

PORADY W SZKOŁACH WE FRANKFURCIE DOTYCZĄCE PRZEMIESZCZANIA SIĘ, NIEMCY





Porady w szkołach we Frankfurcie dotyczące przemieszczania się

Opis problemu

Wzrasta liczba dzieci i młodzieży podwożonej przez rodziców do szkół i na zajęcia pozalekcyjne. Rodzice nie pokazują im jak korzystać z różnych udogodnień transportu publicznego lub nie dostarczają informacji o lokalnym transporcie publicznym. Również rodzice nie dają dzieciom praktycznego przykładu korzystania z transportu publicznego. W rezultacie dzieci cierpią na brak niezależności podczas podróży do szkoły i na dodatkowe zajęcia.

Sytuacja ta oznacza brak świadomości otaczającego środowiska jak również, że dzieci i nastolatki nie ćwiczą wystarczająco dużo, co może prowadzić do szerokiej gamy problemów zdrowotnych. Co więcej, korzystanie z samochodów powoduje wzrost zanieczyszczeń i hałasu, a to ma większy wpływ na środowisko.

Opis kampanii / pomiar

W projekcie STEP BY STEP - Porady w szkołach we Frankfurcie dotyczące przemieszczania się – poinformowano dzieci i młodzież o lokalnym transporcie publicznym i zapoznano ich z różnymi mediami informacyjnymi. Celem było podłożenie podwalin pod niezależne podróże transportem publicznym, by pomóc w ten sposób usunąć hamulce i obawy, zwiększyć motywację do niezależnego podróżowania i poprawić wizerunek lokalnego transportu publicznego. Stopniowo, uczniowie byli w stanie stosować to, czego się nauczyli podczas krótkich wycieczek.

Cele projektu STEP BY STEP –Porady w szkołach we Frankfurcie dotyczące przemieszczania się – były następujące:

- przygotować właściwą metodę i pomysł przekazywania niezbędnej wiedzy o lokalnym transporcie publicznym w sposób odpowiedni dla dzieci
- nauczyć dzieci i nastolatki podstawowych umiejętności (czytania rozkładu jazdy, zaznajomić ich z dostępnymi ulgami, itp.), tak by mogły one niezależnie podróżować transportem publicznym
- zwiększyć zainteresowanie lokalnym transportem publicznym w szczególności wśród dzieci/nastolatków i pośrednio wśród rodziców i nauczycieli, w celu poprawienia wizerunku lokalnego transportu publicznego
- jeśli dzieci, młodzież, rodzice i nauczyciele są przekonani o korzyściach płynących z lokalnego transportu publicznego, będą oni zachowywać się jak propagatorzy tej idei (wśród przyjaciół i znajomych)

Projekt Porady w szkołach we Frankfurcie dotyczące przemieszczania się adresowany był w szczególności do dwóch grup celowych, mianowicie klas 3-6 i klas 7-10 w szkołach frankfurckich.

Part 1: Klasy 3-6

W klasach 3-6 skupiono się na podstawowych zasadach komunikacyjnych.

Odkąd wiele dzieci, w szczególności z klas 3, 4 i (wcześniejszej) 5, prawie nigdy nie podróżuje transportem publicznym (mogą zazwyczaj do szkoły iść pieszo, rodzice używają samochodów także na zajęcia pozalekcyjne), mają one o wiele uboższą wiedzę o lokalnym transporcie publicznym i sposobie jego użytkowania.

Kampania 1: Przekazanie wiedzy w celu podłożenia podwalin pod próbne podróże

Przeprowadzono w tych klasach zajęcia z uczniami w celu pokazania im jak należy czytać rozkład jazdy w książce rozkładów, jakie informacje można uzyskać z książki rozkładów (np. o liście przystanków, punktach sprzedaży, rodzajach biletów, Biurze Rzeczy Znalezionych, itp.) i jak przedstawia się w witrynach struktury rozkładów jazdy i czym się one odróżniają. Dodatkowo, powiedziano im czym jest „kierunek” i jak dowiedzieć się w jakim kierunku należy podróżować by dostać się w wybrane miejsce. Korzystając z map przeglądowych (na przykład), wyznaczano w teorii szlaki podróży i miejsca przesiadek.

