

INFORMAČNÍ KAMPAŇ ZA CYKLISTIKU V GHENTU, BELGIE

STAD GENT

LOS MEE DE FILES OP *

**22 september 2003
autovrije dag in Gent**

***en win
een prijs**

Kom te voet, met de fiets, met het openbaar vervoer of gebruik de P&R-parking in Gentbrugge (tram 21/22) op 22 september en maak kans op o.a. een TREK-fiets !
Surf naar www.gent.be (verkeer) of mail carfree.day@traject.be

Informační kampaň za cyklistiku v Ghentu

Popis úlohy

Od konce 90. let město Ghent sledovalo politiku podporujících cestovních režimů. V minulosti město Ghent provedlo několik iniciativ k podpoře užívání domácí-školní přepravy (např. veřejná doprava pro děti do 15-ti let zdarma) a dopravě vztahující se k volnému času (např. autobusy do obchodních středisek, doprava zdarma během víkendů v prosinci). V současné době se chce městská rada více soustředit na cestu domov – práce.

Popis kampaně / záměr

Během projektu „Step by Step“ byla rozvinuta kampaň stimulující užití cyklistiky a veřejné dopravy a cestu domov-práce. Kampaň v Ghentu se zkusila zaměřit na první 2 kroky „přístup Tapestry“:

- zvýšit informovanost problému
- přijmutí odpovědnosti

Městská rada odsouhlasila, aby Evropský den bez aut, organizovaný každý rok 22/9, byl ideálním startem kampaně. Datum 22/9 připadlo na pracující den (pondělí v roce 2003, středa v roce 2004), proto bylo dobrou příležitostí zařadit sem také zaměstnance a zaměstnavatele. Chtěli jsme společností a jejich zaměstnanců seznámit s faktem, že oni jsou hlavním důvodem zatarasení dopravy ve špičce, se znečištěním způsobeným užíváním automobilu a problémy bezpečnosti. Dobrými argumenty a ukázkou, že v mnoha případech existuje alternativa k individuálnímu použití aut, jsme chtěli jasně a zřetelně naznačit zaměstnancům a zaměstnavatelům, že oni jsou odpovědní za daný problém, ale zároveň jsou součástí řešení.

Konkrétní cíle kampaně byly

- oslovit hlavní zaměstnavatele ve městě a maximalizovat úroveň účastnosti
- oslovit většinu zaměstnanců v zúčastněných společnostech a získat jejich účast
- zásobovat radami o dopravě možnými alternativami všechny zúčastněné
- dosáhnout vysokého stupně uspokojení týkající se přepravních rad
- na Evropském dni bez aut dosáhnout určitých změn, změn účastnících se firem

Příprava: kampaň Den bez aut

Součástí učícího se projektu, v roce 2003 byla organizována menší kampaň pro Evropský den bez aut a to mezi zaměstnanci v omezené oblasti městského centra (oblast Ghent Zuid). Všechny společnosti (193) z obchodního území Ghent Zuid byly vyzváni k účasti na Evropském dni bez aut 22/9. Dopis, podepsaný městským radním (úsek mobility), byl poslán generálnímu řediteli společnosti.

Mezi 193 obznanými společnostmi bylo spoustu malých firem (včetně právníků, zubařů, majitelů obchodů...). U větších společností bylo zjišťováno telefonicky, zda byl dopis doručen a případně poskytnuty doplňující informace spolu se žádostí o zpětné zaslání registrační formy. Nakonec, jen 11 společností ze 193 kontaktovaných souhlasily s účastí na kampani a podporou svých zaměstnanců pro užití alternativních dopravních prostředků 22. září.

Z důvodu malého počtu účastníků na poslední chvíli byla kampaň přístupna i pro ostatní zaměstnavatele a zaměstnance. Vzhledem k tomuto rozhodnutí, vše mohlo být oznámeno jen přes tiskovou konferenci rady, konanou 1x týdně a přes webovou stránku města.

