

STABILISATION OF BEHAVIOUR FOR COLLECTIVE TRANSPORT IN ZNOJMO, CZECH REPUBLIC





Stabilisation of Behaviour for Collective Transport in Znojmo

Opis problemu

Głównym zadaniem projektu Step by Step w Znojmo była i wciąż jest w pierwszej kolejności redukcja zużycia energii w transporcie, ochrona powietrza i poprawa warunków życia mieszkańców miasta i osób je odwiedzających bez względu na sezon. Ponadto, zapewnienie wygodnego transportu do pracy oraz „czystego” poruszania się osób na terenie miasta. Miasto zdawało się być zagrożone motoryzacją, związaną zwłaszcza ze spalinami i ich negatywnym wpływem na ludzi i budowle historyczne. Samochód jest dla nas wszystkich niezbędny w dzisiejszych czasach i trudno się bez niego obyć.

Samorządy miast odkryły już dawno temu, że dla ochrony zdrowia i środowiska życia należy regulować podróże poza miastem; mianowicie od początku lat 90-tych wprowadzono reżim dla samochodów i ich dostęp do centrum miasta jest wstrzymywany. Np. by osoba nie zamieszkująca w centrum otrzymała pozwolenie wjazdu, musi zapłacić 20,- koron i kolejne 20,- za każdą godzinę parkowania. W mieście istnieje wiele wydzielonych stref dla pieszych, które zapewniają wzrost bezpieczeństwa i lepszą jakość powietrza. Znojmo wspiera transport publiczny. W centrum jeżdżą 2 autobusy ekologiczne (eko-autobusy). Centrum jest dostępne także dla rowerzystów; istnieje specjalna ścieżka rowerowa o długości 7 km; w ramach projektu Step by Step zorganizowano “Dni bez samochodu” i liczba przejazdów rowerowych również wzrosła. W Znojmo pojawiło się centrum carpoolingu (carpooling oznacza użytkowanie jednego samochodu osobowego przez więcej niż jedną osobę), do kompleksowej kampanii przystąpiły ostatnio wszystkie dostępne media (TV, radio, prasa, katalogi informacyjne, reklama bezpośrednia). Położono nacisk na carpooling i organizację podróży rowerowych i wędrowek pieszych, jak również prezentację różnych sportów i dalszych działań.

Dla projektu Step by Step przeprowadzono badanie usług transportowych i ich struktury oraz pozytywnych skutków prowadzących do oszczędności energii w głównych szkołach i uczelniach w Znojmo. Proszę zobaczyć: www.znojmskyrozvoj.cz/step-by-step

Opis kampanii

Pomysł kampanii reklamowej ustalono jednomyślnie z góry na grupie końcowej i dostępnych reprezentantach dla jej realizacji.

Reklama kampanii przeprowadzona przez telewizję Moravia

Pierwsza faza rozpoczęła się nieoficjalnie w listopadzie 2003 roku, kiedy telewizja podjęła misję informowania mieszkańców o projekcie Step by Step i jego realizacji w Znojmo. Oficjalna kampania rozpoczęła się 1-ego marca i do 30-ego czerwca 2004 roku odbyło się ok. 10 transmisji w najbliższym terminie (rozmowy ze znanymi, prominentnymi osobami ze Znojmo).



AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

Dodatkowo, w trakcie kampanii należało obserwować, transmitować i reklamować odbywające się okazjonalnie dni bez samochodu, dni rowerzystów, wycieczki piesze, warsztaty.

Druga faza kampanii promocyjnej rozpoczęła się 15-ego października 2004 roku i będzie trwać do 30-ego kwietnia 2005. W tej kampanii położono nacisk na realizację idei carpoolingu, promocji i założenia centrum carpoolingu przez telewizję Moravia.

Reklama kampanii przeprowadzona przez radio Blanik

Pierwsza faza rozpoczęła się nieoficjalnie w październiku 2003 roku nieregularnym informowaniem społeczeństwa o projekcie Step by Step, potem rozreklamowano kampanię oficjalnie i rozpoczęła się ona 1-ego marca a trwała do 30-ego czerwca 2004 roku. Slogany takie jak „czy jeździsz sam samochodem, są inne możliwości.....czy wiesz czym jest carpooling?,.....najbardziej lubię jazdę na rowerze,.....idę pieszo do pracy lub używam transportu publicznego” były transmitowane 3 razy dziennie w związku z projektem Step by Step.