Kampania 2: Wprowadzenie/wypróbowanie zdobytej wiedzy

Uczniowie byli wtedy w stanie wprowadzić zdobytą wiedzę podczas wycieczek. Najpierw zaplanowano wyjście z dziećmi z klasy (najlepsze środki transportu do wykorzystania, czas odjazdu i podróży, gdzie się przesiąść, najtańszy rodzaj biletu itp.) Później wysłano klasy na wycieczki. W innych klasach, korzystano z lokalnego transportu publicznego bezpośrednio po sesji doradczej w celu zorientowania się w funkcjonowaniu plannerów rozkładu jazdy firmy *traffiQ*.

Part 2: Klasy 7-10

Zaprojektowano wiele środków do zmotywowania grupy docelowej do częstszego korzystania z autobusów, tramwajów i pociągów. Nastolatki w wieku pomiędzy 14 a 17 lat zachęcano do przesiadki by zwiększyć częstość korzystania z autobusów, tramwajów i pociągów we Frankfurcie na krótkich odległościach. Założono, że mają oni podstawową wiedzę o lokalnym transporcie publicznym.

Kampania 1: Dostarczenie dodatkowej wiedzy jako sposób motywacji studentów do wypróbowania transportu publicznego we Frankfurcie

W celu poszerzenia wiedzy uczniów i zachęcenia ich do dyskusji zastosowano specjalnie przygotowany quiz z pytaniami dot. lokalnego transportu publicznego we Frankfurcie. Pytania z quizu brzmiały np. jak długo trwa „krótka droga” lub co należy zrobić jeśli automat wydający bilety jest popsuty. Pytano także o przesiadki autobusowe, tramwajowe i pociągowe podczas podróży, podobnie jak w pomysłach dla klas 3-6.

Po pierwsze, przedstawiono quiz jako wytyczne dla doradców ds. przemieszczania się. Po drugie, dało to rezultat w postaci dyskusji zarówno z, jak i pomiędzy, uczniami i zapewniło zaprezentowanie wszystkich tematów w odpowiedniej kolejności.

Kampania 2: Wprowadzenie/wypróbowanie zdobytej wiedzy

Pod uwagę wzięto wszystkie odpowiednie szkoły (szkoły z klasami 7-10) ze względu na dostępność oferty darmowego korzystania z frankfurckiego lokalnego transportu publicznego przez jeden tydzień z darmowym biletem tygodniowym. Zaprojektowano również mały plakat w celu promocji kampanii, by zawiesić taki na tablicach ogłoszeniowych w szkołach. Studentom dostarczono ogółem 200 biletów pomiędzy 13 listopada a 11 grudnia 2004 r. Zwrócono 71 kwestionariuszy. Uczniowie mogli sami wybrać, kiedy zacząć używać tygodniowego biletu w tym okresie.

W związku z dużym odzewem, *traffiQ* powtórzyło kampanię w styczniu 2005. Od 29 stycznia 2005, *traffiQ* dostarczyło do centrum przemieszczania się 77 nowych biletów testowych (biletów tygodniowych) nastolatkom w wieku między 14 a 17 lat. Kampania została przemyślana tak by odbywać się w czasie karnawału i została skomentowana w prasie.

<p>Teenies fahren gratis Klasse Aktion der Nahverkehrsgesellschaft „traffiQ“: Die 77 Jugendlichen (bis 17 Jahre), die sich heute als erste in der Verkehrsinsel an der Hauptwache melden, gewinnen ein Testticket, mit denen sie in der Fastnachtswoche kostenlos Bus und Bahn fahren können.</p>	<p style="text-align: center;">TERMINE</p> <p>KOSTENLOSE KARTE · Ab sofort können Jugendliche bis 17 Jahre kostenlos eine Wochenkarte der Nahverkehrsgesellschaft Traffiq gewinnen. Die ersten 77, die in Mobilitätszentrale an der Hauptwache kommen, sparen dann den regulären Preis der Karte von 13,90 Euro. prak</p>
<p><i>Wielka kampania została przeprowadzona przez lokalną firmę transportową "traffiQ". Pierwsze 77 nastolatków (poniżej 17-stu lat), którzy zjawią się na wyspie ruchu w Hauptwache otrzyma bilet testowy, dzięki któremu można korzystać za darmo z autobusu i pociągu w czasie tygodnia trwania karnawału.</i> Źródło: gazeta BILD z 28.01.05</p>	<p><i>Darmowe bilety – Od dzisiaj, młodzież poniżej 17-ego roku życia może wygrać darmowy bilet tygodniowy lokalnej firmy transportowej "traffiQ". Pierwsze 77 osób, które przybędą do centrum ruchu w Hauptwache oszczędzi koszt normalnego biletu w wysokości 13,90 Euro</i> Źródło: gazeta Frankfurter Rundschau z 28.01.05</p>

Kto jest wiodącą siłą projektu? Kto jest beneficjentem?