Celkově jsme dostali 495 registračních forem na Evropský den bez aut 2003. Asi 113 účastníků žádalo o dopravní rady, nejvíce požadovaná byla bezpečná cyklostezka. Kampaň zakončilo zhodnocení cestovních rad u kulatého stolu s úředníky, představiteli společností, radním pro mobilitu a novináři.

Kampaň Evropský den bez aut Ghent 2004

Lekce získané z tohoto hodnocení byly použity při organizaci kampaně i v září 2004.

- Protože menší společnosti se v roce 2003 nezúčastnily, do kampaně byly pozvány jen firmy s více než 50ti zaměstnanci.
- Jelikož dopis doručený do společností nebyl efektivní, pozvánky na kampaň 2004 jsme se rozhodli poslat e-mailem.

Všech 75 společností v Ghentu s více než 50ti zaměstnanci obdrželi elektronickou pozvánku k účasti. Kromě těchto kontaktů byly pozvány 3 menší firmy, které se účastnily kampaně v roce 2003. Dále byl poslán dopis z Asociace ghenského přístavu, který byl doručen všem 101 firmám v Ghentském přístavu spolu s formou o účasti. Město zorganizovalo reklamní den cyklistiky v neděli 19/09/04, kde byl umístěn stánek s informacemi o kampani vztahující se k přepravě „domov-práce“ na Dnu bez aut a kde lidé mohli vyplnit přihlášku.

V elektronické poště posílanou do firem jsme zdůrazňovali potřebu udržení přístupnosti města (zvýšení informovanosti o problému). Stejnou cestou jsme objasnili, že v budoucnu by mělo více zaměstnanců zvolit cyklistiku, veřejnou dopravu nebo jiné řešení na přepravu domov-práce (přijmutí odpovědnosti).

Stejné argumenty byly použity pro zaměstnance: firmy, účastníci se kampaně, obdržely e-mail a přihlášku, kterou mohly poslat svým zaměstnancům. Skutečnost, že zaměstnanci mohli žádat o radu o jejich dopravě, byla nástrojem působení na jejich smysl odpovědnosti. Mnoho lidí jezdí do práce autem, protože nemají jinou možnost („nebezpečné cyklostezky, nedostatek spojení MHD“...). Obdržením osobní rady týkající se dopravy, většina lidí je přímo postavena před skutečnost, že existuje jiná alternativa. Což znamená o jednu omluvu, proč vzít auto, méně.

Zaměstnanci byli také podporováni k použití kol či MHD výtečným tahem – výherními cenami. Účastníci Dnu bez aut mohli vyhrát jednu z více než 140 cen. Ceny souvisely s druhem přeprav (např. skládací kola, členství ve společnosti zabávající se carpoolingem, lístky na veřejnou dopravu).

Kdo je hnací silou? Kdo je příjemcem?

Iniciátorem kampaně je "Traject", ale kampaň byla vyvinuta a implementována v konzultaci s „Oddělením Mobility města Ghentu“ a také s „Asociací užití veřejné dopravy“. Cílovou skupinou byli zaměstnavatelé, zaměstnanci, kteří používají automobil na cestu do práce (podpořit je ve využití alternativních cest) a zaměstnanci, kteří už užívají cyklistiky či veřejnou dopravu do kanceláře (ztmelení jejich volby, např. zajištěním lepší cyklostezky, pomáhat jim použít kolo častěji).

Hlavní heslo / sdělení

Pomoc "rozpustit" dopravní zácpy. Ukážeme vám, která cyklostezka či linka veřejné dopravy je pro vás nejlepší. Vše vyzkoušejte na Evropském dne bez aut a vyhraj cenu!!

Výsledky

Celkově se první kampaně zúčastnilo 495 zaměstnanců (Den bez aut 2003), byla ale organizována na menší úrovni. Pro rozsáhlejší kampaň v roce 2004 jsme mohli počítat se spoluprací 38 zaměstnavatelů: 4 společnosti umístěné v přístavu Ghent a 34 v centru města. Úroveň účasti větších společností (> 50 zaměstnanců) v centru města byla velmi vysoká: 34 účastníků ze 75ti kontaktovaných firem.

