhetsnivå (Sagberg & Phillips, 2013).

Flere forhold kan bidra til å forklare dette på et generelt grunnlag. På tidspunktet for etterundersøkelsen var det mindre kampanjemateriell i omloop enn i lanseringsfasen, noe som kan ha redusert synligheten rundt tidspunktet for etterundersøkelsen. I tillegg har trolig konkurransen om oppmerksomhet i mediebildet økt over tid. Kampanjeperioden har også vært preget av Covid-19-pandemien, som påvirket både trafikkmengde (Politiet UP, 2025) og samfunnets oppmerksomhetsfokus. I deler av kampanjeperioden var både mediedekningen og befolkningens oppmerksomhet i stor grad ble rettet mot helse og smitteverntiltak, noe som kan ha gjort det vanskeligere for kampanjebudskap om fart å nå fram.

Til tross for relativt moderat kampanjeoppmerksomhet (de som husker å ha sett utvalgt kampanjemateriell) observeres endringer i flere av de sentrale faktorene i IBM-modellen. Dette kan indikere at kampanjens budskap i noen grad har blitt tatt opp i en bredere samfunnsforståelse om fart og trafiksikkerhet, selv om direkte gjenkjenning av kampanjen er lavere enn ved tidligere kampanjer. Med andre ord kan folk ha blitt påvirket av budskapet uten nødvendigvis å knytte det til kampanjen som sådan, for eksempel gjennom offentlig debatt, medieomtale eller samspill med andre aktører.

For mediemålgruppen (menn 25-55 år) observerer vi større endringer enn for øvrige respondenter på flere av faktorene i IBM-modellen. Før kampanjen lå mediemålgruppen lavere enn øvrige på samtlige faktorer, og hadde dermed et større forbedringspotensial. Dette kan indikere at kampanjen har hatt særlig gjennomslag i denne gruppen, som også er forventet da mediemålgruppen var primærmålgruppen. Samtidig kan utviklingen også forstås som en mulig kohorteffekt. I perioden har nye alderskohorter beveget seg inn i mediemålgruppen (menn 25–55 år). Dersom disse i utgangspunktet har sterkere tilslutning til normer, høyere risikoforståelse eller mer positive holdninger regeloverholdelse (Sagberg, 2013), vil dette kunne gi utslag på flere av IBM-komponentene, særlig normer og holdninger, uavhengig av kampanjepåvirkning.

Tabell 8.1 viser måloppnåelse ut fra Statens Vegvesens målsetninger for kampanjen. Samlet er målene for holdninger og flere normkomponenter oppnådd, mens intensjon og faktisk atferd viser delvis måloppnåelse. Eksponeringseffektene er kun tydelige for oppdagelsesrisiko og normrelaterte mål.

Tabell 8.1: Måloppnåelse ut fra Statens Vegvesens målsetning.

	Mål	Mål oppnådd	Eksponerings effekt
Kognitive holdninger	Andelen som sier risikoen øker ved høyere fart enn fartsgrensen tilsier, skal opp	Ja	Nei
	Antagelse om at du blir tatt i løpet av et år med konsekvent litt høy fart, skal opp	Ja	Ja
Emosjonelle holdninger	Tilfreds holdning til egen overholdelse skal opp	Ja	Nei
Deskriptive normer	Andel som sier at det er sosialt akseptert å kjøre litt for fort skal ned	Delvis	Ja
	Egne forventninger til andres overholdelse skal opp	Ja	Ja
Injunktive normer	Antagelse om andres forventninger til egen overholdelse skal opp	Ja	Ja
	Antagelse om negativ forventning fra andre til egen overholdelse skal ned	Ja	Ja
Intensjon	Øke andelen som sier de vil holde fartsgrensa 80 og 100	Delvis	Nei
Selvrapportert og faktisk atferd	Redusere andelen som i 80 km/t kjører over fartsgrensen	Ja	Nei
	Øke andelen som i 80/km t overholder fartsgrensa	Delvis	Nei

8.2 Konklusjon – har kampanjen hatt effekt?

Samlet sett viser evalueringen en gjennomgående utvikling i retning av økt fartsoverholdelse fra 2019 til 2025. Denne utviklingen sammenfaller med en forskyvning mot høyere intensjon om å holde fartsgrensen, redusert omfang av selvrapporterte overtredelser og en økning i faktisk fartsoverholdelse i utvalgte tellepunkt. Mønsteret i funnene er dermed i tråd med modellens antatte virkningskjede og hypoteser, der endringer i holdninger og normer bidrar til endringer i intensjon og atferd. Resultatene viser:

- Reduksjon i andelen førere som kjører litt for fort på 80 km/t-veier.
- Reduksjon i andelen i målgruppen som selv rapporterer at de kjører litt for fort på 80 km/t-veier.
- Reduksjon i andelen som sier at de vil kjøre litt for fort neste gang de kjører på en 80-km/t-vei.
- Endringer i holdninger og opplevde normer knyttet til det å kjøre litt for fort, i tråd med endringer i intensjon og atferd.
- Sistnevnte, sammen med en tendens til større endringer i kampanjens mediemålgruppe, er i tråd med antakelsen om at kampanjen har bidratt til å redusere andelen som kjører litt for fort.

Samtidig er det grunn til å være varsom med å tilskrive endringene til kampanjen alene, da beviset for en isolert kampanjeeffekt er begrenset. For flere av variablene finner vi ikke systematiske forskjeller mellom eksponerte og ikke-eksponerte, noe som indikerer at utviklingen også kan være uttrykk for bredere samfunnsendringer, teknologisk utvikling og parallelle trafiksikkerhetstiltak. Allikevel, den tydeligste sammenhengen mellom eksponering og endring observeres innenfor normdimensjonen, særlig når det gjelder forventning om andres fartsoverholdelse. Dette støtter antakelsen om at kampanjen primært har virket gjennom å styrke og tydeliggjøre normative forventninger i tråd med budskapet «Flertallet holder fartsgrensen».

Den teknologiske utviklingen, særlig økt utbredelse av førerstøttesystemer, fremstår som en parallelle forklaringsfaktor. Resultatene tyder imidlertid ikke på at atferdsendringene kan forklares av teknologi alene, ettersom vi også observerer samtidige endringer i psykologiske og sosiale mekanismer. Det mest plausible bildet er derfor et samspill: Teknologi kan ha bidratt til økt faktisk etterlevelse og synliggjøring

av normer, mens kampanjen kan ha forsterket den normative og moralske forankringen av å holde fartsgrensen.

Ettersom studien ikke inkluderer kontrollgruppe, kan vi ikke entydig fastslå årsakssammenhenger. Likevel gir det samlede mønsteret, konsistens mellom modellens teoretiske forventninger, observerte endringer over tid og eksponeringsforskjeller i normkomponenten, støtte til at kampanjen kan ha vært en medvirkende faktor i utviklingen vi observerer. Samtidig er dette også det mest realistiske utbyttet innenfor et slikt evalueringsdesign. Resultatene peker ikke mot en tydelig eller isolert effekt, men mot at kampanjen kan ha vært en bidragsyter til en bredere samfunnsmessig forskyvning i retning av sterkere normativ støtte og noe høyere fartsoverholdelse.

8.3 Anbefaling for videre arbeid

En vedvarende utfordring ved evaluering av nasjonale kampanjer er fraværet av kontrollgruppe, noe som gjør det vanskelig å fastslå sikre årsakssammenhenger. For fremtidige evalueringer kan det derfor være hensiktsmessig å se på muligheten for samarbeid med andre land. Ett alternativ kan være at to land gjennomfører kampanjer parallelt, men med ulikt hovedfokus, for eksempel en informasjonskampanje i Sverige og en normbasert kampanje i Norge. Dersom begge land benytter et felles sett med spørsmål som måler både kunnskap og normoppfatninger, kan de i praksis fungere som hverandres kontroll. Dette vil potensielt kunne gi begge vegmyndigheter et langt sterkere evalueringsdesign enn det som er mulig innenfor rammen av én nasjonal kampanje alene. Alternativt bør regionale pilotkampanjer vurderes før nasjonal utrulling, slik at effekter kan testes mot kontrollområder.

Videre anbefales det å etablere et standardisert sett med kjernespørsmål som inngår i alle kampanje-evalueringer, uavhengig av tema. Dette vil gjøre det mulig å følge utviklingen over tid og sammenligne kampanjer. I tillegg bør effektene av ny teknologi og førerstøttesystemer undersøkes nærmere, særlig med tanke på i hvilken grad slike systemer kan støtte i gjennomføringen av en intensjon om å holde fartsgrensen.

Funnene i denne evalueringen indikerer at en kampanje med normfokus kan virke i tråd med forventningene i IBM-modellen. Videre satsing på normbaserte virkemidler kan derfor være en hensiktsmessig strategi i det videre arbeidet med å få flere til å overholde fartsgrensene.

Bruk av teoribaserte modeller som IBM gir et nyttig rammeverk for både utvikling og evaluering av kampanjer. Modellen tydeliggjør hvilke psykologiske og sosiale faktorer som påvirker fartsatferd, og gjør det lettere å utforme målrettede tiltak. Den gir også grunnlag for en mer nyansert evaluering, ved at man ikke bare ser på atferd, men også på faktorene som påvirker den. Selv om fravær av kontrollgruppe gjør det vanskelig å fastslå effekten av kampanjen, gir slike modeller et grunnlag for å vurdere om endringene som observeres er i tråd med det man forventer. Samlet bidrar dette til en mer kunnskapsbasert og systematisk tilnærming til kampanjearbeid.

Referanser

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Cialdini, R. B. (2003). Crafting Normative Messages to Protect the Environment. *Current Directions in Psychological Science*, 12(4), 105–109. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.01242>
- Cialdini, R. B. (2007). Descriptive social norms as underappreciated sources of social control. *Psychometrika*, 72(2), 263–268. <https://doi.org/10.1007/s11336-006-1560-6>
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice*. Pearson Education.
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015–1026. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.6.1015>
- De Pelsmacker, P., & Janssens, W. (2007). The effects of norms, attitudes and habits on speeding behavior: Scale development and model building and estimation. *Accident Analysis & Prevention*, 39(1), 6–15. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2006.05.011>
- Elvik, R. (2019). A comprehensive and unified framework for analysing the effects on injuries of measures influencing speed. *Accident Analysis & Prevention*, 125, 63–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.aap.2019.01.033>
- Elvik, R., & Høye, A. (2023). *Trafikksikkerhetshåndboken: Intelligent fartstilpasning og geofence fartssperre*. Transportøkonomisk institutt <https://www.tshandbok.no/del-2/4-kjoeretoeyteknikk-og-personlig-verneutstyr/4-34-automatisk-fartstilpasning/>
- Gauld, C. S., Lewis, I., & White, K. M. (2014). Concealing their communication: Exploring psychosocial predictors of young drivers' intentions and engagement in concealed texting. *Accident Analysis & Prevention*, 62, 285–293. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2013.10.016>
- Høye, A. (2023). *Trafikksikkerhetshåndboken: Adaptiv avstandsregulering, kollisjonsvarsling og automatisk nødbrems*. <https://www.tshandbok.no/del-2/4-kjoeretoeyteknikk-og-personlig-verneutstyr/doc690/>
- Lapinski, M. K., & Rimal, R. N. (2005). An explication of social norms. *Communication Theory*, 15(2), 127–147. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2005.tb00329.x>
- Mackie, G., Moneti, F., Shakya, H., & Denny, E. (2015). *What are social norms? How are they measured?* https://www.fgmcri.org/media/uploads/Thematic%20Research%20and%20Resources/Social%20Norms/what_are_social_norms.pdf
- Montaño, D. E., & Kasprzyk, D. (2008). Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model. In K. Glanz, B. K. Rimer, & K. Viswanath (Eds.), *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice*. Jossey-Bass.
- Nasjonal Tiltaksplan. (2018). *Nasjonal tiltaksplan for trafikksikkerhet på veg 2018-2021*. <https://trafikkforum.no/wp-content/uploads/2023/01/nasjonal-tiltaksplan-for-trafikksikkerhet-pa-veg-2018-2021.pdf>
- Park, H. S., & Smith, S. W. (2007). Distinctiveness and influence of subjective norms, personal descriptive and injunctive norms, and societal descriptive and injunctive norms on behavioral intent: A case of two behaviors critical to organ donation. *Human Communication Research*, 33(2), 194–218. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2007.00296.x>
- Phillips, R., Johanson, O., & Milch, V. (2020). *Arbeidsdokument 51598: Fartskampanjen 2020-2024: Nullpunktundersøkelsen*. Transportøkonomisk institutt.
- Phillips, R. O., & Sagberg, F. (2013). *Evaluering av fartskampanjen "Hvilken side av fartsgrensen er du på?"* (978-82-480-1474-0). <https://www.toi.no/getfile.php/1334911-1391693201/Publikasjoner/T%C3%98I%20rapporter/2013/1278-2013/1278-2013-sam.pdf>