Promotorem kampanii jest *traffiQ*, the Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbH. *TraffiQ* pracuje z dwiema grupami celowymi (uczniami klas 3-6 i 7-10) w celu zmotywowania ich do podjęcia „nowego zachowania”, mianowicie (częstszego) korzystania z autobusu, tramwajów i pociągów oraz wypróbowanie nowego zachowania w krótkim okresie czasu.

Poza tą grupą celową *traffiQ* próbuje także przekonać rodziców i nauczycieli do częstszego korzystania z autobusów, tramwajów i pociągów lub uczynić ich bardziej świadomymi udogodnień



AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

oferowanych przez transport publiczny. By to zrobić, *traffiQ* adresuje pierwsze strony swoich ulotek do rodziców i nauczycieli słowami „Wskazówki dla nowych użytkowników” dostarczając informacji o akcji „Porady w szkołach we Frankfurcie dotyczące przemieszczania się” i oferowanym wsparciu.

Misja

Dostarczyć dzieciom i nastolatkom większej niezależności podczas podróżowania do szkoły i na dodatkowe zajęcia poprzez dostarczenie informacji o lokalnym transporcie publicznym i jego praktycznym zastosowaniu. Wpływ na środowisko zostanie wtedy zredukowany ze względu na rzadsze korzystanie z samochodu.

Rezultaty

Obie sesje doradcze w szkołach i kampania biletów testowych były poparte kwestionariuszami w celu wykrycia zmian w stosunku do lokalnego transportu publicznego lub zmian w zachowaniach transportowych. Przy kampanii biletów testowych kwestionariusze wypełniano przed i po tygodniu testowym. Przy sesjach doradczych w szkołach, dane zbierano w niektórych klasach przed sesją, a w niektórych po sesji. Rezultaty kwestionariuszy z klas są zaprezentowane poniżej, a po nich opisane są rezultaty z kampanii biletów testowych.

a) Porady w szkołach dotyczące przemieszczania się

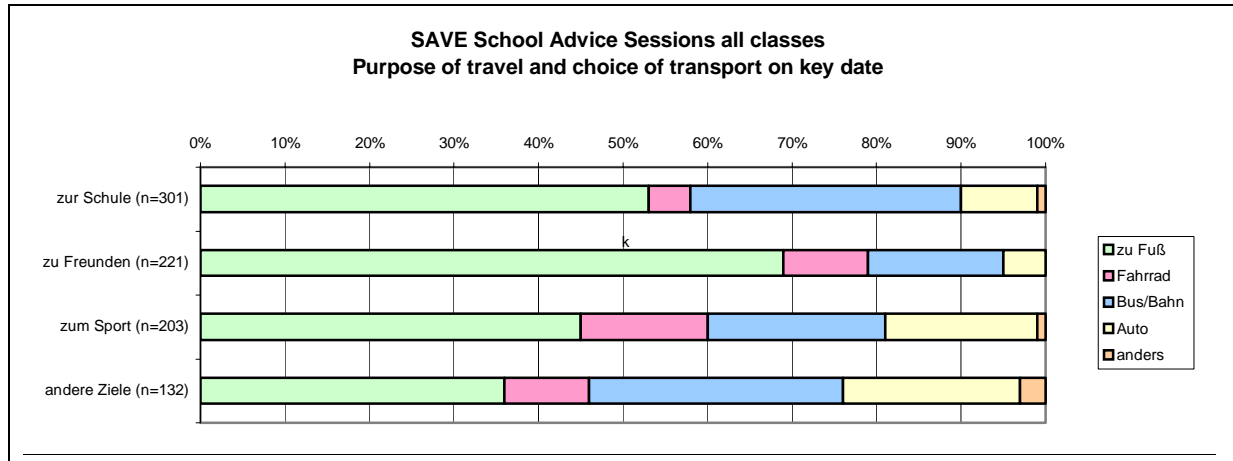
W sesjach doradczych *traffiQ*-u uczestniczyło 34 klas z uczniami w wieku od 3 do 9 lat z 7 frankfurckich szkół. Dzieci w wieku 4 do 6 lat stanowiły większość, 72%. 386 uczniów odpowiedziało na pytania dotyczące korzystania z transportu publicznego i ich stosunku do transportu publicznego we Frankfurcie. Większa połowa (56%) wypełniła kwestionariusz jakiś czas po sesji doradczej, a reszta przed sesją.