Obdrželi jsme 1039 podpisů pro Den bez aut. 1011 účastníků byli pracující v jedné z 38 společností a 28 podpisů individuálních. 289 účastníků (28%) obecně užívá svá auta na cestu domov-práce a vybrali si jiný druh dopravy na "Dni bez aut".

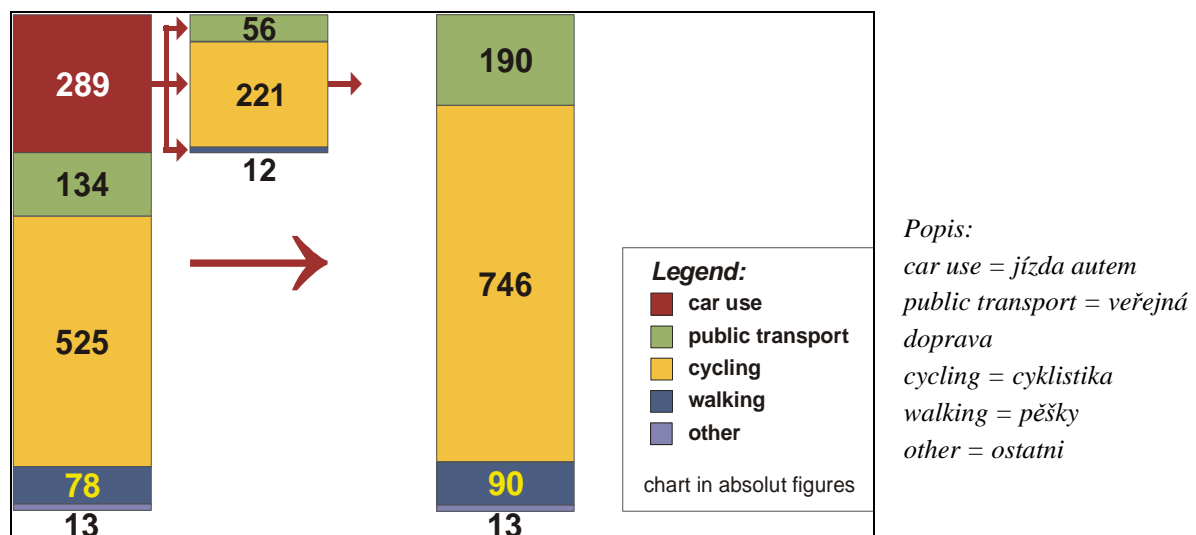


Figura 1: Modal split participants on „normal“ working day and on Car Free Day.

Většina řidičů automobilu (76%) si vybralo cyklistiku jako alternativu. Někteří (19%) chtěli vyzkoušet veřejnou dopravu. Těchto 289 aut, které byly venku z města na "Evropský den bez aut", můžeme vidět jako 1,75 km zacpané silnice anebo úbytek míst potřených k parkování, které by zabraly 2 fotbalová hřiště.

Příležitosti / bariéry

Ovlivňující faktory a kritéria úspěchu

- zaměření se na větší společnosti (nejméně 50 zaměstnanců). Dopisy a e-maily pro menší firmy neměly takový efekt jak pro ty větší.
- nejlepší cesta k zaměstnancům vede přes zaměstnavatele. Jestliže můžete počítat s účastí dané firmy, informace pro zaměstnance budou podporovány managementem a budou efektivnější.
- na druhé straně, jestliže se někdo účastní této kampaně z vlastní iniciativy, může užít tuhle možnost k informování kolegů a také celé společnosti.
- možnost dostat radu, jak cestovat, byla velice účinná. Dokonce ani pravidelní cykloturisté nebyli dobře informováni o nejlepší cestě na místo určení.
- zorganizovat cenové výhry: není principem fakt, že účastníci mohou něco vyhrát, co je spíše důležitější, že všichni lidé se těší z možnosti vyhrát.
- skutečnost, že média byla také zapojena, stimulovala firmy k účasti.