- Politiet UP. (2020). *Politiets tilstandsanalyse for 2020 - Trafikksikkerhetsarbeid*.
- Politiet UP. (2021). *Politiets tilstandsanalyse for 2021 - Trafikksikkerhetsarbeid*.
<https://kudos.dfo.no/dokument/85580/trafikksikkerhetsarbeid-politiets-tilstandsanalyse-for-2021-utarbeidet-av-utrykningspolitiet>
- Politiet UP. (2025). *Politiets tilstandsanalyse for 2025 - Trafikksikkerhetsarbeid*.
<https://www.politiet.no/globalassets/nyheter/up/politiets-tilstandsanalyse-2025-trafikksikkerhetsarbeid.pdf>
- RStudio Team. (2022). *RStudio: Integrated Development Environment for R* In RStudio, PBC.
<https://www.rstudio.com/>
- Sagberg, F. (2013). *Ulykkesinnblanding, kjøreatferd og holdninger blant nye bilførere. Effektevaluering av læreplanen fra 2005 for førerkort klasse B*. T. institutt. <https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=34299>
- Sagberg, F., & Phillips, R. (2013). *Evaluering av kampanjen "Hvilken side av fartsgrensen er du på?"*.
<https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=34908>
- Saris, W. E., & Gallhofer, I. (2007). Estimation of the effects of measurement characteristics on the quality of survey questions. *Survey Research Methods*, 1(1), 29–43. <https://doi.org/10.18148/srm/2007.v1i1.49>
- Statens vegvesen. (2020). *Strategidokument*.
- Tourangeau, R., Rips, L. J., & Rasinski, K. (2000). *The Psychology of Survey Response*. Cambridge University Press.
[https://doi.org/DOI: 10.1017/CBO9780511819322](https://doi.org/DOI:10.1017/CBO9780511819322)
- Trafimow, D., & Fishbein, M. (1994). The moderating effect of behavior type on the subjective norm-behavior relationship. *The Journal of Social Psychology*, 134(6), 755–763.
<https://doi.org/10.1080/00224545.1994.9923010>
- Uhlving, V. M., Weyde, K. W., Hagenzieker, M., Aasvik, O., & Rostoft, M. S. (2023). *Avanserte førerstøttesystemer og integrerte skjermer. Hvordan påvirker de føreratferd?* T. institutt.
<https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=77085>

Vedlegg

Vedlegg 1. Statens Vegvesens kravspesifikasjon

Følgende er tatt fra Statens vegvesens dokument med Saksnummer: 15/251550

Bakgrunn/formål

Kampanjer er et viktig verktøy i Oppdragsgiver sitt arbeid for økt trafiksikkerhet. Målet med kampanjevirksheten er å redusere antall drepte og hardt skadde på det norske vegnettet. Økt kunnskap, økt forståelse og riktige holdninger er viktige delmål for å nå dette hovedmålet. Hovedmålet er selvsagt *atferdsendring* som bidrar til å redusere antall hardt skadde og drepte.

Nasjonal Transportplan (NTP) fastslår at alt arbeid med trafiksikkerhet i Norge skal baseres på nullvisjonen, en visjon om at ingen skal bli drept eller hardt skadd i trafikken. Visjonen er styrende for valg av kampanjetemaer; fokus skal være på de temaer som har størst potensiale for å redusere antall hardt skadde og drepte. Ved nullvisjonens lansering i Norge i 2001 hadde vi om lag 1500 drepte og hardt skadde i vegtrafikken hvert år. I 2018 var tallet 673 drepte og hardt skadde¹⁵.

Etter hvert som ulykkestallene blir lavere, blir det stadig vanskeligere å oppnå ytterligere nedgang. Dersom vi skal nærme oss nullvisjonen, må vi være på stadig jakt etter nye grep i trafiksikkerhetsarbeidet, samtidig som vi må videreføre tiltak som vi vet virker. Videre er det helt avgjørende å se viktigheten av å kombinere flere tiltak parallelt for å oppnå mest mulig effekt.

Nasjonal transportplan 2014 – 2023 gir føringer for hvilke prioriteringer som ligger til grunn for kampanjearbeidet i planperioden:

«Nasjonale trafiksikkerhetskampanjer har gitt gode resultater, blant annet når det gjelder Bilbeltebruk og fart. Transportetatene vil derfor trappe opp arbeidet med trafiksikkerhetskampanjer. For å oppnå maksimal effekt må kampanjer koordineres med andre virkemidler, for eksempel kontroller. Strategien med å satse på et fåtall større nasjonale kampanjer med varighet over flere år, og med et spisset budskap, vil bli videreført. Kampanjer skal prioriteres innenfor områder der endringer fra uønsket til ønsket atferd vil kunne gi betydelig reduksjon i antall drepte og hardt skadde» (NTP kapittel 5.6.7 – s.105).

Oppdragsgiver har en overordnet kampanjestrategi for de nasjonale trafiksikkerhetskampanjene.

Sammenhengen mellom fart og ulykker er godt dokumentert. All forskning viser en klar sammenheng mellom faktisk kjørefart og ulykkenes alvorlighet og antall ulykker.

Fart er den enkeltfaktoren som i størst grad bidrar til dødsulykker på norske veger, enten ved for høy fart ut fra fartsgrensen eller ut fra forholdene. I perioden 2005-2017 var høy fart en medvirkende faktor i 41 % av dødsulykkene. Det har vært en klar nedgang i andelen dødsulykker med høy fart som medvirkende faktor, fra om lag halvparten til under 1/3 av ulykkene. Nedgangen sammenfaller med registrert nedgang i gjennomsnittsfarten på vegnettet og en tilsvarende nedgang i antall drepte i trafikken. Statens vegvesen sine fartsregistreringer viser at gjennomsnittsfarten har gått ned og andelen som overholder fartsgrensene har økt med rundt 16 %poeng siden 2006, fra 45,6 % i 2006 til 61,5 %¹⁶ i 2018. Dette er en meget god utvikling. Det er ingen tvil om at den økte overholdelsen av fartsgrensene i perioden 2006-2018 har gitt et viktig bidrag til å redusere antall drepte og hardt skadde.

Målet for planperioden 2018-2021 er at innen 2022 skal 70 % av kjøretøyene overholde fartsgrensen. Selv om gjennomsnittsfarten har gått ned og flere overholder fartsgrensene er det nødvendig å få en ytterligere økning i andelen som overholder fartsgrensen dersom vi skal nå etappemålet for trafiksikkerhet. Det er mange tiltak mot fart som kan og bør benyttes og det er viktig med en bredde i tiltakene. Både tiltak mot veg, kjøretøy og trafikanter vil være nødvendig for å nå etappemålet.

¹⁵ Fra og med 2017 inngår også punkter med fartsgrense 110 km/t.

Et av de trafikantrettede tiltakene er kampanjer. Nullvisjonen forutsetter at trafikantene skal ta ansvar for egen atferd, gjennom å være aktsomme og unngå bevisste regelbrudd. Dette tilsier at en kampanje vil være et relevant og viktig tiltak. Statens vegvesen vil derfor lansere en fartskampanje. Målsetting om ny fartskampanje i 2019 er også nedfelt i Prop. 1S 2018-2019.

Statens vegvesen har tidligere gjennomført to fartskampanjer «Hvilken side av fartsgrensen er du på» (2009-2012) og «Ungdom og fart (2014-2017). Kampanjene har hatt ulike målgrupper og vinklinger, men begge danner et viktig fundament i etatens kunnskap om fart og fartskampanjer. Evalueringen av «På hvilken side av fartsgrensen» viste til viktigheten av å se på sosial aksept. Kampanjen «Ungdom og fart», på sin side, hadde hovedfokus på sosiale normer og sosial aksept. Viktigheten av sosiale normer og sosial aksept rundt fart er noe vi vil fortsette å rette fokus på.

Ny nasjonal fartskampanje

Mål

Målet med kampanjen er å påvirke trafikantene til å endre holdning og atferd til fart og fartsovertredelser. Vi skal øke trafikantenes bevissthet, kunnskap, forståelse, evne og vilje til å holde fartsgrensene og kjøre etter forholdene. I dette ligger det er mål om at trafikantene får en økt forståelse og aksept for fartsgrensekriterier og at dette vil kunne bidra til bedre fartsvalg. Kampanjen har videre som mål å påvirke sosiale normer og sosial aksept for fartsovertredelser. Fartsovertredelser må, slik vi ser det, betraktes som et norm-problem; et samfunnsproblem. Kampanjen har derfor som mål å påvirke både den enkelte trafikant og samfunnsmessige normer. Vi ser det som naturlig å involvere valgt leverandør i diskusjon om realistiske mål for kampanjen.

Målgruppe

Målgruppe for en fartskampanje er i utgangspunktet bred da fart er et tema som omfatter mange. Alle trafikanter har et forhold til fart, enten de kjører selv, er passasjerer eller er myke trafikanter. Det er viktig å se på trafikk som en sosial arena hvor alle direkte og indirekte påvirker hverandre. Våre holdninger og atferd i forhold til fart påvirkes av hva vi opplever eller forestiller oss at andre i trafikken rundt oss gjør eller mener om fart (og vår kjøring). Vi påvirkes også av andre utenfor selve trafikksituasjonen. Denne påvirkningen tar vi med oss inn bak rattet. Våre egne holdninger og normer styrer også vår atferd, men det er ingen tvil om at samfunnets sosiale normer til fart og fartsgrenser har stor betydning og innvirkning på oss.

Sammenhengen mellom fart og alder er klart dokumentert. Unge og middelaldrende opp til rundt 55 år kjører vesentlig fortere enn de som er eldre. Transportøkonomisk institutt har gjennomgått fartsrelaterte dødsulykker i forhold til alder. Samlet viste resultatene at førerens (uten rus) gjennomsnitts-alder var 27,6 år for ulykker med fart godt over fartsgrensen og 39,8 år for ulykker med fart etter forholdene, sammenlignet med 49,3 år for førere i dødsulykker som ikke var relatert til høy fart. Det var dessuten en høyere andel mannlige førere i de fartsrelaterte ulykkene.

Forskjellene mellom aldersgruppene er imidlertid ikke like store som før. Hvor fort man kjører har endret seg over tid og det ser ut som om sammenhengen mellom alder og kjørefart har blitt noe svakere i løpet av de siste to tiårene. IRIS har gjort en alders-kohortstudie av «Trafikksikkerhetstilstanden» for perioden 1998-2016 (Bayer, 2017). Analysene viser at andelen som oppgir at de kjører for fort i 50-soner og 80-soner avtar med økende alder, men at aldersgruppene i perioden 1998-2016 har blitt mer like hverandre. Selvrapporterte overskridelser av fartsgrensene tyder på at de yngste kjører noe saktere enn tidligere, samtidig som det er en tendens til at en gitt alderskohort «tar med seg» fartsatferden etter hvert som de blir eldre, og at de eldre i dag kjører fortere enn tilsvarende aldersgrupper gjorde tidligere. Undersøkelsen viser også at andelen som rapporterer at de kjører for fort har blitt færre i alle aldersgrupper i perioden, hvilket kan indikere en sterkere norm for fartsoverholdelse. Når det gjelder kjønnsforskjeller, er det en tendens til at menn kjører fortere enn kvinner på veier med høy fartsgrense (over 80 km/t), mens det ikke er noen forskjell på veier med lavere fartsgrense. Menn er imidlertid mer overrepresentert i fartsrelaterte ulykker.

Vi mener dette gir grunnlag for å argumentere for at det er behov for bedre fartsatferd blant førere generelt, og at riktig tilnærming vil være å gå bredt ut «til massene» med en ny fartskampanje.

Selv om vi ønsker å ha en helhetlig tilnærming og «nå ut til hele folket» vil det være nødvendig å ha en hovedmålgruppe basert på alder. Målgruppeinndelingen blir derfor følgende:

- **Emosjonell målgruppe:**
 - Vanlige folk som ønsker å oppføre seg ansvarlig og tror de kjører forsvarlig
 - Folk som kjører litt over fartsgrensen og/eller ikke tilpasser farten nok til forholdene
- **Mediamålgruppe:**
 - Menn i alderen 25 – 55 år vil være en viktig målgruppe ift. plassering i media. Dette vil ikke ekskludere kvinner og ungdom 18-25 år.

Kommunikasjonen lages ut i fra den emosjonelle målgruppen og plasseres (i hovedsak) for å treffe mediemålgruppen. Tilsvarende strategi ble benyttet i fartskampanjen «Hvilken side av fartsgrensen er du på». Målgruppen var også da bred, mens hovedmålgruppen var menn i alderen 25-40 år.

Fartsovertredere er imidlertid ikke en homogen gruppe, verken de som kjører lite eller mye over. Det er derfor nødvendig å gjøre en ytterligere målgruppeanalyse for å se på type fartsovertredere. Både kvalitative og kvantitative undersøkelser viser at det er forskjell i hvor bevisste folk er i sine fartsovertredelser. Noen kjører bevisst for fort, andre er ikke alltid klar over at de kjører for fort. Noen er såkalte notoriske fartsovertredere, mens andre er mer situasjonelle fartsovertredere. Felles for de fleste *normale fartsovertredere* er at de er vanlige folk som tror de opptre ansvarlig. Kategorisering av «fartsovertredere» vil kunne påvirke både kommunikasjon og valg av kanal. Statens vegvesen har foretatt en større kvalitativ forundersøkelse som har gitt innspill til mulig ulike type fartsovertredere (typer) ²⁰. Det er en målsetting om å bruke nullpunktundersøkelsen til å segmentere og kategorisere målgruppen og få ytterligere forståelse for gruppen fartsovertredere.

Tidligere fartskampanjer har sett på «litt over fartsgrensen». Denne kampanjen vil også gjøre det. Vi ønsker imidlertid denne gang å ikke bare se på de som kjører 10 km/t over fartsgrensen, men også inkludere de som til tider kjører hele 15-20 km/t over på høyhastighetsvei. Kampanjen vil ikke rette seg mot de med mer «hasardiøs» fartsovertredelse, da vi tror disse kan være vanskelig å nå med kampanje. Kampanjen tar sikte på å nå ut til vanlig folk vi kan nå med kommunikasjon.