Kampania obejmowała wywiady z prominentnymi osobowościami, co więcej, po tej kampanii nastąpiły różnorodne akcje związane z projektem np. Europejski Dzień bez Samochodu 22-ego września 2004 r., tydzień ruchu itp.

Reklama kampanii w prasie i specjalistycznych magazynach

Pierwsze informacje dot. projektu Step by Step pojawiły się w maju 2003 r. i odnosiły się do konferencji zorganizowanej przez miasto Znojmo w maju 2003 roku. Projekt został opisany we wszystkich lokalnych gazetach, dziennikach, tygodnikach i kwartalnikach. Nawiązano bliższe relacje z gazetami: Rovnost, Znojemsko, Znojemské listy, Travel Profi, Impulzy. We wszystkich wymienionych gazetach pojawiły się kilka razy artykuły. W celu rozreklamowania kampanii przygotowano dla prasy artykuły o projekcie Step by Step, w których położono nacisk na oszczędność energii, carpooling, transport publiczny, rowerowy i pieszy oraz na ich wpływ na zdrowy styl życia. Ponadto, przygotowano dwie inne graficzne propozycje w celu rozreklamowania akcji w lokalnych gazetach (Znojemsko, Znojemské listy).

1. *Reklama zawierająca generalne informacje o projekcie i porady dot. oszczędności energii dzięki używaniu innych pojazdów niż samochody.*
2. *Reklama zawierająca informacje o oszczędności energii dzięki zastosowaniu carpoolingu.*
Obie reklamy opublikowano w Znojemsko, Znojemské Listy około 30 razy i były one poparte innymi artykułami. Drukowano je od maja 2004 do listopada 2004 r.
Proszę zobaczyć: www.znojemskyrozvoj.cz

Reklama kampanii umieszczona z tyłu autobusów publicznych

We współpracy z managerem projektu zaprojektowano graficzną propozycję o wymiarach 2x2 m. z hasłem „Jeździsz sam samochodem? Istnieją inne możliwości!” Te graficzne propozycje umieszczono na okres 12 miesięcy na 3-ech regularnych liniach autobusowych.

Proszę zobaczyć: www.znojemskyrozvoj.cz



AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT



Reklama kampanii wsparta przez prasę

Opublikowano materiały promocyjne o projekcie Step by Step, wydrukowano 15 000 sztuk, opublikowano informacyjne materiały promocyjne o zaletach carpoolingu, 15 000 sztuk. Oba rodzaje materiałów rozprowadzono w Znojmo i 120 lokalnych urzędach.

Proszę obejrzeć te materiały na stronie www.znojemskyrozvoj.cz

Reklama kampanii poprzez stronę internetową

Ponieważ domena Step by Step była płatna, byliśmy zmuszeni do przekształcenia obecnych stron „rozwoju Znojmo“, tak by móc umieścić informacje o projekcie w głównym tytule i na głównej stronie. Wszystkie informacje można znaleźć na stronie www.znojemskyrozvoj.cz step by step.



Kto jest wiodącą siłą projektu? Kto jest beneficjentem?

Reklamie kampanii dopomogły wszystkie dostępne źródła (spotkania, objaśnienia, badania w szkołach, prezentacje projektu na spotkaniach stowarzyszeń i izb z powiatu Znojmo). Rozmachu kampanii nadał niewątpliwie zespół realizacyjny. Jego przewodniczący jest kierownikiem urzędu miasta Znojmo, kampania koncentrowała się na wszystkich mieszkańcach i samorządach w powiecie. Głównym mottem kampanii była oszczędność energii, zdrowy styl życia w mieście i jego okolicach oraz korzystanie z alternatywnych metod transportu.

Główne slogany / wypowiedzi

„Jeździsz sam samochodem? Istnieją inne możliwości!“

Rezultaty

Kompleksowa kampania reklamowa objęła ok. 60 000 mieszkańców ze 120 miejscowości w powiecie, gdzie projekt został zaprezentowany na spotkaniach z kierownikami magistratów odbywających się co 3 miesiące. Towarzyszyły im „Dni bez samochodu“ trwające 15-ego czerwca 2004 r. i „Europejski Dzień bez Samochodu“ zorganizowany 22-ego października 2004.