Dotarcie do szkoły

70% dzieci odpowiedziało na pytania o podróże do szkoły i z powrotem. Podawano odległości pomiędzy 5 metrów a 40 kilometrów. Przeciętny dystans wyniósł 2,4 km. Szacunkowy czas dotarcia do szkoły wahał się od jednej minuty do 55 minut. Przeciętnie dotarcie do szkoły zajmowało dzieciom kwadrans. Tylko jedno dziecko nie odpowiedziało na to pytanie.

Zebrane dane pokazują, że co drugie dziecko idzie do szkoły pieszo (zobacz Wykres 1). 32% korzysta z transportu publicznego. 9 procent jest podwożonych do szkoły samochodem, a 5 procent dojeżdża rowerem. Jak pokazuje Wykres 2, większość dzieci chodzi do szkoły sama albo przyprawdzana jest przez dorosłego (44% na każdą z odpowiedzi). Pozostałe 12% przychodzi z rodzeństwem i / lub z przyjaciółmi.

AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT



Thumaczenie:

zur Schule = do szkoły

zu Freunden = do przyjaciół

zum Sport = na zajęcia sportowe

andere Ziele = inne miejsca

andere = inne

zu Fuß = na pieszo

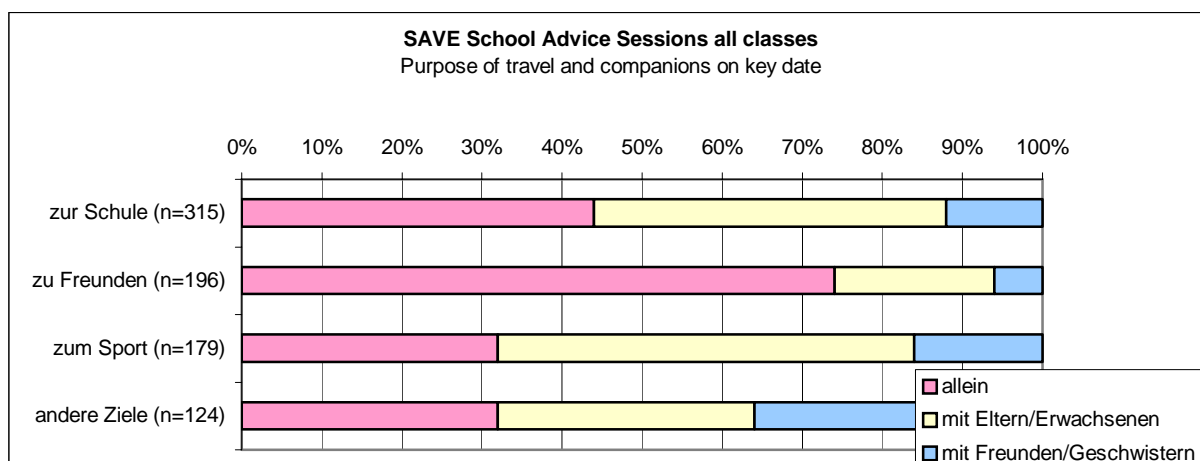
Fahrrad = rowerem

Bus/ Bahn = autobus/tramwaj/pociąg

Auto = samochód

Wykres 1: Dane dot. korzystania z transportu

Wykres 1 pokazuje także dane dot. korzystania z transportu w innych kierunkach. Przy „normalnych” podróżach do szkoły, przyjaciół i na zajęcia sportowe większość dzieci korzysta z własnych stóp lub roweru. Ale 46% podróży w innych kierunkach (wizyta u lekarza lub rodziny, opieka poza-szkolna, lekcje muzyki itp.) odbywa się również na pieszo lub przy pomocy roweru; udział transportu lokalnego wynosi 30%.