Strategi

Fart er et sammensatt og komplisert kampanjetema og vil derfor kreve en helhetlig tilnærming. Fartsgrenser er nok den regelen mange ofte bryter, og er kanskje det lovbruddet som begås mest. Det å kjøre fort, iallfall litt for fort, spesielt på veier med høyere fartsgrenser, er til dels sosialt akseptert. Ekstremkjøring derimot, er noe annet, der er de sosiale normene sterke og noe de fleste tar avstand fra. Den kvalitative forundersøkelsen viste at mange ikke føler de gjør et «ordentlig» lovbrudd når de kjører litt over fartsgrensene, selv når de kjører opp til 15 km/t over. De erkjenner at de bryter *regler*, men ikke at det kan defineres som *lovbrudd*. De fleste føler med andre ord at de er ansvarlige og gode sjåfører selv om de kjører litt for fort.

Det er mange årsaker til fartsovertredelser og skal vi påvirke må vi evne å forstå kompleksiteten. Farten en fører velger bestemmes av en kombinasjon mellom ulike motiver hos føreren, inkludert vurdering av risiko, og vurderingen av informasjonen fra veien, omgivelsene og trafikken.

Hvorfor folk kjører for fort kan skyldes mye; som kunnskap, forståelse og persepsjon av fart og risiko, holdning til fartsgrenser, myter, kognitive bias og sist, men ikke minst sosiale normer. Undersøkelser viser også at mange ofte rasjonaliserer, det vil si unnskylder, sin fartsovertredelse. Kontekstbaserte fartsovertredelser som, måtte rekke noe, dårlig tid og lignende, er ofte typiske.

Motivene for å kjøre fortere enn fartsgrensene – eller for fort etter forholdene – er med andre ord mange.

Det ligger mange psykologiske mekanismer bak holdning og forestilling om fart og valgt atferd. Det er derfor nødvendig å se på temaet fart ut i fra et helhetlig psykologisk perspektiv. Skal vi få folk til å endre holdning og atferd må vi forstå selve *mennesket* i fartsproblematikken. Vi kan – og skal – gi kunnskap og informere om fart og risiko, men det vil ikke være tilstrekkelig. Skal vi klare å påvirke må vi tilnærme oss dette på flere måter og «angripe» (motivere) fra flere kanter. Menneskers holdninger og handlinger, uansett område, foregår imidlertid ikke i et sosialt vakuum. Vi må også se på sosiale normer og at fartsovertredelser kan betraktes som et samfunnsproblem. Kampanjen vil derfor ha en sosial norm strategi og kan således defineres som en norm kampanje.

²⁰ Kvalitativ undersøkelse gjennomført av Opinion 4 ulike steder i Norge (Datainnsamling: dyader, triader. N=86)

Kjernemotivasjonen for å ville følge fartsgrensene blir ofte knyttet til redselen for å skade andre. Flere kampanjer har spilt på denne redselen i kommunikasjonen og forsøkt å påvirke emosjonelt.

Selv om tanken på å skade andre fremstår som et skrekksenario og noe de fleste er redd for, så er nok dette en for rasjonell tolkning av hva som faktisk vil motivere folk til å holde fartsgrensen.

Vi kan ikke bare kommunisere at «fart er farlig og du kan dø eller skade andre» for å nå frem.

Det teoretiske rammeverket som ligger til grunn for strategien og utviklingen av kampanjen vil blant annet være 1) Theory of planned behavior 2) The Social Ecological model.

Kampanjen har videre som mål å ta i bruk teorier knyttet til «intention implementation».

Materiell

Kampanjen vil bestå av ulike typer materiell som vil bli brukt i ulike typer kanaler.

Andre tiltak

I henhold til Statens vegvesen overordnede kampanjestrategi skal kampanjer kombinere flere tiltak utover rene kommunikasjonstiltak. Dette vil være et kontinuerlig fokus i kampanjen.

For å kunne påvirke sosiale normer er det hensiktsmessig å involvere og engasjere befolkningen. Målet er å bevisstgjøre og sette teamet på dagsorden, men også bruke folket selv som påvirkere. Videre er det et ønske om å inngå samarbeid med ulike virksomheter som kan virke som pådrivere og gode rollemodeller.

Kontrollvirksomhet er viktig for å redusere fartsnivået og påvirke holdning og atferd. Det vil være naturlig og ikke minst viktig å ha et tett samarbeid med politiet i fartskampanjen.

Vi ønsker å se på bruk av fartsmåletavler som mulig «nudge» for å påvirke førernes fartsvalg. Fartsmåletavlene vil kunne bevisstgjøre og påminne førere om fart og fartsgrenser og egen fartønsker også å se på andre former for «nudging» som kan benyttes i kampanjen.

Eksisterende fartskampanjeskilt langs veien i dag er knyttet opp til en tidligere fartskampanje («På hvilken side av fartsgrensen»). Vi tror dette skiltmotivet med fordel kan og bør fornyes og bedres. Det vil derfor bli utarbeidet og testet ut nye skiltmotiv for den nye fartskampanjen. Nye skilt vil først kunne settes opp i 2020.

Beskrivelse av oppdraget/leveransen

Alle trafiksikkerhetskampanjer i Statens vegvesen skal evalueres for å dokumentere effekt, oppmerksomhet og budskapsforståelse og for å bygge en erfaringsbase for kommende kampanjer. Erfaringer og evalueringer som gjennomføres skal i tillegg bidra til fortløpende læring og rådgivning for å optimalisere kampanjen ytterligere i kampanjeperioden. Dette krever tett samarbeid, god dialog og faglige anbefalinger fra leverandører av målinger og evalueringer.

Statens vegvesen er opptatt av å evaluere kampanjer på en metodisk god, men kostnadseffektiv måte. Det er i utgangspunktet tenkt å ha en innledende nullpunktsundersøkelse og en endelig sluttevaluering fra et forskningsinstitutt. I tillegg vil vårt mediebyrå etter hver kampanjepuls gjennomføre standard kampanjemålinger (oppmerksomhet, liking, budskapsforståelse osv.). Vi legger stor vekt på måling og optimalisering av kampanjen underveis.

Vedlegg 2. Sammenligning av utvalgene

Tabell V.2.1: Bostedfordeling (region) totalt, og for de ulike utvalgene. % og frekvens.

Landsdel	Utvalg											
	Førerkortregister 2019-utvalg		Panelutvalg				Førerkortregister 2025- utvalg				Alle 2025-utvalg	
			18år+		menn 25-55 år		Landsrep.		menn 25-55 år			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
Oslo/Akershus	457	22,5	92	20,1	100	21,2	569	22,7	139	25,6	708	23,2
Resten av Østlandet	533	26,3	135	29,5	125	26,5	696	27,8	125	23,0	821	26,9
Vestlandet/ Sørlandet	706	34,8	142	31,1	129	27,3	787	31,4	183	33,6	970	31,8
Trøndelag /Nord-Norge	331	16,3	88	19,3	118	25,0	451	18	97	17,8	548	18,0
Total	2027	100,0	457	100,0	472	100,0	2503	100	544	100	3047	100

Tabell V.2.2: Selvrapportert utdanningsnivå, totalt og for hvert utvalg. Frekvens og %.

Utdanningsnivå	Utvalg													
	Førerkortregister 2019- utvalg				Panelutvalg		Alle 2019- utvalg		Førerkortregister 2025- utvalg				Alle 2025- utvalg	
					18år+	menn 25-55 år			Landsrep.	menn 25-55 år				
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Grunnskole	109	5,4	21	4,6	23	4,9	153	5,2	170	6,8	22	4,1	192	6,3
Videregående (allmennfag)	185	9,2	48	10,5	48	10,2	281	9,5	273	11	48	8,8	321	10,6
Videregående (yrkesfag)	371	18,4	60	13,1	88	18,6	519	17,6	416	16,7	125	23,0	541	17,8
Fagskole/ Yrkesrettede	240	11,9	42	9,2	43	9,1	325	11,0	261	10,5	76	14,0	337	11,1
Universitet/høgskole (0-4 år)	605	30,0	160	35,0	164	34,7	929	31,5	749	30,1	133	24,5	882	29,1
Universitets/høgskole (> 4 år)	506	25,1	126	27,6	106	22,5	738	25,1	622	25	139	25,6	761	25,1
Total	2016	100,0	457	100,0	472	100,0	2945	100,0	2491	100	543	100	3034	100

Tabell V.2.3: Selvrapportert årlig bruttoinntekt (for husholdningen).

Årlig bruttoinntekt (Kr)	Utvalg									
	Førerkortregister 2019		Panelutvalg				Alle 2019		Førerkortregister 2025	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
< 200.000	19	1,1	5	1,3	4	0,9	28	1,1	23	0,8
200.000-399.999	135	7,5	29	7,5	20	4,7	184	7,0	143	4,7
400.000-599.999	349	19,3	58	15,0	48	11,3	455	17,4	326	10,8
600.000-799.999	325	18,0	87	22,5	63	14,8	475	18,2	476	15,7
800.000-999.999	316	17,5	75	19,4	97	22,8	488	18,6	369	12,2
1.000.000-1.199.999	242	13,4	59	15,3	75	17,6	376	14,4	368	12,1
1.200.000-1.399.999	167	9,3	41	10,6	57	13,4	265	10,1	340	11,2
>1.399.999	252	14,0	32	8,3	62	14,6	346	13,2	743	24,5
Vil ikke svare									242	8
Total	1805	100,0	386	100,0	426	100,0	2617	100,0	3030	100

Tabell V.2.4: Selvrapportert årlig kjørelengde (km).

Årlig kjørelengde (km)	Utvalg									
	Førerkortregister 2019		Panelutvalg		Alle 2019		Førerkortregister 2025			
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
< 8.001	366	19,1	112	26,2	71	22,2	549	19,5	555	18,9
8.001-12.000	545	28,4	111	26,0	105	20,8	761	27,1	872	29,7
12.001-20.000	686	35,7	139	32,6	171	34,1	996	35,5	1014	34,5
20.001-50.000	288	15,0	59	13,8	103	20,4	450	16,0	439	14,9
> 50.000	34	1,8	6	1,4	13	2,5	53	1,9	57	1,9
Total	1919	100,0	427	100,0	463	100,0	2809	100,0	2937	100

 Utvalgene i 2019 og 2025 har ingen forskjeller i kjørelengde. $X\text{-squared} = 5.1716$, $df = 4$, $p\text{-value} = 0,2701$

Vedlegg 3. Operasjonalisering

Tabell V.3.1: Operasjonalisering av forventningene. *=motsatt vei

Forventning	Beskrivelse	Variabler	Skala /svarkategorier
Emosjonelle og kognitive holdninger til fartsgrense-overholdelse endres i tråd med atferdsendring	Gjennomsnittskår på emosjonelle holdninger til å overholde fartsgrensen er lavere ved T2 enn T1. Andel som oppgir svarkategori «uenig» er høyere ved T2 enn T1	○ Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer, ville jeg følge meg irritert ○ Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer ville jeg følge meg tilfreds* ○ Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer ville det føles kjedelig ○ Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer ville andre bilister oppleve meg som irriterende	○ Helt uenig ○ ganske uenig ○ verken enig eller uenig ○ ganske enig ○ helt enig
Emosjonelle og kognitive holdninger til fartsgrense-overholdelse endres i tråd med atferdsendring	Gjennomsnittskår på kognitive holdninger til å overholde fartsgrensen er høyere ved T2 enn T1. Andel som oppgir svarkategori «enig» høyere ved T2 enn T1.	○ Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer ville det minke sjansen for at jeg blir tatt av politiet ○ Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer ville det minke sjansen for en trafikkulykke	○ Helt uenig ○ ganske uenig ○ verken enig eller uenig ○ ganske enig ○ helt enig
Injunktive og deskriptive normer endres i tråd med atferdsendring	Gjennomsnittskår på injunktive normer I – andres forventninger for å overholde fartsgrensen er høyere ved T2 enn T1. Andel som oppgir svarkategori «enig» høyere ved T2 enn T1.	○ Folk flest forventer at jeg skal holde fartsgrensen ○ Bilistene som ligger foran meg forventer at jeg skal holde fartsgrensen ○ Fotgjengere og syklistene forventer at jeg skal holde fartsgrensen ○ Mine passasjerer forventer at jeg skal holde fartsgrensen ○ Min partner forventer at jeg skal holde fartsgrensen ○ Mine venner forventer at jeg skal holde fartsgrensen	○ Helt uenig ○ ganske uenig ○ verken enig eller uenig ○ ganske enig ○ helt enig
Injunktive og deskriptive normer endres i tråd med atferdsendring	Gjennomsnittskår på injunktive normer II – hvor viktig er andres forventninger? for å overholde fartsgrensen viser ingen endring fra T1 – T2. Andel som oppgir svarkategori «enig» høyere ved T2 enn T1.	○ viktig for meg å leve opp til andres forventninger til fart ○ viktig for meg å leve opp til fotgjengeres og syklisters forventninger til fart ○ viktig for meg å leve opp til min partners forventninger til fart ○ viktig for meg å leve opp til venners forventninger til fart ○ viktig for meg å leve opp til mine passasjerers forventninger til fart	○ Helt uenig ○ ganske uenig ○ verken enig eller uenig ○ ganske enig ○ helt enig
Injunktive og deskriptive normer endres i tråd med atferdsendring	Gjennomsnittskår på deskriptive normer for å overholde fartsgrensen er høyere ved T2 enn T1. Andel som oppgir svarkategori «enig» høyere ved T2 enn T1.	○ Andre bilister i Norge vil holde fartsgrensen neste gang de kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer ○ Mine venner vil holde fartsgrensen neste gang de kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer ○ Min partner vil holde fartsgrensen neste gang han/hun kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer ○ De som ofte sitter på med meg vil holde fartsgrensen neste gang de kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer	○ Helt uenig ○ ganske uenig ○ verken enig eller uenig ○ ganske enig ○ helt enig