Ponadto przeprowadzono następujące akcje wspierające:

- Dzień rowerzysty 1.5.2004, udział ok. 1500 rowerzystów
- Dzień rowerzysty 3.7.2004, udział ok. 3500 rowerzystów
- Piesza wędrówka przez „Znojenské Podyjí“ 4.9.2004, 1200 osób
- Dni bez samochodu 15.6.2004, 500 kierowców; 22.9.2004, 600 kierowców

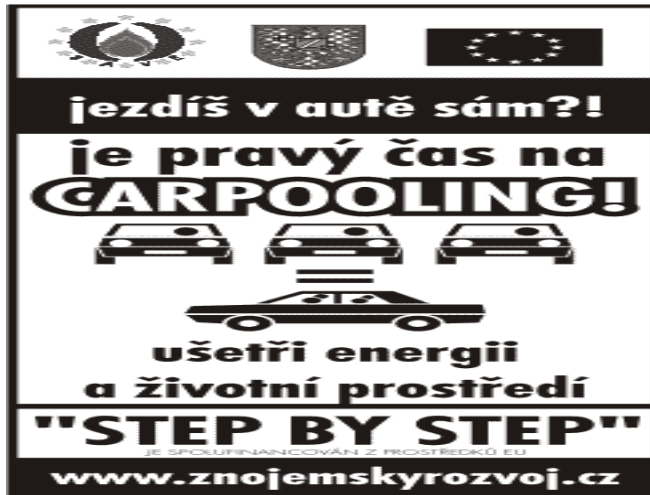
Carpooling

Carpooling jest zjawiskiem powszechnym w regionie Znojmo i w całej Republice Czech, ponieważ obejmuje różne grupy ludności przemieszczające się do pracy spoza miasta np. nauczycieli, pracowników dużych firm, centrów biznesu i miejsc targowych np. na granicy Hatě była strefa bez obowiązku opłaty, niestety ostatnio nieznana jest dokładna liczba samochodów i ludzi.

Obecnie centra carpoolingu funkcjonują w Znojmo i oczekujemy dokładnej informacji w najbliższej przyszłości. Centrum przeprowadza działania od listopada 2004 r. a liczba osób zainteresowanych nie jest na razie zbyt duża.

Według naszych informacji, które zdobyliśmy z różnych źródeł, liczba samochodów używanych do carpoolingu (kierowca + 2 osoby) wynosi od 85 do 110 samochodów dziennie. Miasto Miroslav zapewnia transport pracownikom fizycznym, którzy pracują 70 km z dala od miejsca zamieszkania. Pracownicy przyjeżdżają do miasta, zostawiają swoje samochody na parkingu, później wsiadają do przygotowanego autobusu, który zabiera ich do pracy. To daje ok. 11 samochodów dziennie.

Funkcjonuje także 20 do 30 samochodów w Moravský Krumlov, które codziennie są wykorzystywane do carpoolingu. W międzyczasie nie otrzymaliśmy żadnych informacji z innych mniejszych miejscowości, które można by opublikować. Jakkolwiek jesteśmy przekonani, że carpooling jest stosowany częściej.



Ekologiczny transport zbiorowy

Znojmo posiada dwa eko-autobusy korzystające w 100% z energii elektrycznej. Inne środki transportu zbiorowego korzystają z silników disla. Korzystanie z transportu publicznego wzrasta, zwłaszcza z powodu braku miejsc parkingowych blisko centrum i opłat za wjazd do centrum.



Badanie usług transportowych w Znojmo

W czasie trwania projektu Step by Step przeprowadziliśmy badanie usług transportowych w Znojmo, badanie kwestionariuszowe odbyło się w wyselekcjonowanych szkołach z 537 respondentami. Jednym z głównych celów było dotarcie do potencjalnej grupy, i zapoznanie w tym samym czasie uczniów i studentów z projektem i efektami jego realizacji polegającymi na oszczędności energii i ochronie środowiska życia.

Innym celem badań było zdobycie informacji w jaki sposób uczniowie i studenci przemieszczają się do szkoły. Uzyskano następujące wyniki:

40% pieszo

28% autobusem



AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

- 16% samochodem jako pasażer
- 6% pociągiem
- 3,5% rowerem
- 3% samochodem jako kierowca
- 1,5% na rolkach lub skuterem
- 1% motorowerem
- 1% innymi sposobami (deskorolka itp.)