Thumaczenie:

zur Schule = do szkoły

zu Freunden = do przyjaciół

zum Sport = na zajęcia sportowe

andere Ziele = inne miejsca

allein = sam

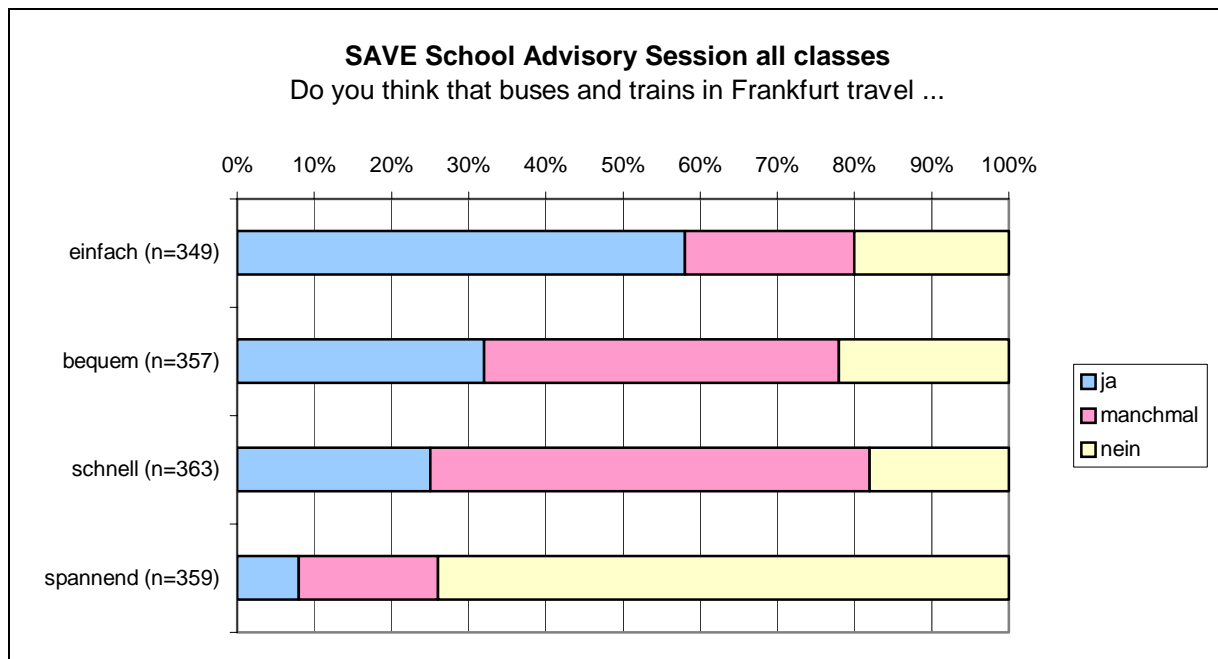
mit Eltern/ Erwachsenen = z rodzicem/ dorosłym

mit Freunden/ Geschwistern = z przyjaciółmi / rodzeństwem

Wykres 2: Dane dotyczące towarzyszenia dzieciom

Ocena autobusów, tramwajów i pociągów we Frankfurcie

Wszystkie dzieci poproszono o wystawienie oceny autobusom, tramwajom i pociągom oraz podanie powodów takiej oceny. Zastosowano skalę od 1 do 6. Przeciętna ocena nadana lokalnemu transportowi publicznemu to 3 – „dostateczny”. Większość dzieci uznała podróże autobusem, tramwajem i pociągiem we Frankfurcie za nudne i łatwe, a czasami szybkie i wygodne (zobacz Wykres 3). Dodatkowo, 108 dzieci krytykowało punktualność, 104 narzekało na brud i zapach w pojazdach. Zatlóczenie i wandalizm skrytykowano 34 razy, podobnie jak zachowanie kierowcy i kontrolerów biletów (włączając w to sposób prowadzenia pojazdu).



Tłumaczenie:

einfach = łatwe

ja = tak

bequem = wygodne

manchmal = czasami

schnell = szybkie

nein = nie

spannend = ekscytujące

Wykres 3: Ocena transportu publicznego we Frankfurcie

Wyjaśniono już wyżej, że niektóre dzieci odpowiedziały na kwestionariusz wcześniej przed sesją doradczą, a niektóre później, tak by te dwie grupy można było porównać i zobaczyć różne szczegóły dot. sesji doradczych. Porównanie pokazuje, że wiek i płeć rozkłada się równo w obu grupach, ale to dlatego, że istnieje różnica w dystansie z domu do szkoły. Grupa badana przed sesją doradczą dotyczącą przemieszczania się podała dystans ok. 3 km, podczas gdy grupa badana później wskazała 1,9 km. To oznacza, że w grupie badanej wcześniej dotarcie do szkoły zajmuje przeciętnie 6 minut więcej (18 minut). Rezultatem większej odległości od szkoły jest to, że 44% z grupy badanej przed sesją doradczą dociera do szkoły korzystając z transportu publicznego, podczas gdy odsetek ten w grupie badanej po sesji doradczej wyniósł tylko 22%. To nie wpływa na ocenę programu lokalnego transportu publicznego. W obu grupach przeciętna ocena wyniosła 9 pkt, np. 3+.