Forventning	Beskrivelse	Variabler	Skala /svarkategorier
Opplevd atferdskontroll er uendret.	Gjennomsnittskår på opplevd atferds-333333kontroll er uendret fra T1 til T2. Andel som oppgir svarkategori «enig» er uendret fra T1 til T2.	○ Jeg synes det er vanskelig å holde fartsgrensen når jeg kjører på en god, åpen vei uten andre biler ○ Jeg synes det er vanskelig å holde fartsgrensen når bilister bak meg «presser på» ○ Det er lett å holde fartsgrensen selv om jeg har dårlig tid* ○ Jeg kunne holde fartsgrensen hele tiden hvis jeg ville det*	○ Helt uenig ○ ganske uenig ○ verken enig eller uenig ○ ganske enig ○ helt enig
Intensjonen om å holde fartsgrensen (inntil 1-5 km/t over) øker i tråd med IBM-modellen	Andel som oppgir at de vil holde fartsgrensen (intensjon) neste gang de kjører er høyere ved T2 enn T1. Gjennomsnittskår på intensjon er høyere ved T2 enn T1.	○ Hvilken fart kommer du til å holde neste gang du kjører i en 80-sone? ○ Hvilken fart kommer du til å holde neste gang du kjører i en 100-sone?	○ (1) under eller på fartsgrensen ○ (2) 1–5 km/t over ○ (3) 6–10 km/t over ○ (4) 11–15 km/t over ○ (5) 15 km/t over
En økning i intensjon ledsages av en tilsvarende økning i selvrapportert og/eller faktisk fartsatferd i ønsket retning	Selvrapportert fartsatferd i 80 sone endres i ønsket retning fra T1 til T2. Andel som oppgir svarkategori «ofte» er høyere ved T2 enn T1.	○ I løpet av siste måned, hvor ofte har du holdt [81-85] når du har kjørt på veier med fartsgrensen 80 km/t? ○ I løpet av siste måned, hvor ofte har du holdt [86-90] når du har kjørt på veier med fartsgrensen 80 km/t? ○ I løpet av siste måned, hvor ofte har du holdt [101-105] når du har kjørt på veier med fartsgrensen 100 km/t? ○ I løpet av siste måned, hvor ofte har du holdt [106-110] når du har kjørt på veier med fartsgrensen 100 km/t?	○ Aldri ○ Sjeldent ○ Av og til ○ Ofte
Eksponerte endrer seg mer enn ikke-eksponerte	De som har lagt merke til kampanjen endrer seg mer enn de som ikke har lagt merke til den.	○ Kan du huske å ha sett eller hørt en kampanje som handler om bilkjøring og fart, og i tilfellet når var det sist du gjorde det? ○ Kan du huske å ha sett eller hørt noe av dette innholdet i en kampanje om bilkjøring og fart på TV, i sosiale medier eller nettaviser, og eventuelt når gjorde du det? (passiv) ○ Kan du huske å ha hørt en radiospot som handler om bilkjøring og fart, og eventuelt når var det sist du gjorde det? (passiv)	○ Ja, i løpet av de siste par månedene ○ Ja, i løpet av de siste 12 måneder ○ Ja, men mer enn 12 måneder siden ○ Nei, husker ikke en slik kampanje
	Gjennomsnittskår på synlighet for å overholde fartsgrensen er høyere ved T2 enn T1. Forventes å påvirke selvrapportert atferd.	○ Jeg vet alltid hva fartsgrensen er der jeg kjører ○ Jeg vet alltid hvor fort jeg kjører i forhold til fartsgrensen ○ Jeg kjører ofte bevisst litt over fartsgrensen	○ Helt uenig ○ ganske uenig ○ verken enig eller uenig ○ ganske enig ○ helt enig
	Gjennomsnittskår på vane for å overholde fartsgrensen viser ingen endring fra T2 enn T1.	○ Jeg har som vane å kjøre litt for fort ○ Jeg kjører ofte litt over fartsgrensen uten at jeg er klar over det*	○ Helt uenig ○ ganske uenig ○ verken enig eller uenig ○ ganske enig ○ helt enig
	En økning i andelen som rapporterer bruk fra T1 til T2.	○ Hvor ofte bruker du følgende utstyr når du kjører bil? (fartsgrensevarsling/ adaptiv cruisekontroll)	○ Ofte ○ Av og til ○ Sjelden ○ Aldri

Vedlegg 4. Fartsmålinger

Tabell V.4.1: Tellepunktsmålinger 2019.

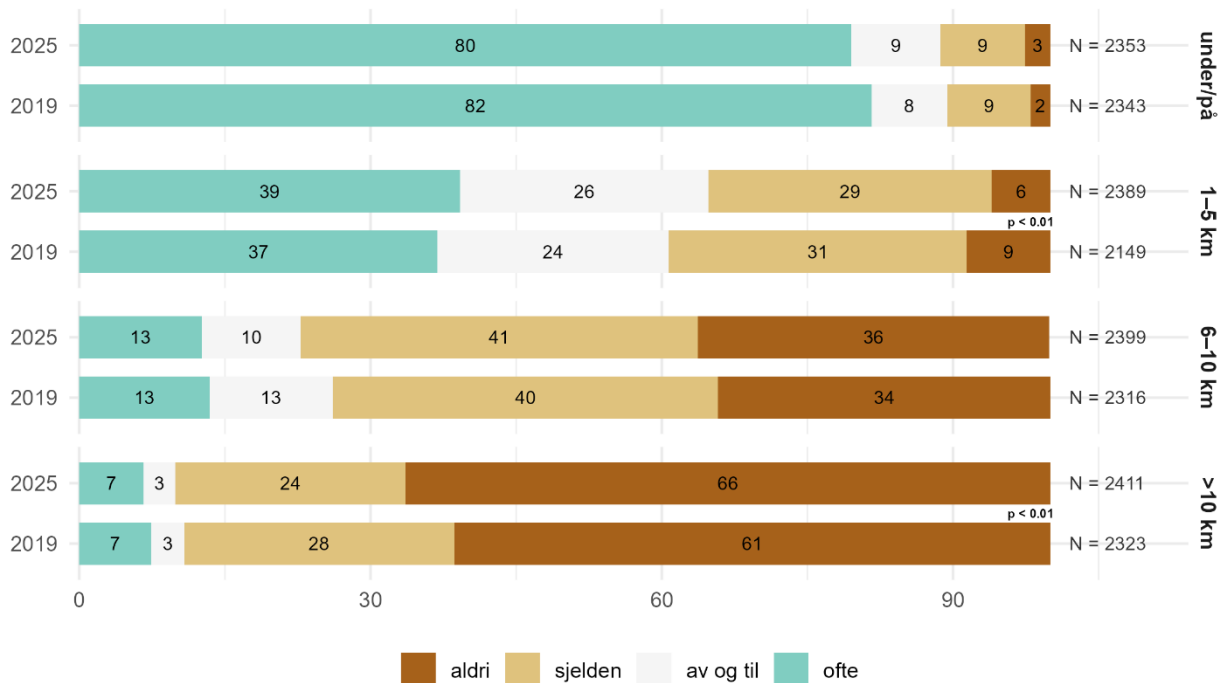
Tellepunkt	Felt	Alle			Tidsluke (Tidsluke > 5 s)		
		Antall	%	Gj.snitt(km/t)	Antall	%	Gj.snitt(km/t)
Motrøa	1	30207	48.2	79.6	20248	42.3	80.2
Motrøa	2	29893	33.2	82.3	21352	30.4	83.0
Bjøberg	1	3998	42.5	81.9	3230	39.0	82.7
Bjøberg	2	4249	28.3	85.6	3353	28.5	85.9
Seljord	1	46214	75.7	72.1	28281	70.1	74.1
Seljord	2	47404	85.3	70.9	22203	76.7	74.1
Kvassheim	1	36442	49.7	80.2	25494	44.3	81.2
Kvassheim	2	36396	58.4	78.8	24501	53.0	79.9
Gullbotn	1	50488	65.9	75.2	27000	55.8	77.7
Gullbotn	2	51547	81.9	71.8	28272	75.1	73.5
Kaupanger	1	50670	67.2	75.1	30537	58.7	76.9
Kaupanger	2	50595	63.4	76.5	28151	55.3	78.2
Totland	1	15488	50.6	80.1	13019	50.8	80.1
Totland	2	14952	63.4	78.1	10801	59.5	78.7
Vågstrandtunnelen	1	14897	34.6	83.6	10812	31.6	84.5
Vågstrandtunnelen	2	14872	39.5	82.3	10433	33.2	83.6
Kvatningsmyra	1	33547	43.3	81.6	23103	39.0	82.5
Kvatningsmyra	2	33166	53.2	80.1	21306	45.9	81.4
Nyelv	1	6244	45.1	81.1	5396	42.8	81.6
Nyelv	2	6294	29.5	84.7	5310	29.2	85.1
Total		577 563	60.4	77.1	362 802	52.6	79.0

Tabell V.4.2: Tellepunktsmålinger 2025.

Tellepunkt	Felt	Alle biler			Tidsluke > 5 s		
		Antall	%	Gj.snitt(km/t)	Antall	%	Gj.snitt (km/t)
Motrøa	1	27606	49.7	79.1	17781	42.8	79.9
Motrøa	2	27611	46.2	79.6	18819	42.5	80.4
Bjøberg	1	8719	73.4	69.2	7042	70.9	69.9
Bjøberg	2	9061	86.1	66.6	7026	85.2	67.1
Seljord	1	39038	70.4	75.3	25031	65.9	76.4
Seljord	2	38984	74.1	75.1	19253	64.9	77.3
Kvassheim	1	35783	48.5	80.4	23723	42.8	81.5
Kvassheim	2	36416	63.1	77.8	24184	58.2	78.9
Gullbotn	1	43818	64.8	75.2	22750	54.6	77.6
Gullbotn	2	46327	74.8	73.3	25424	64.1	75.7
Kaupanger	1	86564	72.7	75.5	50964	64.8	77.1
Kaupanger	2	87196	80.6	74.7	48064	74.6	76.2
Totland	1	27674	51.9	80.0	22890	51.8	80.1
Totland	2	27878	68.6	77.3	20490	65.9	77.7
Vågstrandtunnelen	1	31536	38.2	82.6	21808	35.0	83.5
Vågstrandtunnelen	2	32552	42.6	81.4	21758	36.3	82.5
Kvatningsmyra	1	59220	54.8	79.9	37326	47.9	81.1
Kvatningsmyra	2	58114	53.8	79.9	36876	46.8	81.1
Nyelv	1	10490	42.6	81.2	8980	40.2	81.7
Nyelv	2	11050	38.0	82.6	9144	37.3	82.9
Total		745 637	62.4	77.3	469 333	55.5	78.8

Vedlegg 5. Frekvensfordelinger

Figur V.5.1 fordelingen i 2019 og 2025 for selvrapportert atferd i **30-sone**.

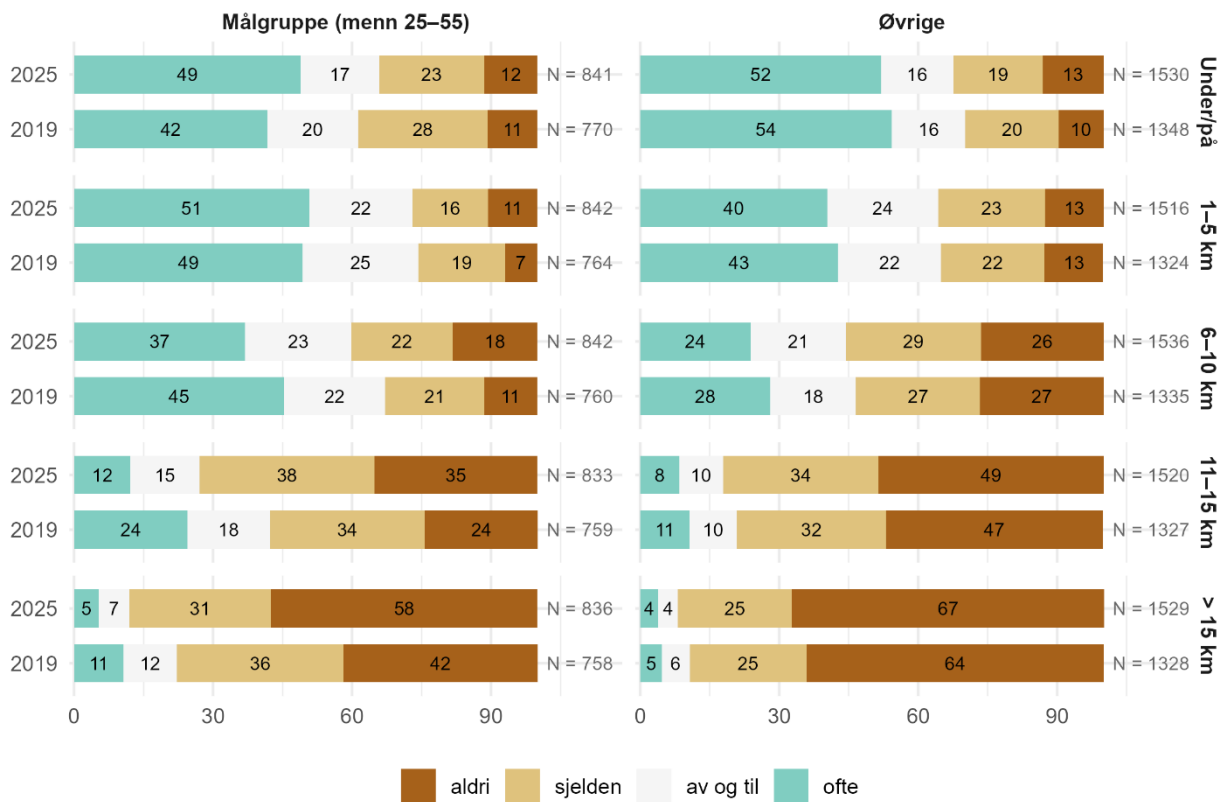


Atferd 30: Vektet for alder og kjønn / FR-2014

Figur V.5.1: Selvrapportert atferd i 30-sone.