Ocena kampanii promocyjnej i osiągniętych rezultatów

Kampania promocyjna prowadzona poprzez mediach, prasę, reklamę bezpośrednią, publiczny transport, warsztaty, objaśnienia i materiały promocyjne odniosła duży sukces, była wystarczająco informatywna dla wszystkich mieszkańców i grupy docelowej w całym regionie.

Kontrolę prowadzono jednocześnie z realizacją kampanii. Kampania była klarowna i prosta. Nie zauważyliśmy żadnych trudności podczas jej realizacji.

W związku z realizacją akcji związanej z carpoolingiem w naszym regionie (116 samochodów) i niższego poziomu zużycia możemy zauważyć następujące rezultaty:

116 samochodów z 3 pasażerami, zużycie 2 litrów na 20 km x 250 dni w roku = 58 000 l benzyny.

W przypadku korzystania z samochodu w pojedynkę, zużycie benzyny byłoby 3 razy większe – 174 000 l.

Oszczędności: 174 000 – 58 000 = 116 000 l / na rok (250 dni).

Cena benzyny i ropy jest prawie taka sama (24 – 25 Koron za litr).

Oszczędność pieniędzy: 116 000 l x 24 Korony = 2 784 000,- Koron co stanowi 92 800 € (30 Koron / 1 €).

Carpooling w czasie meczów piłkarskich i hokeja na lodzie

Razem z towarzystwem sportowym w Znojmo zorganizowaliśmy transport ok. 200 fanów na mecz do Znojmo. Wykorzystaliśmy do tego 60 samochodów. Kierowcy mieli zwyczaj podróżować samemu (co daje ok. 200 samochodów) bądź w towarzystwie jednej osoby. Przeciętny dystans wynosił 35 km. W roku 2004 taki transport został zorganizowany 12 razy i dał zaskakujące rezultaty.

35 km x 60 samochodów x 12 = 25 200 km, przy zużyciu 2,5 l / 35 km rzeczywiste zużycie wyniosło:

60 x 12 x 2,5 = 1800 l

200 x 12 x 2,5 = 6000 l

Oszczędność: 6000 – 1800 = 4200 l

4200 x 24 koron/l = 100 800 Koron

Ogólna liczba samochodów, jakimi kibice przyjeżdżają na mecze sportowe do Znojmo to 200.

Dostęp samochodów do centrum

Biorąc pod uwagę dostęp samochodów do centrum w 2003 i 2004r., w czasie realizacji projektu odkryliśmy, że liczba samochodów przyjeżdżających do centrum spadła z 101 408 w 2003 do 91 200 samochodów w 2004, co daje ok. 10% spadek (10 208 samochodów).



AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

Możliwości / bariery

Projekt Step by Step uzyskał zaufanie publiczne nie tylko w Znojmo, ale także w innych miastach naszego regionu. Takie wnioski można wyciągnąć z wielu kwestionariuszy przeprowadzonych przez telewizję Moravia. Nie dostaliśmy żadnej negatywnej opinii, przeciwnie okazano nam zaufanie wyrażając chęć kontynuowania projektu i jego celów.

Wielu mieszkańców uznało projekt za edukacyjny dla młodej generacji, dlatego rozprawdziliśmy, we współpracy z 5-oma dyrektorami głównych szkół i uczelni, materiały zawierające informacje o projekcie dla uczniów i studentów. Naszą współpracę zakończyło badanie usług transportowych w Znojmo. Jego rezultaty są przedstawione na stronie www.znojemskyrozvoj.cz

W czasie realizacji projektu nie napotkaliśmy na żadne problemy poza pogodą, która nie zawsze była sprzyjająca. Do osiągnięcia sukcesu wystarczyła prawie wyłącznie: uczciwość, pilność, korzystanie z transportu publicznego i, o ile to możliwe, korzystanie ze swych stóp.

Projekt Step by Step stał się tematem dla wielu miast i wsi. Rekomendujemy jego przedłużenie w następujących miejscowościach.