Elementy takie jak prędkość, wygoda, ekscytacja i łatwość są również podobnie oceniane przez obie grupy.

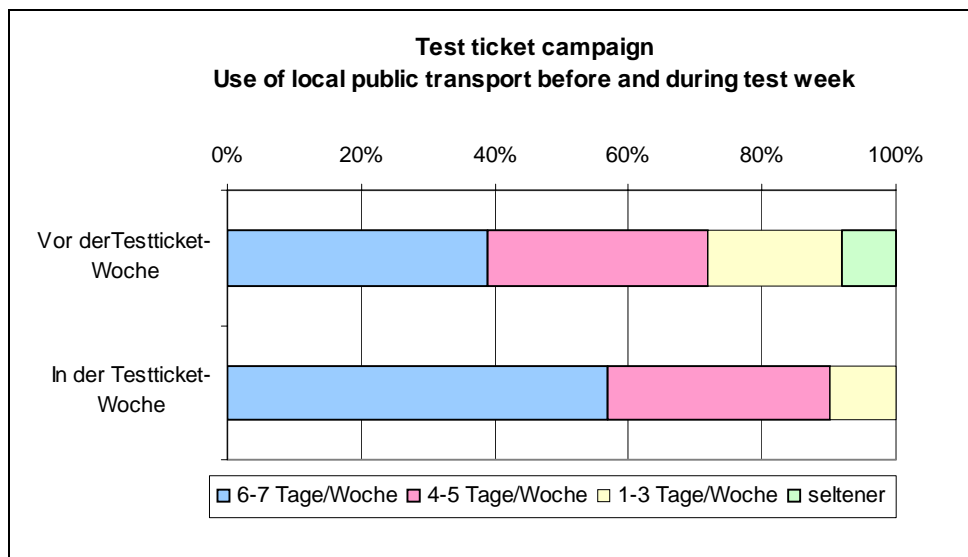
Obie grupy uznały lokalny transport publiczny za nudny i niewygodny. Przy pytaniu o prędkość, większość dzieci zaznaczyła „czasami”. Uczniowie wypełniający kwestionariusz po sesji doradczej uznawali go częściej za szybki (29%) niż ci wypełniający go wcześniej (20%).

10% dzieci odpowiadających przed sesją doradczą nie potrafiło powiedzieć czy korzystanie z lokalnego transportu publicznego jest proste. Być może sformułowanie pytania nie było jasne lub nie myślały one o tym. Spośród uczestników sesji doradczej jedynie 4% wskazało odpowiedź „nie wiem”. 56% (po sesji doradczej) i 49% (przed sesją doradczą) odpowiedziało „tak”.

b) Kampania biletów testowych

Odzew na pierwszą kampanię biletów testowych był bardzo dobry. 200 biletów rozdano nastolatkom pomiędzy 10 a 17 rokiem życia. Dwa kwestionariusze zostały w całości wypełnione przez 71 nastolatków, w tym przez 59% dziewcząt.

68% uczestników korzystało z transportu publicznego przynajmniej 4 razy w ciągu tygodnia przed tygodniem testowania biletów, podczas gdy w czasie tygodnia testowego proporcja ta wyniosła 87% (zobacz Wykres 4). Transport z którego korzystano to podziemne pociągi (38%), autobusy (29%), tramwaje i pociągi regionalne. Różne były także miejsca docelowe podróży (zobacz Wykres 5). Przeciętna ocena publicznego transportu we Frankfurcie wyniosła 2 – zarówno przed jak i po tygodniu testowym.