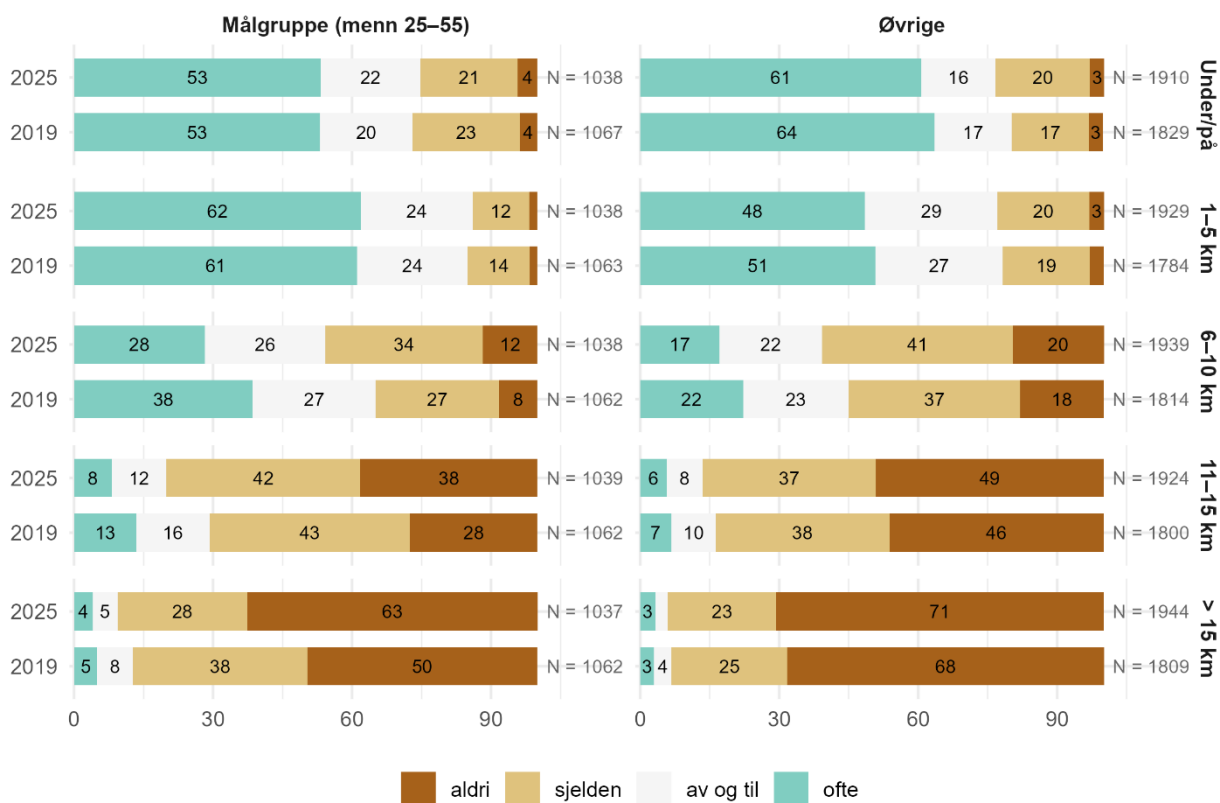
For atferd **1-5 km/t** er det en nedgang for *aldri* (-2.7 pp, $p > 0.005$). For fartsatferd **>10 km/t over** er det en økning i *aldri* (+5 pp, $p > 0.005$), med en tilsvarende reduksjon i *sjelden* (-4.1 pp, $p > 0.005$).

Figur V.5.2 og Figur V.5.3 viser uvektede frekvensfordelinger for målgruppe og øvrige for 80-og 100-sone.



Uvektet fordeling. Målgruppe (menn 25–55) vs øvrige. Atferd100.

Figur V.5.2: Frekvensfordeling for selvrapportert atferd i 100-sone for mediemålgruppen og øvrige.



Uvektet fordeling. Målgruppe (menn 25–55) vs øvrige. Atferd80.

Figur V.5.3: Frekvensfordeling for selvrapportert atferd i 80-sone for mediemålgruppen og øvrige.

Vedlegg 6. Multivariate analyser

Tabell V.6.1: Regresjonsanalyse Intensjon 30 sone.

Variabel	beta	se	p	N
År 2025 (ref. 2019)	-0.038	0.019	0.043	4904
Alder (år)	0.001	0.001	0.014	4904
Kvinne (ref. mann)	0.025	0.018	0.161	4904
Bilmodell (eldre → nyere): lineær trend	-0.06	0.031	0.055	4904
Bilmodell: kubisk trend	0.022	0.023	0.351	4904
Bilmodell: kvadratisk trend	0.005	0.026	0.845	4904
Bruker førerstøttesystemer ofte: Nei (ref. Ja)	-0.011	0.019	0.560	4904
Konstant	3.544	0.036	<0.001	4904

Tabell V.6.2: Regresjonsanalyse Intensjon 80

Variabel	beta	se	p	N
År 2025 (ref. 2019)	0.142	0.024	<0.001	4792
Alder (år)	0.006	0.001	<0.001	4792
Kvinne (ref. mann)	0.085	0.023	<0.001	4792
Bilmodell (eldre → nyere): lineær trend	-0.189	0.043	<0.001	4792
Bilmodell: kubisk trend	-0.035	0.032	0.275	4792
Bilmodell: kvadratisk trend	0.032	0.037	0.381	4792
Bruker førerstøttesystemer ofte: Nei (ref. Ja)	0.083	0.024	<0.001	4792
Konstant	3.731	0.049	<0.001	4792

Tabell V.6.3: Regresjonsanalyse Intensjon 100 sone

Variabel:	beta	se	p	N
År 2025 (ref. 2019)	0.142	0.024	<0.001	4792
Alder (år)	0.006	0.001	<0.001	4792
Kvinne (ref. mann)	0.085	0.023	<0.001	4792
Bilmodell (eldre → nyere): lineær trend	-0.189	0.043	<0.001	4792
Bilmodell: kubisk trend	-0.035	0.032	0.275	4792
Bilmodell: kvadratisk trend	0.032	0.037	0.381	4792
Bruker førerstøttesystemer ofte: Nei (ref. Ja)	0.083	0.024	<0.001	4792
Konstant	3.731	0.049	<0.001	4792

Tabell V.6.4: Regresjonsanalyse Intensjon 30 sone eksponering

Variabel	beta	se	p	N
Eksponert (ref. ikke eksponert)	0.005	0.027	0.864	2467
Alder (år)	0.002	0.001	0.010	2467
Kvinne (ref. mann)	0.002	0.024	0.918	2467
Bilmodell (eldre → nyere): lineær trend	0.065	0.075	0.389	2467
Bilmodell: kubisk trend	0.046	0.045	0.303	2467
Bilmodell: kvadratisk trend	-0.079	0.061	0.198	2467
Bruker førerstøttesystemer ofte: Nei (ref. Ja)	0.007	0.026	0.796	2467
Konstant	3.447	0.052	<0.001	2467

Tabell V.6.5: Regresjonsanalyse Intensjon 80 sone eksponering

Variabel	beta	se	p	N
Ekspontert (ref. ikke ekspontert)	-0.023	0.036	0.532	2345
Alder (år)	0.004	0.001	<0.001	2345
Kvinne (ref. mann)	-0.017	0.032	0.583	2345
Bilmodell (eldre → nyere): lineær trend	-0.056	0.085	0.509	2345
Bilmodell: kubisk trend	0.01	0.057	0.857	2345
Bilmodell: kvadratisk trend	-0.039	0.072	0.586	2345
Bruker førerstøttesystemer ofte: Nei (ref. Ja)	0.06	0.034	0.083	2345
Konstant	3.987	0.067	<0.001	2345

Tabell V.6.6: Regresjonsanalyse Intensjon 100 sone eksponering

Variabel	beta	se	p	N
Ekspontert (ref. ikke ekspontert)	-0.05	0.044	0.254	2384
Alder (år)	0.007	0.001	<0.001	2384
Kvinne (ref. mann)	-0.038	0.038	0.326	2384
Bilmodell (eldre → nyere): lineær trend	-0.084	0.098	0.392	2384
Bilmodell: kubisk trend	-0.077	0.067	0.255	2384
Bilmodell: kvadratisk trend	-0.052	0.083	0.528	2384
Bruker førerstøttesystemer ofte: Nei (ref. Ja)	0.087	0.041	0.035	2384
Konstant	3.786	0.079	<0.001	2384

Tabell V.6.7: Regresjonsanalyse farstatferd 30, 80 og 100.

Sone	Atferd	Forklaringsvariabel	β	SE	p-verdi	p (Holm)	N
30	Under eller på fartsgrensen	År: 2025 (ref: 2019)	-0.05	0.02	0.032	0.130	4637
30	Under eller på fartsgrensen	Alder (år)	-0.00	0.00	< 0,001	< 0,001	4637
30	Under eller på fartsgrensen	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	0.07	0.02	0.001	0.005	4637
30	Under eller på fartsgrensen	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.00	0.04	0.932	0.932	4637
30	Under eller på fartsgrensen	Bilmodell: kubisk trend	-0.03	0.03	0.233	0.932	4637
30	Under eller på fartsgrensen	Bilmodell: kvadratisk trend	0.03	0.03	0.429	1.000	4637
30	Under eller på fartsgrensen	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	-0.05	0.02	0.042	0.042	4637
30	Under eller på fartsgrensen	Konstant	3.88	0.04	< 0,001	< 0,001	4637
30	1-5 km over	År: 2025 (ref: 2019)	0.07	0.03	0.035	0.130	4481
30	1-5 km over	Alder (år)	-0.01	0.00	< 0,001	< 0,001	4481
30	1-5 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	0.02	0.03	0.586	1.000	4481
30	1-5 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.17	0.05	0.001	0.004	4481
30	1-5 km over	Bilmodell: kubisk trend	-0.03	0.04	0.400	1.000	4481
30	1-5 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	0.03	0.05	0.520	1.000	4481
30	1-5 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	0.08	0.03	0.011	0.022	4481
30	1-5 km over	Konstant	3.17	0.06	< 0,001	< 0,001	4481
30	6-10 km over	År: 2025 (ref: 2019)	-0.05	0.03	0.150	0.175	4655
30	6-10 km over	Alder (år)	-0.01	0.00	< 0,001	< 0,001	4655
30	6-10 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	0.02	0.03	0.456	1.000	4655
30	6-10 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.07	0.05	0.174	0.522	4655
30	6-10 km over	Bilmodell: kubisk trend	-0.03	0.04	0.478	1.000	4655