Možné překážky

- vyhnout se zaměření na “změnu jednoho dne” – lidé, kteří používají jinou alternativu dopravy jen 1x do roka, na Den bez aut. Pozornost by se měla věnovat lidem, kteří používají alternativní dopravu na denní bázi.
- není jednoduché dát správnou radu každému účastníkovi. Např. někteří lidé preferují autobusovou zastávku blízko domu, ale s delším časem cestování, než použít rychlejší vlak či autobus ze zastávky, která je dále a někdo si zvolí pravý opak.

Implementační kroky – nejčastěji pokládáné otázky

Úvodní kroky

- vytvoření týmu kampaně a distribuování úkolů: kontaktování sponzorů, hledání komunikačních partnerů, ...
- dosažení zaměstnavatelů/získání účastníků
- dosažení zaměstnanců ve zúčastněných firmách/získání účastníků
- dosažení obecné veřejnosti: propagace kampaně v hromadně sdělovacích prostředcích
- poskytnutí rady komukoliv
- organizování cenových výher a možnosti fotografování na “Dni bez aut”
- pokračování v hodnocení kampaně a udržení vše v paměti při opětovném organizování v budoucnosti

Čas implementace

Spojení kampaně s jinými aktivitami jako: “Týden mobility” a “Den bez aut.

Příklady

Stejná metodologie včetně dopravních rad a loterie mobility byla použita v několika dalších kampaních ve Flandrech:

- Den bez aut 2004 v průmyslové zóně Tienen en Landen (10 firem)
Kontakt: Pascal Degreef, pdg@gomvlaamsbrabant.be, Tel. + 32 2 257 03 76
- Autoluwe Werkdag 2004 (“Pracující den bez aut”), který organizoval Modidesk Limburg v 39 společnostech.
Kontakt: Katrien Backx, kab@mobidesklimburg.be, Tel. + 32 11 870 930
- Protože “Autoluwe Werkdag” v roce 2004 byl velice úspěšný, Province of Limburg a Mobidesk Limburg bude tuto kampaň opakovat v roce 2005 s tím, že nebude parující den, ale rovnou celý měsíc (15. května – 15 června 2005).
Kontakt: Rik Schreurs, rischreurs@limburg.be, Tel. + 32 11 23 83 51 nebo Katrien Backx, kab@mobidesklimburg.be, Tel. + 32 11 870 930

Informace

Více informací týkající se kampaně v Ghentu a celkové mobilní politiky můžete získat od Yves Debaets, yves.debaets@gent.be, Tel. +32 9 266 77 70

Náklady / užitek

Výdaje reklamní kampaně závisí na výběru komunikačních nástrojů (trvalý záznam informací nebo jen digitální) a na míře, ve které je kampaň organizována. Naše zkušenost říká, že digitální komunikační kampaň je levnější a efektivnější.

Dalším faktorem ovlivňující výdaje je dostupnost a snadnost informací o veřejně – dopravním spojení. Jestliže tyto informace jsou k dispozici, úsilí a výdaje na poskytnutí dopravních rad mohou být redukovány.

Celkově, kampaň na úrovni střední velikosti evropského města (Ghent má 100 000 obyvatel) zaměřující se na velké společnosti (ty s více než 50 zaměstnanci) může být uskutečněna za 15 000,- €

Kalkulovat výhody je dokonce těžší i přes zřejmost, že na Den bez aut 289 zaměstnanců ze zúčastněných firem nechali své automobily doma a zvolili jiný model dopravy. Což znamená nejméně o 1,75 km menší dopravní zácpy a menší spotřebu plochy na parkování – cca velikosti 2 fotbalových hřišť. A protože 68% lidí, kteří obdrželi radu týkající se jejich přepravy, uvedlo, že se této rady budou držet, můžeme předpokládat, že tento druh kampaně má dlouhodobé výhody ve spotřebě energie a zatarasení provozu.

Linky a články pro více informací

Více informací může být získáno z konečné zprávy projektu Step by Step, který si můžete prohlédnout na webové stránce: www.eu-stepbystep.org