Thumaczenie:

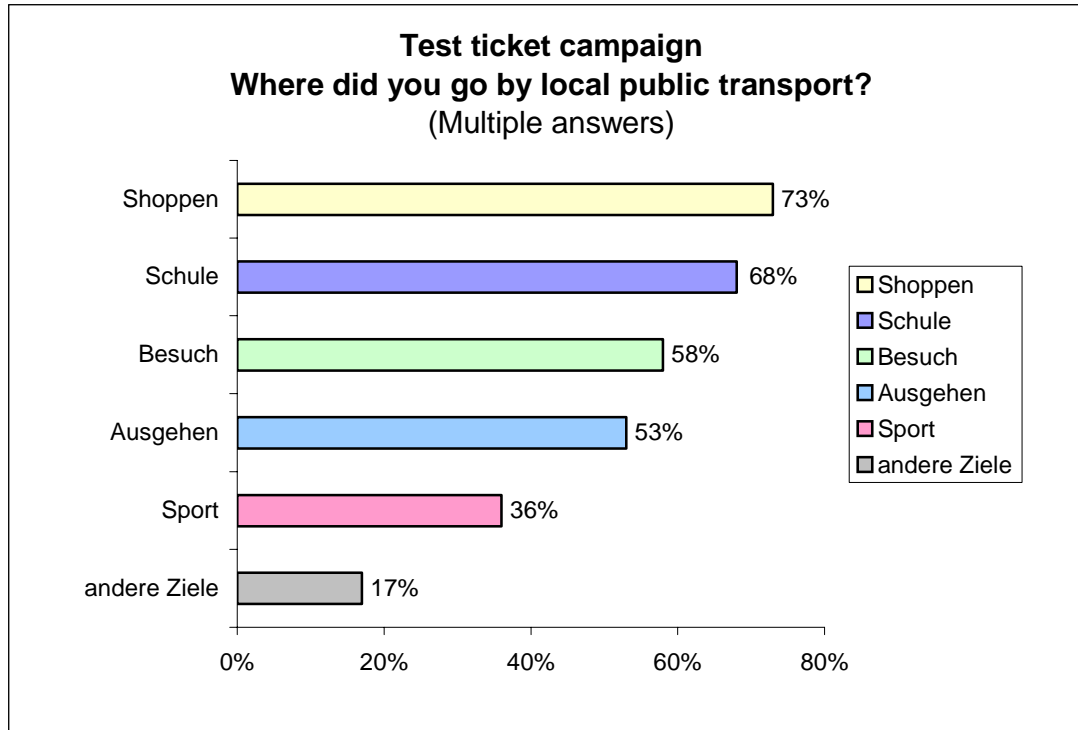
vor der Testticket-Woche = przed tygodniem testowania biletów

in der Testticket-Woche = w ciągu tygodnia testowania biletów

Tage/ Woche = dni/tygodnie

seltener = rzadziej

Wykres 4: Korzystanie z lokalnego transportu publicznego przed i w trakcie tygodnia testowania biletów



Thumaczenie:

Schule = szkoła

Sport = sport

Besuch = wizyty

Shoppen = zakupy

Ausgehen = wyjścia

andere Ziele = inne miejsca

Wykres 5: Cel podróży z biletami testowymi

Problemy / bariery

Czynniki wpływu i kryteria sukcesu

- uzyskanie źródeł finansowych (personel, itp.)
- klasy nie powinny być zbyt duże by móc uzyskać uwagę uczniów
- klasy powinny odwiedzać dwie osoby tak by „słabsze” dzieci/nastolatki mogły dostać więcej pomocy
- podczas wyboru szkół, zawsze pomocnym jest znalezienie partnera w każdej szkole (np. dyrektora szkoły, nauczyciela odpowiedzialnego za edukację dot. bezpieczeństwa na drogach itp.)
- podczas wyboru szkół, pomocne jest posiadanie broszury/ ulotki z ogólnym podsumowaniem zawartości projektu
- osobiste zainteresowanie lub zaangażowanie nauczyciela jest bardzo ważne do osiągnięcia sukcesu
- radzi się nauczycielom rozszerzyć lub powtórzyć temat tak by dzieci zrozumiały o co chodzi
- powinny istnieć możliwości dla osobistej wymiany/ kontaktu z nauczycielami/rodzicami i dziećmi tak, by wykreować propozycje ulepszeń

AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

- gadżety, takie jak ołówki i gumki, które można używać podczas sesji doradczej, są zawsze mile widziane przez dzieci i nastolatków
- radzi się stworzyć podsumowującą ulotkę informacyjną (należy unikać luźnych kartek papieru), tak by dzieci mogły poszerzyć lub powtórzyć zdobytą wiedzę po sesji doradczej dot. przemieszczania się i tak by można było w ten sposób dotrzeć pośrednio do jakiegokolwiek innej osoby trzeciej