Sone	Atferd	Forklaringsvariabel	β	SE	p-verdi	p (Holm)	N
30	6-10 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	-0.01	0.05	0.853	1.000	4655
30	6-10 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	0.12	0.03	< 0,001	0.002	4655
30	6-10 km over	Konstant	2.20	0.06	< 0,001	< 0,001	4655
30	>10 km over	År: 2025 (ref: 2019)	-0.05	0.03	0.088	0.175	4675
30	>10 km over	Alder (år)	-0.00	0.00	0.004	0.004	4675
30	>10 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	0.00	0.03	0.880	1.000	4675
30	>10 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.05	0.05	0.321	0.643	4675
30	>10 km over	Bilmodell: kubisk trend	-0.03	0.04	0.464	1.000	4675
30	>10 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	-0.02	0.04	0.646	1.000	4675
30	>10 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	0.10	0.03	< 0,001	0.002	4675
30	>10 km over	Konstant	1.60	0.05	< 0,001	< 0,001	4675
80	Under eller på fartsgrensen	År: 2025 (ref: 2019)	-0.02	0.03	0.604	0.604	4844
80	Under eller på fartsgrensen	Alder (år)	0.00	0.00	0.053	0.053	4844
80	Under eller på fartsgrensen	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	0.06	0.03	0.025	0.061	4844
80	Under eller på fartsgrensen	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	-0.19	0.04	< 0,001	< 0,001	4844
80	Under eller på fartsgrensen	Bilmodell: kubisk trend	-0.10	0.04	0.008	0.038	4844
80	Under eller på fartsgrensen	Bilmodell: kvadratisk trend	0.12	0.04	< 0,001	0.003	4844
80	Under eller på fartsgrensen	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	0.04	0.03	0.142	0.283	4844
80	Under eller på fartsgrensen	Konstant	3.27	0.05	< 0,001	< 0,001	4844
80	1-5 km over	År: 2025 (ref: 2019)	-0.06	0.03	0.024	0.047	4812
80	1-5 km over	Alder (år)	-0.01	0.00	< 0,001	< 0,001	4812
80	1-5 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	0.02	0.03	0.458	0.458	4812
80	1-5 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.21	0.04	< 0,001	< 0,001	4812
80	1-5 km over	Bilmodell: kubisk trend	-0.03	0.04	0.349	1.000	4812
80	1-5 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	-0.02	0.04	0.569	1.000	4812
80	1-5 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	-0.07	0.03	0.012	0.048	4812
80	1-5 km over	Konstant	3.83	0.05	< 0,001	< 0,001	4812
80	6-10 km over	År: 2025 (ref: 2019)	-0.18	0.03	< 0,001	< 0,001	4851
80	6-10 km over	Alder (år)	-0.01	0.00	< 0,001	< 0,001	4851
80	6-10 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	-0.07	0.03	0.020	0.061	4851
80	6-10 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.22	0.06	< 0,001	< 0,001	4851
80	6-10 km over	Bilmodell: kubisk trend	0.03	0.04	0.525	1.000	4851
80	6-10 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	-0.05	0.05	0.259	1.000	4851
80	6-10 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	0.01	0.03	0.788	0.788	4851
80	6-10 km over	Konstant	3.31	0.06	< 0,001	< 0,001	4851
80	11-15 km over	År: 2025 (ref: 2019)	-0.12	0.03	< 0,001	< 0,001	4822
80	11-15 km over	Alder (år)	-0.01	0.00	< 0,001	< 0,001	4822
80	11-15 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	-0.07	0.03	0.009	0.045	4822
80	11-15 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.13	0.05	0.010	0.020	4822
80	11-15 km over	Bilmodell: kubisk trend	0.01	0.04	0.759	1.000	4822
80	11-15 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	-0.02	0.04	0.696	1.000	4822
80	11-15 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	0.08	0.03	0.009	0.046	4822
80	11-15 km over	Konstant	2.22	0.06	< 0,001	< 0,001	4822
80	>15 km over	År: 2025 (ref: 2019)	-0.07	0.02	0.007	0.021	4850

Sone	Atferd	Forklaringsvariabel	β	SE	p-verdi	p (Holm)	N
80	>15 km over	Alder (år)	-0.00	0.00	< 0,001	< 0,001	4850
80	>15 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	-0.06	0.02	0.011	0.045	4850
80	>15 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.05	0.04	0.214	0.214	4850
80	>15 km over	Bilmodell: kubisk trend	0.01	0.03	0.801	1.000	4850
80	>15 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	-0.01	0.03	0.718	1.000	4850
80	>15 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	0.04	0.02	0.089	0.267	4850
80	>15 km over	Konstant	1.67	0.04	< 0,001	< 0,001	4850
100	Under eller på fartsgrensen	År: 2025 (ref: 2019)	0.01	0.04	0.873	0.873	3696
100	Under eller på fartsgrensen	Alder (år)	-0.00	0.00	0.415	0.415	3696
100	Under eller på fartsgrensen	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	0.09	0.04	0.019	0.095	3696
100	Under eller på fartsgrensen	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	-0.11	0.06	0.073	0.146	3696
100	Under eller på fartsgrensen	Bilmodell: kubisk trend	-0.06	0.05	0.224	0.672	3696
100	Under eller på fartsgrensen	Bilmodell: kvadratisk trend	0.10	0.06	0.093	0.374	3696
100	Under eller på fartsgrensen	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	0.03	0.04	0.510	1.000	3696
100	Under eller på fartsgrensen	Konstant	3.10	0.08	< 0,001	< 0,001	3696
100	1-5 km over	År: 2025 (ref: 2019)	-0.09	0.04	0.019	0.039	3653
100	1-5 km over	Alder (år)	-0.01	0.00	< 0,001	< 0,001	3653
100	1-5 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	0.00	0.04	0.925	0.925	3653
100	1-5 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.20	0.06	0.001	0.006	3653
100	1-5 km over	Bilmodell: kubisk trend	-0.06	0.05	0.244	0.672	3653
100	1-5 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	0.01	0.06	0.923	1.000	3653
100	1-5 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	-0.11	0.04	0.004	0.019	3653
100	1-5 km over	Konstant	3.54	0.07	< 0,001	< 0,001	3653
100	6-10 km over	År: 2025 (ref: 2019)	-0.20	0.04	< 0,001	< 0,001	3681
100	6-10 km over	Alder (år)	-0.02	0.00	< 0,001	< 0,001	3681
100	6-10 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	-0.04	0.04	0.287	0.575	3681
100	6-10 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.29	0.07	< 0,001	< 0,001	3681
100	6-10 km over	Bilmodell: kubisk trend	0.05	0.06	0.350	0.672	3681
100	6-10 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	-0.11	0.06	0.074	0.372	3681
100	6-10 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	-0.12	0.04	0.005	0.019	3681
100	6-10 km over	Konstant	3.46	0.08	< 0,001	< 0,001	3681
100	11-15 km over	År: 2025 (ref: 2019)	-0.20	0.04	< 0,001	< 0,001	3648
100	11-15 km over	Alder (år)	-0.01	0.00	< 0,001	< 0,001	3648
100	11-15 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	-0.06	0.04	0.095	0.380	3648
100	11-15 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.16	0.06	0.010	0.030	3648
100	11-15 km over	Bilmodell: kubisk trend	0.09	0.05	0.060	0.299	3648
100	11-15 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	-0.03	0.06	0.563	1.000	3648
100	11-15 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	-0.01	0.04	0.878	1.000	3648
100	11-15 km over	Konstant	2.62	0.07	< 0,001	< 0,001	3648
100	>15 km over	År: 2025 (ref: 2019)	-0.15	0.03	< 0,001	< 0,001	3661
100	>15 km over	Alder (år)	-0.01	0.00	< 0,001	< 0,001	3661
100	>15 km over	Kjønn: Kvinne (ref: Mann)	-0.04	0.03	0.149	0.448	3661
100	>15 km over	Bilmodell (eldst→nyest): lineær trend	0.08	0.06	0.136	0.146	3661
100	>15 km over	Bilmodell: kubisk trend	0.07	0.04	0.119	0.477	3661

Sone	Atferd	Forklaringsvariabel	β	SE	p-verdi	p (Holm)	N
100	>15 km over	Bilmodell: kvadratisk trend	0.00	0.05	0.959	1.000	3661
100	>15 km over	Bruker førerstøttesystemer: Nei (ref: Ja)	0.06	0.03	0.095	0.286	3661
100	>15 km over	Konstant	2.03	0.07	< 0,001	< 0,001	3661

Tabell V.6.8: Regresjonsanalyse eksponering fartsatferd.

sone	Atferd	β (Eksponert vs ikke)	SE	p-verdi	p (Holm)	N
30	Under eller på fartsgrensen	-0.08	0.04	0.033	0.130	2321
30	1-5 km over	-0.05	0.05	0.279	0.678	2357
30	6-10 km over	-0.06	0.05	0.226	0.678	2367
30	>10 km over	-0.02	0.04	0.600	0.678	2380
80	Under eller på fartsgrensen	-0.04	0.04	0.397	1.000	2411
80	1-5 km over	-0.09	0.04	0.032	0.161	2429
80	6-10 km over	-0.01	0.05	0.817	1.000	2438
80	11-15 km over	0.02	0.04	0.578	1.000	2424
80	>15 km over	0.07	0.04	0.050	0.200	2442
100	Under eller på fartsgrensen	-0.13	0.06	0.027	0.133	1921
100	1-5 km over	-0.11	0.06	0.057	0.228	1907
100	6-10 km over	-0.04	0.06	0.499	1.000	1927
100	11-15 km over	-0.03	0.05	0.608	1.000	1903
100	>15 km over	0.02	0.05	0.636	1.000	1915

Tabell V.6.9: Estimerte gjennomsnitt endring i intensjon etter kjønn og alder

kjønn	alder_grp	2019	2025	mean_2019	mean_2025	Endring	p_verdi	Signifikant
Mann	18–24 år	3.83 (3.57–4.09)	4.16 (3.98–4.34)	3.83	4.16	0.33	0.0447	*
Mann	25–34 år	3.83 (3.64–4.01)	4.09 (3.96–4.21)	3.83	4.09	0.26	0.0242	*
Mann	35–44 år	3.84 (3.72–3.96)	4.11 (4–4.22)	3.84	4.11	0.27	0.000979	*
Mann	45–54 år	3.84 (3.75–3.93)	4.05 (3.94–4.16)	3.84	4.05	0.21	0.00356	*
Mann	55–65 år	4.03 (3.96–4.11)	4.07 (4–4.14)	4.03	4.07	0.04	0.448	
Mann	66+	4.21 (4.14–4.29)	4.38 (4.32–4.44)	4.21	4.38	0.17	0.000654	*
Kvinne	18–24 år	4.08 (3.88–4.29)	4.08 (3.88–4.29)	4.08	4.08	0	0.996	
Kvinne	25–34 år	4.11 (3.98–4.23)	4.14 (4.03–4.25)	4.11	4.14	0.03	0.712	
Kvinne	35–44 år	3.99 (3.88–4.1)	4.09 (3.97–4.21)	3.99	4.09	0.1	0.217	
Kvinne	45–54 år	4.1 (4.03–4.18)	4.04 (3.93–4.15)	4.1	4.04	-0.06	0.367	
999	55–65 år	4.27 (4.19–4.35)	4.12 (4.04–4.19)	4.27	4.12	-0.15	0.00435	*
Kvinne	66+	4.41 (4.32–4.49)	4.3 (4.23–4.37)	4.41	4.3	-0.11	0.0558	

Vedlegg 7. Faktoranalyse

Tabell V.7.1: Faktorladning for faktoranalysen.

Variabel	Påstand om fartsgrense 80 km/t	Jeg kjører litt over, det er helt ok Faktor 1 – varians 28%	Påvirket av andre til å kjøre litt over Faktor 2 varians 12%	Vi holder fartsgrensen Faktor 3 – varians 10%
emosjon_1	Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer ville jeg føle meg irritert	,62		
emosjon_4	Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer ville andre bilister oppleve meg som irriterende		,43	-,65
mine_1	Andre bilister i Norge vil holde fartsgrensen neste gang de kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer			,63
paastand80_1	Folk flest forventer at jeg skal holde fartsgrensen	-,40		,66
viktig_1	Når jeg kjører bil, er det viktig for meg å leve opp til andre bilisters forventninger til fart		,60	
enig_1	Når jeg kjører i trafikken på veier med fartsgrense 80 eller mer er det viktigere for meg å holde fartsgrensen enn å følge trafikkflyten -	-,62		
enig_3	Når jeg kjører i trafikken på veier med fartsgrense 80 eller mer kan farten min påvirke hvor fort andre kjører		,51	
vanskelig_1	Det er ulovlig å kjøre litt over fartsgrensen	-,48		
vanskelig_2	Det er etisk galt å kjøre litt over fartsgrensen	-,73		
vanskelig_3	Hvis jeg holdt fartsgrensen hele tiden ville bilistene bak meg blitt irritert		,47	-,59
vanskelig_4	Jeg forventer at andre holder fartsgrensen	-,54		,43
vanskelig_6	Jeg synes det er greit hvis andre kjører litt over fartsgrensen	,75		
paastanddeg_4	Jeg kjører ofte bevisst litt over fartsgrensen	,73		
fart_2	Jeg synes det er vanskelig å holde fartsgrensen når bilistene bak «presser på»		,69	

Evaluering av Statens vegvesens kampanje «Flertallet holder fartsgrensen»

Tabell V.7.2: Fordeling etter aldersgrupper.

faktor	alder	2019-andel	2025-andel	Endring_pp	p_verdi	Signifikant	N_2019	N_2025	Vektet_N_2019	Vektet_N_2025
Jeg kjører litt over, det er helt ok	18–24 år	65.9 (52.2–79.5)	68.9 (58.3–79.5)	3.1	0.727		47	74	119	106
Jeg kjører litt over, det er helt ok	25–34 år	67 (60.1–73.9)	56.2 (48–64.5)	-10.8	0.0504		179	140	253	211
Jeg kjører litt over, det er helt ok	35–44 år	58.8 (52.1–65.5)	53.3 (45.3–61.3)	-5.5	0.305		209	150	226	184
Jeg kjører litt over, det er helt ok	45–54 år	60 (54.2–65.8)	56.1 (49.2–62.9)	-4	0.387		277	209	254	201
Jeg kjører litt over, det er helt ok	55–65 år	43.3 (36.6–49.9)	44.8 (39.2–50.4)	1.5	0.729		214	303	169	238
Jeg kjører litt over, det er helt ok	66+	29.9 (23.2–36.6)	34.3 (29.2–39.4)	4.4	0.313		219	338	163	249
Uklar	18–24 år	23.5 (11.3–35.7)	16.2 (7.8–24.6)	-7.3	0.325		47	74	119	106
Uklar	25–34 år	21.7 (15.7–27.8)	22.4 (15.5–29.4)	0.7	0.887		179	140	253	211
Uklar	35–44 år	25.1 (19.2–31)	24.7 (17.8–31.6)	-0.4	0.93		209	150	226	184
Uklar	45–54 år	23.2 (18.2–28.2)	26 (19.9–32.1)	2.8	0.484		277	209	254	201
Uklar	55–65 år	26 (20.1–31.9)	30.6 (25.4–35.9)	4.6	0.256		214	303	169	238
Uklar	66+	33.3 (26.2–40.4)	30.7 (25.7–35.8)	-2.5	0.567		219	338	163	249
Vi holder fartsgrensen	18–24 år	10.6 (1.8–19.4)	14.9 (6.7–23)	4.3	0.505		47	74	119	106
Vi holder fartsgrensen	25–34 år	11.2 (6.6–15.9)	21.4 (14.6–28.2)	10.1	0.016	*	179	140	253	211
Vi holder fartsgrensen	35–44 år	16.1 (11.1–21.1)	22 (15.4–28.6)	5.9	0.161		209	150	226	184
Vi holder fartsgrensen	45–54 år	16.8 (12.4–21.2)	17.9 (12.6–23.2)	1.2	0.739		277	209	254	201
Vi holder fartsgrensen	55–65 år	30.7 (24.5–36.9)	24.5 (19.7–29.4)	-6.2	0.121		214	303	169	238
Vi holder fartsgrensen	66+	36.9 (29.2–44.5)	35 (29.8–40.2)	-1.9	0.693		219	338	163	249

Vedlegg 8. Invitasjonsbrev



C441006264/[Mantleid]

Fornavn Etternavn
Adresse
Postnummer sted

[Dato]

Vil du bidra til et forskningsprosjekt om nordmenns forhold til fart?