- Moravský Krumlov – 6000 mieszkańców, drugie co do wielkości miasto w powiecie*
Osoby kontaktowe: Pan Bartolomej Pitlach – kierownik magistratu, tel. +420 515 300 710
Pani Marie Valachová – wice-kierownik magistratu, tel. +420 515 300 720
Proszę zobaczyć www.mkrumlov.cz
- Mirotav – 3000 mieszkańców*
Osoba kontaktowa: Pan inż. Augustin Forman, kierownik magistratu tel. +420 515 333 203
Pan Roman Volf - wice-kierownik magistratu, tel. +420 515 266 453
Proszę zobaczyć www.mesto-mirotav.cz
- Wieś Dobsice – 2500 mieszkańców*
Osoba kontaktowa: Pan inż. Jaroslav Jenešovský, kierownik magistratu tel. +420 515 245 975
Proszę zobaczyć www.dobsice.cz

Koszty / Korzyści

Human resources – ogólna ilość wypracowanych godzin: 1500 godzin, zakładana pierwotnie liczba została nieco przekroczone.

Wydatki na tłumaczenia: angielski – czeski, czeski – angielski	16 950,-- Kč
Druk materiałów promocyjnych.....	44 386,-- Kč
Reklama prasowa	103 665,-- Kč
Reklama w telewizji Moravia.....	65 900,-- Kč
Reklama radiowa.....	20 493,-- Kč
Informacyjne badanie ruchu	16 000,-- Kč
Wydatki na podróż	106 077,-- Kč
Reklama autobusowa.....	62 004,-- Kč
Strony internetowe	31 590,-- Kč
Dystrybucja	10 000,-- Kč



AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

Całkowite wydatki.....477 070,-- Kč
(bez wydatków na Gdańsk, zamówioną pracę wartości 50 000,-- Koron)

Zalety

Od kiedy Znojmo pomogło finansowo działaniom telewizji Moravia i radia Blanik, projekt Step by Step był wspierany i, można powiedzieć, otrzymał różnorodną pomoc włącznie z opłacaniem rachunków. Inne przysługi uzyskano ze strony transportu miejskiego, który nie uwzględnił opłaty za kilka miesięcy tak, że możemy mówić o 100% redukcji na kosztach usług.

Doświadczenia z realizacji projektu i rekomendacje

Projekt Step by Step był dla Znojmo pilotażowym projektem w tym regionie: ochrona energii w transporcie, ochrona środowiska życia i zdrowego stylu życia mieszkańców.

Główną ideą projektu było przedstawienie sposobów rozwoju miasta; dla Znojmo nie było trudne by zainicjować realizację tego projektu w kooperacji z innymi miastami w regionie. Pierwsze doświadczenia pokazały, że świadomość mieszkańców regionu dotycząca oszczędzania energii nie była na wystarczającym poziomie.

Drugim doświadczeniem było to, że grupy celowe pełniły rolę pasażerów w pociągach bez żadnej ich wcześniejszej organizacji. Potrzebna była większa świadomość i informacja w tym regionie.

Współpraca z grupami celowymi była w pewnym sensie trudna, bo temat projektu był drażliwy i nieakceptowany przez niektórych z nich, zwłaszcza gdy chcieliśmy zachęcić ich do zamiany samochodu na ich własne stopy.

Współpraca z instytucjami w regionie (władzami miasta, dużymi koncernami, szkołami itp.) była na bardzo dobrym poziomie i stanowiła duże znaczenie dla promocji projektu i skutecznej realizacji zamierzeń.

Byliśmy zaskoczeni zainteresowaniem młodej generacji, która włączyła się w projekt przez szkoły.

Dobrze układała nam się współpraca z mediami, TV, radiem i prasą.

Nie zauważyliśmy żadnych barier albo braku zainteresowania na poziomie współpracy.

Projekt przekonał niektóre grupy do realizacji innych projektów dot. oszczędzania i informowania o środowisku życia w tym regionie.

Rekomendujemy poszerzenie projektu o inne miasta w naszym regionie ze szczególnym uwzględnieniem różnych instrumentów prowadzących do kontroli zużycia energii i ochrony atmosfery, zwłaszcza przez wykorzystanie usług związanych z carpoolingiem i ustanowienie nowych centrów carpoolingu przy urzędach miast, oraz poprzez stworzenie stref tylko dla pieszych, ścieżek rowerowych albo drózek w każdej miejscowości.