Możliwe bariery

- rekrutacja: największym problemem jest dotarcie do szkół lub grup celowych w celu poinformowania ich o pomysły i przekonania ich do jego ważności. Okólniki lub poczta informacyjna czasem nie docierają dalej niż sekretariaty zanim zostaną wyrzucone.
- nie należy niedoceniać czynnika czasu. Należy zostawić wystarczająco dużo czasu na znalezienie szkół i klas, przygotowanie każdej sesji doradczej, podróże, same sesje i ocenę.
- okazało się że nauczyciele „wyższych” klas nie uważają tematu „doradztwa dot. przemieszczania się w szkołach” za wystarczająco atrakcyjny. Są oni przekonani że takie lekcje nie są ważne dla ich uczniów, ponieważ są oni już wystarczająco poinformowani. Ale okazało się że uczniowie wyższych klas mają nie więcej niż podstawową wiedzę o lokalnym transporcie publicznym. Na przykład, prawie żaden uczeń nie umiał czytać rozkładu jazdy transportu publicznego.

Postępowanie przy realizacji – często zadawane pytania

Kolejność kroków przy rozpoczynaniu badania

- przygotowanie programu/pomysłu (określenie zawartości)
- określenie i rekrutacja grup celowych
- realizacja pomysłu
- ocena
- rozpropagowanie / publikacja rezultatów

Najczęściej zadawane pytania

Jak długo trwa sesja doradcza?

Sesja doradcza w klasie trwa dwie lekcje szkolne (po których poziom koncentracji dzieci spada) i powinny być one powtarzane regularnie.

Czy sesja doradcza wiąże się z kosztami ze strony szkoły?

Nie. Uczniowie ani szkoły nie ponoszą żadnych opłat.

Co nauczyciel musi zrobić w przygotowaniu do sesji?

Nauczyciel musi zorganizować dwie lekcje szkolne. Nauczyciel nie musi nic więcej robić, ponieważ doradca ds. przemieszczania się przynosi wszystkie niezbędne materiały ze sobą.

Informacje

Dalsze informacje są dostępne po niemiecku i angielsku u
Melanie Landefeld, traffiQ, Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbH,
Kurt-Schumacher-Strasse 10, 60311 Frankfurt am Main, Niemcy:
Tel.: +49 69 212-24447; Fax: +49 69 212-23371; E-mail: m.landefeld@traffiQ.de

Koszty / Korzyści

Trudno jest oszacować dokładne koszty zakończonych kampanii. Istnieje ogromna liczba czynników warunkujących sukces, w szczególności osobiste zaangażowanie doradców ds. przemieszczania się, a także chęć wzięcia udziału w akcji ze strony nauczycieli i uczniów. Dlatego koszty osobiste zawsze należy traktować jako koszty stałe. Koszt ulotki z instrukcją zależy od różnych aspektów (ilości ulotek, jakości zawartości i graficznych prezentacji, itp.)

W celu rekrutacji wysyłano maile do szkół. Dotarło do ok. 200 szkół, co oznacza ogółem 288 Euro (duże koperty) opłaty pocztowej. Bilety testowe (tygodniowe bilety na dzielnicę miasta Frankfurt) kosztują razem 4984,50 Euro. Następnie były koszty związane z opłatą pocztową za kwestionariusze wysłane do każdego uczestnika po zakończeniu kampanii biletów testowych i opłaty pocztowe za zwrot kwestionariuszy przez nastolatków biorących udział w akcji – ogółem 149,05 Euro. Jako część kampanii biletów testowych zapłacono 300 Euro za wejściówki do kina (miały one motywować do zwrócenia kwestionariusza).

Dalsze koszty obejmowały gadzety dystrybuowane podczas sesji doradczych. Były to drewniane ołówki i drewniane linijki z logo *traffiQ* i dalszymi informacjami o firmie (np. gorąca linia *traffiQ*). Koszt 2000 linijek i 1008 ołówków wyniósł 2007,96 Euro.

Linki i / lub artykuły z dodatkowymi informacjami

Pozostałe informacje zawarte są w raporcie końcowym projektu Step by Step. Można go ściągnąć ze strony: www.eu-stepbystep.org