Nordmenns forhold til fart er et viktig tema for samfunnet og for trafikkssikkerheten. Denne undersøkelsen er en del av et større forskningsprosjekt om holdninger til fart og fartsatferd. Resultatene skal brukes til å forske på og danne grunnlag for Statens vegvesens videre arbeid med fart.

Det tar ca. 15 minutter å svare, og **alle som svarer blir med i trekningen av 12 gavekort, to på kr 5000 og ti på kr 1000**. Du er en av 12 500 personer trukket tilfeldig fra Førerkortregisteret. Det er frivillig å delta, men det er viktig å få svar fra så mange som mulig av dere som er invitert. For mer informasjon om prosjektet se www.toi.no/fart

For å delta kan du scanne QR-koden:

Du kan også gå inn på TOI sin nettside og svare der: www.toi.no/fart
Ditt brukernavn for undersøkelsen er: [userid]



Dersom du ikke svarer innen et par dager etter mottatt invitasjon vil du få en påminnelse på e-post eller SMS.



Statens vegvesen og Transportøkonomisk institutt er ansvarlig for undersøkelsen, som gjennomføres av Verian.

Vi følger norsk personlovgivning og GDPR. Resultatene vil bli brukt av Statens vegvesen og forskningsmiljøer til forskning og analyser. Du kan lese mer om dette på prosjektets nettside: www.toi.no/fart

Vi håper du tar deg tid til å svare og på den måten bidra til at vi får bedre kunnskap om nordmenns forhold til fart.

Med vennlig hilsen

Hanne Beate Sundfør

Hanne Beate Sundfør
Prosjektleder Transportøkonomisk institutt

Har du spørsmål om prosjektet, send e-post til svaer@toi.no. Har du spørsmål til selve spørreskjemaet, send e-post til dina.hov@veriangroup.com

Vedlegg 9. Spørreskjema

TØI-Etterundersøkelse Fartskampanjen 2025

Bakgrunnsvariabler

Mantleid

[Background variable ♦ Numeric ♦ Lower limit type=GreaterOrEqual ♦ Upper limit type=SmallerOrEqual ♦ Total Digits=8]

metode - E-post/postal

[Background variable]

E-post eller postal

- ☐ Postal (1)
- ☐ E-post (2)

Utvalg - Landsrep/Menn

[Background variable]

Utvalg

- ☐ Landsrep (1)
- ☐ Menn 25-55 år (2)

userid

[Background variable]

FYLKE

[Background variable]

ADRESSELINJE1

[Background variable]

POSTSTED

[Background variable]

Kjønn

[Background variable]

Kjønn

- ☐ Mann (1)
- ☐ Kvinne (2)

PostalRetur

[Background variable]

- ☐ 1 (1)

Velkommen

Velkommen til fartsundersøkelsen som gjennomføres på vegne av TØI og Statens vegvesen.

Du kommer automatisk til neste spørsmål ved å velge et svaralternativ. Du kan bevege deg mellom spørsmålene ved å trykke på «Tilbake» eller «Neste» knappene nederst på siden.

frekvensbil - Hvor ofte kjører bil

[Not required]

Hvor ofte kjører du bil?

- ☐ 5 ganger i uka eller mer (1)
- ☐ Minst 2-4 ganger i uka (2)
- ☐ Minst 1 gang i uka (3)
- ☐ Mindre enn en gang i uka / Aldri (4)

ofteFartsgrense - Hvor ofte...

[Not required]

Hvor ofte kjører du ...

Scale mask

	Aldri (1)	Sjelden (2)	Ganske sjelden (3)	Av og til (4)	Ofte (5)	Svært ofte / alltid (6)	Vet ikke (7)
... litt over fartsgrensen? (1)							
... ganske mye over fartsgrensen? (2)							

frek30 - Hvor ofte fulgt fartsgrense 30

[Not required]

I løpet av siste måned, hvor ofte har du holdt følgende fart når du har kjørt på veier med fartsgrense 30 km/t?

Scale mask

	Aldri (1)	Sjelden (2)	Ganske sjelden (3)	Av og til (4)	Ofte (5)	Svært ofte / alltid (6)	Vet ikke / ikke aktuelt (7)
30 eller under (1)							
31-35 (2)							
36-40 (3)							
Over 40 (4)							

frek80 - Hvor ofte fulgt fartsgrense 80

[Not required]

I løpet av siste måned, hvor ofte har du holdt følgende fart når du har kjørt på veier med fartsgrense 80 km/t?

Scale mask

	Aldri (1)	Sjelden (2)	Ganske sjelden (3)	Av og til (4)	Ofte (5)	Svært ofte / alltid (6)	Vet ikke / ikke aktuelt (7)
80 eller under (1)							
81-85 (2)							
86-90 (3)							
91-95 (4)							
Over 95 (5)							

frek100 - Hvor ofte fulgt fartsgrense 100

[Not required]

I løpet av siste måned, hvor ofte har du holdt følgende fart når du har kjørt på veier med fartsgrense 100 km/t?

Scale mask

	Aldri (1)	Sjelden (2)	Ganske sjelden (3)	Av og til (4)	Ofte (5)	Svært ofte / alltid (6)	Vet ikke / ikke aktuelt (7)
100 eller under (1)							
101-105 (2)							
106-110 (3)							
111-115 (4)							
Over 115 (5)							

fartsist30 - Hvilken fart i 30

[Not required]

Hvilken fart kommer du til å holde neste gang du kjører i en 30-sone?

- ☐ 30 eller under (1)
- ☐ 31-35 (2)
- ☐ 36-40 (3)
- ☐ Over 40 (4)

fartsist80 - Hvilken fart i 80

[Not required]

Hvilken fart kommer du til å holde neste gang du kjører i en 80-sone?

- ☐ 80 eller under (1)
- ☐ 81-85 (2)
- ☐ 86-90 (3)
- ☐ 91-95 (4)
- ☐ Over 95 (5)

fartsist100 - Hvilken fart i 100

[Not required]

Hvilken fart kommer du til å holde neste gang du kjører i en 100-sone?

- ☐ 100 eller under (1)
- ☐ 101-105 (2)
- ☐ 106-110 (3)
- ☐ 111-115 (4)
- ☐ Over 115 (5)

emosjon - Hvordan følt hvis alltid holde fartsgrensen i 80

[Not required]

Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer...

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke (6)
...ville jeg føle meg irritert (1)						
...ville jeg føle meg tilfreds (2)						
...ville det føles kjedelig (3)						
...ville andre bilister oppleve meg som irriterende (4)						

konsekvens - Hvordan følt hvis alltid holde fartsgrensen i 80

[Randomized answerlist ♦ Not required]

Hvis jeg alltid måtte holde fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer...

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke (6)	Ikke aktuelt (7)
...ville det minske sjansen for at jeg blir tatt av politiet (1)							
...ville det minske sjansen for en trafikkulykke (2)							

mine - Hvor enig/uenig

[Randomized answerlist ♦ Not required]

Hvor enig er du i følgende?

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke (6)	Ikke aktuelt (7)
Andre bilister i Norge vil holde fartsgrensen neste gang de kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer (1)							
Mine venner vil holde fartsgrensen neste gang de kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer (2)							
Min partner vil holde fartsgrensen neste gang hun/han kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer (3)							
De som ofte sitter på med meg vil holde fartsgrensen neste gang de kjører på en vei med fartsgrense 80 eller mer (4)							

andres - Av 10 bilister, hvor mange tror du...

[Not required]

Av 10 bilister i Norge, hvor mange tror du ofte...

Scale mask

	0 Ingen (1)	1 (2)	2 (3)	3 (4)	4 (5)	5 (6)	6 (7)	7 (8)	8 (9)	9 (10)	10 Alle (11)	Vet ikke (12)
...kjører litt over fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer? (1)												
...holder fartsgrensen på veier med fartsgrense 80 eller mer? (2)												

paastand80 - Påstander når kjører i 80

[Randomized answerlist ♦ Not required]

Hvor enig er du i at følgende påstander gjelder for deg når du kjører på veier med fartsgrense 80 eller mer?

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke / ikke aktuelt (6)
Folk flest forventer at jeg skal holde fartsgrensen (1)						
Bilistene som ligger bak meg forventer at jeg skal holde fartsgrensen (2)						
Bilistene som ligger foran meg forventer at jeg skal holde fartsgrensen (3)						
Fotgjengere og syklister forventer at jeg skal holde fartsgrensen (4)						
Mine passasjerer forventer at jeg skal holde fartsgrensen (5)						
Min partner forventer at jeg skal holde fartsgrensen (6)						
Mine venner forventer at jeg skal holde fartsgrensen (7)						

viktig - Kjører på veier med fartsgrense 80 eller mer

[Randomized answerlist ♦ Not required]

Når jeg kjører bil, er det viktig for meg å leve opp til

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke / ikke aktuelt (6)
...andre bilisters forventninger til fart (1)						
...fotgjengeres og syklisters forventninger til fart (2)						
... min partners forventninger til fart (3)						
...venners forventninger til fart (4)						
...mine passasjerers forventninger til fart (5)						

enig - Kjører på veier med fartsgrense 80 eller mer

[Randomized answerlist ♦ Not required]

Når jeg kjører i trafikken på veier med fartsgrense 80 eller mer....

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke / ikke aktuelt (6)
... er det viktigere for meg å holde fartsgrensen enn å følge trafikkflyten (1)						
... holder jeg samme fart som de andre bilistene rundt meg (2)						
... kan farten min påvirke hvor fort andre kjører (3)						

vanskelig - Påstander om å kjøre i 80 sone

[Randomized answerlist ♦ Not required]

Hvor enig er du i at følgende påstander gjelder når du kjører på veier med fartsgrense 80 eller mer?

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke / ikke aktuelt (6)
Det er ulovlig å kjøre litt over fartsgrensen (1)						
Det er etisk galt å kjøre litt over fartsgrensen (2)						
Hvis jeg holdt fartsgrensen hele tiden ville bilistene bak meg blitt irritert (3)						
Jeg forventer at andre holder fartsgrensen (4)						
Det er sosialt akseptabelt å kjøre litt over fartsgrensen (5)						
Jeg synes det er greit hvis andre kjører litt over fartsgrensen (6)						

Kriterier1 - Påstander

[Randomized answerlist ♦ Not required]

Hvor enig er du i følgende påstander?

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke / ikke aktuelt (6)
Det er vanskelig å forstå hvorfor fartsgrensene er som de er (1)						
Fartsgrensene er basert på faglige kriterier (2)						

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke / ikke aktuelt (6)
Fartsgrensene er konsekvente (3)						
Fartsgrensene virker ulogiske (4)						

fart - Påstander om fart

[Randomized answerlist ♦ Not required]

Hvor enig er du i at følgende påstander gjelder når du kjører på veier med fartsgrense 80 eller mer?

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke (6)
Jeg synes det er vanskelig å holde fartsgrensen når jeg kjører på en god, åpen vei uten andre biler (1)						
Jeg synes det er vanskelig å holde fartsgrensen når bilister bak meg «presser på» (2)						
Det er lett å holde fartsgrensen selv om jeg har dårlig tid (3)						
Jeg kunne holde fartsgrensen hele tiden hvis jeg ville det (4)						

PaastandDeg - Påstander om deg

[Randomized answerlist ♦ Not required]

Hvor enig er du i at følgende påstander beskriver deg?

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke (6)
Jeg vet alltid hva fartsgrensen er der jeg kjører (1)						
Jeg vet alltid hvor fort jeg kjører i forhold til fartsgrensen (2)						
Jeg kjører ofte litt over fartsgrensen uten at jeg er klar over det (3)						
Jeg kjører ofte bevisst litt over fartsgrensen (4)						
Jeg har som vane å kjøre litt for fort (5)						

speedoriktig - Speedometeret viser riktig fart

[Not required]

Tror du at speedometeret ditt viser riktig fart?

- ☐ Ja (1)
☐ Nei (2)
☐ Vet ikke (3)

CONDITION	f('speedoriktig').any('2')	
	true	false
	Question speedoreell(Hvilken fart viser speedometeret)	

speedoreell - Hvilken fart viser speedometeret

[Numeric ♦ Not required ♦ Lower limit=60 ♦ Lower limit type=GreaterOrEqual ♦ Upper limit=95 ♦ Upper limit type=SmallerOrEqual]

Hva tror du speedometeret ditt viser når din reelle fart er 80 km/t?

Skriv inn et tall

speedhensyn - Tar hensyn til at speedometeret viser feil

[Not required]

Hvor ofte tar du hensyn til at speedometeret viser feil når du velger hvor fort du kjører?

- ☐ Ofte eller alltid (1)
☐ Av og til (2)
☐ Sjelden (3)
☐ Aldri (4)

☐ Vet ikke (5)

END || Condition f('speedoriktig').any('2')

oppdag - Tatt for fartsoverskridelse

[Not required]

Tenk deg at du hver dag i ett år kjører 90 km/t på en mil lang strekning med fartsgrense 80 km/t.

Hvor sannsynlig tror du det er at du blir tatt for denne fartsovertredelsen i løpet av året?

- ☐ Helt sikkert (1)
- ☐ Svært sannsynlig (2)
- ☐ Ganske sannsynlig (3)
- ☐ Ganske usannsynlig (4)
- ☐ Svært usannsynlig (5)
- ☐ Helt sikkert ikke (6)
- ☐ Vet ikke (7)

kunnskansk - Risiko for ulykke

[Not required]

I hvilken grad tror du at risikoen for en ulykke øker når farten øker fra 80 km/t til 90 km/t på en 80-vei?

- ☐ Ikke i det hele tatt (1)
- ☐ Svært liten grad (2)
- ☐ Ganske liten grad (3)
- ☐ Verken stor eller liten grad (4)
- ☐ Ganske stor grad (5)
- ☐ Svært stor grad (6)
- ☐ Øker ikke (7)
- ☐ Vet ikke (8)

kampOpp - Sett/hørt kampanje om fart

[Not required]

Kan du huske å ha sett eller hørt en kampanje som handler om bilkjøring og fart, og i tilfellet når var det sist du gjorde det?

- ☐ Ja, i løpet av de siste par månedene (1)
- ☐ Ja, i løpet av de siste 12 måneder (2)
- ☐ Ja, men mer enn 12 måneder siden (3)
- ☐ Nei, husker ikke en slik kampanje (4)

CONDITIO || f('kampOpp').any('1', '2', '3')

|| true || false

Question kampAvsender(Hvem var avsender av kampanjen)

kampAvsender - Hvem var avsender av kampanjen

[Not required]

Du svarte at du hadde sett eller hørt en kampanje som handler om bilkjøring og fart. Hvem har vært avsender av en slik kampanje?

Skriv inn:

kampAktiv - Hva husker om kampanjen

[Not required]

Hva husker du å ha sett eller hørt om kampanjen om bilkjøring og fart?

Skriv inn

END

Condition f('kampOpp').any('1', '2', '3')

utsagnFart - Påstander om deg

[Not required]

Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om fart og fartsovertredelse de siste 5 årene?

Scale mask

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke (6)
Jeg føler det er mer akseptabelt å overholde fartsgrensene nå enn hva det var for 5 år siden (1)						
Jeg opplever selv at jeg oftere forsøker å overholde fartsgrensene						

Evaluering av Statens vegvesens kampanje «Flertallet holder fartsgrensen»

	Helt uenig (1)	Ganske uenig (2)	Verken enig eller uenig (3)	Ganske enig (4)	Helt enig (5)	Vet ikke (6)
nå enn hva jeg gjorde for 5 år siden (2)						
Jeg har blitt mer bevisst på at «litt over fartsgrensen» også er et lovbrudd (3)						
Jeg føler det er mer akseptert å kjøre litt over fartsgrensene nå enn det var for 5 år siden. (4)						
Å få vite at flertallet holder fartsgrensen har gjort at jeg i større grad overholder fartsgrensene (5)						

kampAnnonse

[Not required]

Kan du huske å ha sett noe av dette innholdet i en kampanje om bilkjøring og fart på TV, i sosiale medier eller nettaviser, og eventuelt når gjorde du det?

- ☐ Ja, i løpet av de siste par månedene (1)
- ☐ Ja, i løpet av de siste 12 måneder (2)
- ☐ Ja, men mer enn 12 måneder siden (3)
- ☐ Nei, husker ikke en slik kampanje (4)

kampRadio - Radio om kampanje

[Not required]

Kan du huske å ha hørt en radiospot som handler om bilkjøring og fart, og eventuelt når var det sist du gjorde det?

- ☐ Ja, i løpet av de siste par månedene (1)
- ☐ Ja, i løpet av de siste 12 måneder (2)
- ☐ Ja, men mer enn 12 måneder siden (3)
- ☐ Nei, husker ikke en slik kampanje (4)

CONDITION	f('kampOpp').any('1', '2', '3') f('kampRadio').any('1', '2', '3') f('kampAnnonse').any('1', '2', '3')	
	true	false
	Question kampPaav(Kampanjen påvirket deg)	

kampPaav - Kampanjen påvirket deg

[Not required]

Har kampanjen påvirket deg til å holde fartsgrensen når du kjører bil?

- ☐ Ja, i stor grad (1)
- ☐ Ja, i noen grad (2)
- ☐ Nei, i liten grad (3)
- ☐ Nei, ikke i det hele tatt (4)
- ☐ Uaktuelt. Jeg fortsetter å holde fartsgrensen slik jeg gjorde før denne kampanjen startet. (5)

END	Condition f('kampOpp').any('1', '2', '3') f('kampRadio').any('1', '2', '3') f('kampAnnonse').any('1', '2', '3')
-----	---

forerkort

[Numeric ♦ Not required ♦ Lower limit=1923 ♦ Lower limit type=GreaterOrEqual ♦ Upper limit=2025 ♦ Upper limit type=SmallerOrEqual ♦ Total Digits=4]

Skriv inn årstall for når du første gang fikk førerkort for personbil

Skriv inn årstall

bil - Hvem eier bilen

[Not required]

Hvem eier bilen du bruker mest?

- ☐ Eier selv (1)
- ☐ Firmabil (2)
- ☐ Annet (3)

elbil - Hvilken bil kjører mest

[Not required]

Hvilken type bil kjører du mest?

- ☐ Elbil (1)
- ☐ Hybrid (2)
- ☐ Bensin/diesel (3)
- ☐ Annet (4)

yrke - Yrkessjåfør

[Not required]

Er du yrkessjåfør?

- ☐ Nei (1)
- ☐ Nei, men kjører ofte bil i jobben (2)
- ☐ Ja, lett kjøretøy (3)
- ☐ Ja, tungbil (4)

CONDITION	f('yrke').any('2', '3', '4')	
	true	false
	Question arbeid(Hvor ofte kjører bil i jobbsammenheng)	

arbeid - Hvor ofte kjører bil i jobbsammenheng

[Not required]

Hvor ofte kjører du bil i jobbsammenheng?

- ☐ Hver dag (5-7 dager per uke) (1)
- ☐ Flere ganger i uken (2)
- ☐ Ca. én gang i uken (3)
- ☐ Flere ganger i måneden (4)
- ☐ Ca. én gang i måneden (5)
- ☐ Sjeldnere enn én gang i måneden (6)
- ☐ Aldri (7)

END

Condition f('yrke').any('2', '3', '4')

hvor - Kjører mest

[Not required]

Hvor kjører du mest?

- ☐ Utenfor tettsted (1)
- ☐ Innenfor tettsted (2)
- ☐ Omtrent like mye innenfor og utenfor tettsted (3)

langt - Hvor langt kjører i året

[Not required]

Omtrent hvor langt kjører du i året med bil, som fører?

Tenk på hva du har i bilforsikringen din, om det kan være til hjelp

- ☐ 0-8.000 km (1)
- ☐ 8.001-12.000 km (2)
- ☐ 12.001-20.000 km (3)
- ☐ 20.001-50.000 km (4)
- ☐ Mer enn 50.000 km (5)
- ☐ Vet ikke (6)

utsyr - Påstander om deg

[Not required]

Hvor ofte bruker du følgende utstyr når du kjører bil?

Scale mask

	Ofte (1)	Av og til (2)	Sjelden (3)	Aldri (4)	Vet ikke hva det er (5)	Vet ikke om jeg bruker / har ikke (6)
Fartsbegrenser (1)						
Fartsgrensevarsling (2)						
Fartsperre (3)						
ISA - Intelligent Speed Adaptation (4)						
Adaptiv fartsholder - «cruise control» (5)						
Vanlig (fast) fartsholder - «cruise control» (6)						

bilmodell - Bilmodell kjører mest

[Not required]

Hvilken årsmodell er bilen du kjører mest?

- ☐ 2025 eller nyere (1)
- ☐ 2020-2024 (2)
- ☐ 2015- 2019 (3)
- ☐ 2010-2014 (4)
- ☐ 2005-2009 (5)
- ☐ 2004 eller eldre (6)
- ☐ Vet ikke / ikke aktuelt (7)

alder - Alder

[Numeric ♦ Not required ♦ Lower limit type=GreaterOrEqual ♦ Upper limit type=SmallerOrEqual ♦ Total Digits=3]

Hva er din alder?

Skriv inn alder

utdanning - Utdanning

[Not required]

Hva er din høyeste fullførte skolegang?

- ☐ Grunnskoleutdanning - 10-årig grunnskole, 7-årig folkeskole eller lignende (1)
- ☐ Videregående allmennfaglig utdanning (2)
- ☐ Videregående yrkesfaglig utdanning (3)
- ☐ Fagskole – Yrkesrettede utdanninger (1/2 – 2 år) som bygger på videregående (4)
- ☐ Universitets-/høgskoleutdanning med inntil 4 års varighet (5)
- ☐ Universitets-/høgskoleutdanning med mer enn 4 års varighet (6)

husinnt - Husholdningsinntekt

[Not required]

Omtrent hvor stor er denne husstandens samlede brutto årsinntekt (før skatt og fradrag)?

- ☐ Under 200.000 kroner (1)
- ☐ 200.000 - 399.999 kroner (2)
- ☐ 400.000 - 599.999 kroner (3)
- ☐ 600.000 - 799.999 kroner (4)
- ☐ 800.000 - 999.999 kroner (5)
- ☐ 1.000.000 - 1.199.999 kroner (6)
- ☐ 1.200.000 – 1.399.999 kroner (7)
- ☐ 1.400.000 kroner eller mer (8)
- ☐ Ønsker ikke å svare (9)

ferdigsurvey

SetStatus(«complete»);
SetInterviewEnd();

takk - Takk

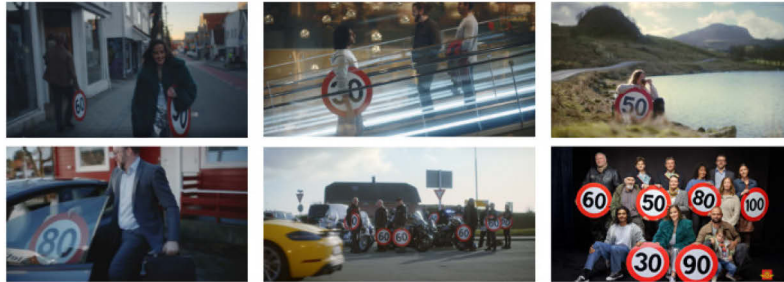
[Not required]

Før vi avslutter, har du noen synspunkter eller kommentarer til undersøkelsen?

Når du går videre avsluttes undersøkelsen.

Vedlegg 10. Kampanjemateriell i undersøkelse

Kan du huske å ha sett noe av dette innholdet i en kampanje om bilkjøring og fart på TV, i sosiale medier eller nettaviser, og eventuelt når gjorde du det?



TØI er et anvendt forskningsinstitutt som mottar basisbevilgning fra Norges forskningsråd og gjennomfører forsknings- og utredningsoppdrag for næringsliv og offentlige etater. TØI ble opprettet i 1964 og er organisert som uavhengig stiftelse.

TØI utvikler og formidler kunnskap om samferdsel med vitenskapelig kvalitet og praktisk anvendelse. Instituttet har et tverrfaglig miljø med rundt 70 høyt spesialiserte forskere.

Instituttet driver forskningsformidling gjennom TØI-rapporter, artikler i vitenskapelige tidsskrifter, bøker, seminarer, samt innlegg og intervjuer i media. TØI-rapportene er gratis tilgjengelige på instituttets hjemmeside www.toi.no.

TØI dekker alle transportmidler og temaområder innen samferdsel, inkludert trafiksikkerhet, kollektivtransport, klima og miljø, reisevaner og reiseetterspørsel, arealplanlegging, ITS, offentlige beslutningsprosesser, næringslivets transportbehov og generell transportøkonomi. Instituttet deltar aktivt i internasjonalt forskningssamarbeid, med særlig vekt på EUs rammeprogrammer.

Transportøkonomisk institutt krever opphavsrett til egne arbeider og legger vekt på å opptre uavhengig av oppdragsgiverne i alle faglige analyser og vurderinger.

Postadresse:

Transportøkonomisk institutt
Postboks 8600 Majorstua
0349 Oslo
Norge

Kontoradresse:

Forskningsparken
Gaustadalléen 21

E-post: toi@toi.no

Hjemmeside: www.toi.no

