




C-Force: Rowerowa Kampania Współtworzenia

2016

 **Uczelnia**
Uniwersytet w Gandawie
Kraj
Belgia

Lokalizacja 
Centrum miasta
Wielkość 
40,000-50,000

Struktura organizacyjna mobilności 
Zespół lub menedżer ds. mobilności

Podsumowanie

Kampania C-Force to inicjatywa podjęta dla i przez studentów celem zachęcenia do szerszego wykorzystania rowerów i promowania zrównoważonej mobilności do i z kampusu uniwersyteckiego. Po pierwsze, powyższy cel pragniemy osiągnąć, stymulując zewnętrzną motywację studentów przez stworzenie konkurencji, powiązanie kampanii z celami charytatywnymi, nagradzanie studentów etc. Po drugie, wyzwolić pragniemy ich wewnętrzną motywację, koncentrując się na korzyściach społeczno-ekonomicznych i zdrowotnych.

Kampania podjęta zostanie w kwietniu 2017 roku; w tym samym czasie władze lokalne wdrożą nowy plan mobilności i organizacji ruchu drogowego, zgodnie z którym parkowanie będzie droższe, a który stanowić będzie jedno z podejmowanych działań. Podejmując powyższą pozytywną kampanię, jednocześnie dążyc będziemy do zastosowania metody kija i marchewki. Kampania jest wynikiem projektu intensywnego zaangażowania, który wdrożono w roku 2016 i który kontynuowany będzie do czasu jego oceny na koniec roku 2017.

Cele

- Zmiany w podziale zadań przewozowych.
- Ograniczenie liczby samochodów przyjeżdżających na kampusy.
- Informowanie studentów i podniesienie świadomości.
- Optymalizacja zarządzania mobilnością na uczelni.
- Poprawa dostępności rowerem i transportem publicznym.
- Stworzenie efektywnego systemu multimodalnego.
- Poprawa bezpieczeństwa.

Interesariusze

- Uniwersytet w Gandawie.
- Władze samorządowe Gandawy.
- TreinTramBus (organizacja pozarządowa).
- Lokalni sprzedawcy rowerów.
- Studenci.
- Organizacje studenckie.
- Organizacje charytatywne.
- Open Knowledge Belgia.



Wstęp

Zamiarem jest doprowadzenie do zmian w podziale zadań przewozowych i ograniczenie liczby samochodów przyjeżdżających na kampusy. Powyższe ma szereg oczywistych zalet ekologicznych. Prowadzi do ograniczenia napotykanego przez mieszkańców problemów związanych z ruchem drogowym i zapotrzebowania na miejsca parkingowe... Powyższy cel chcemy osiągnąć poprzez informowanie studentów o różnych, alternatywnych formach transportu, jak również poprzez wdrożenie atrakcyjnej kampanii opracowanej przez studentów dla studentów.

Chcemy również wspierać Uniwersytet w Gandawie w optymalizacji zarządzania mobilnością i podejmowaniu działań towarzyszących, mających na celu zwiększenie bezpieczeństwa i atrakcyjności dojazdów na teren kampusu rowerem i komunikacją miejską. Kampanią powyższą pragniemy przyczynić się do ogólnej poprawy dostępności Gandawy.

Powyższy projekt ma również cel społeczny: lepszy i bardziej efektywny system transportowy, zapewniający również, iż studenci nieposiadający własnego samochodu (np. ze względu na brak środków finansowych) docierać będą do miejsca docelowego bez większych strat czasowych.



Opis

Rozpoczniemy "konkurs rowerowy": Trzech studentów stworzyło aplikację monitorującą ruch studentów poruszających się na rowerze. Aplikacja mierzy liczbę kilometrów pokonanych na rowerze, a studenci gandawskiej uczelni mogą ze sobą konkurować w tym zakresie. O sponsoring zwrócono się do różnych firm. Im więcej kilometrów studenci przejadą na rowerze, tym więcej zyskają. Pozyskane środki pieniężne przekazywane są na cele charytatywne.

Do udziału zaproszone zostaną organizacje studenckie. Zwycięskie zespoły otrzymają atrakcyjne nagrody (bilety kolejowe, bilety do kina, nowy rower itp...).

Chcemy także poprawić bezpieczeństwo: po pierwsze, poprzez nowe technologie i wymianę informacji chcemy zachęcić studentów do korzystania z najbezpieczniejszych tras prowadzących do kampusu, tj. wskazując najbezpieczniejsze i najbardziej komfortowe trasy rowerowe w wykorzystywanej przez nich aplikacji oraz na stronie internetowej Uniwersytetu w Gandawie. Po drugie, wskazując podczas warsztatów dla studentów na najbardziej niebezpieczne dla rowerzystów miejsca w Gandawie. Powyższe "czarne punkty" zostaną udokumentowane, a dokumentacja przekazana władzom lokalnym oraz pozostałym interesariuszom celem umożliwienia im podjęcia

próby poprawy sytuacji. Po trzecie, studentów zachęcać się będzie do "bycia widocznymi" i włączania świateł podczas jazdy etc.

W roku 2016 przeprowadzono następujące działania:

- Dwa interaktywne warsztaty ze studentami. Jeden z nich skoncentrowano na najbardziej niebezpiecznych punktach rowerowych w Gandawie, drugi natomiast na opracowaniu atrakcyjnej kampanii i działań promocyjnych przez i dla studentów.
- Wyszukiwanie sponsorów.
- Spotkanie ze wszystkimi interesariuszami.
- Stworzenie przez trzech studentów aplikacji do monitorowania ruchu rowerzystów.
- Opracowanie przez 25 studentów Strategii Komunikacji i przeprowadzenie rozmów ze studentami.



Wskaźniki

Do oceny projektu wykorzystujemy wymierne wskaźniki efektywności. Obejmują one:

1. Stworzenie projektu we współpracy z różnymi interesariuszami, pod kierunkiem studentów.
2. Przeprowadzenie przez studentów marketingu badania odwzorowującego zachowania studentów uczelni gandawskiej w zakresie mobilności. Przeprowadzono rozmowy z co najmniej 150 studentami.
3. Obliczenie podziału zadań przewozowych kampusu.
4. W opracowaniu kampanii aktywnie uczestniczy co najmniej 50 studentów, co najmniej 50 bierze udział w procesie współtworzenia.
5. Kampania komunikacyjna ma na celu informowanie studentów o możliwych alternatywach dla samochodu i promowanie aplikacji rowerowej oraz konkursu rowerowego.
6. W działaniach określonych w punkcie 4 bierze udział min. 1000 studentów.
7. Wszelkie informacje dotyczące najbezpieczniejszych tras rowerowych są gromadzone i uwzględniane na stronie internetowej Uniwersytetu oraz w aplikacji rowerowej.
8. Ze strony internetowej lub aplikacji skorzystało minimum 2000 studentów.
9. Podczas corocznej kontroli rowerowej przeprowadzonej przez Policję (kontroli świateł) zaobserwowano 10% spadek liczby osób niekorzystających ze świateł (w porównaniu do roku 2016).

Zaobserwowano również co najmniej 7% spadek wykorzystania samochodów. Liczbę samochodów na różnych parkingach uczelnianych zmierzono przed podjęciem i po zakończeniu kampanii.

Po zakończeniu, projekt oceniany jest we współpracy z różnymi partnerami. Wśród pytań zadawanych na etapie oceny znajdują się następujące pytania:

- Jaki był wpływ tych działań na podział zadań przewozowych w podróżach studentów i dostępność kampusu?
- Jakie były mocne i słabe strony kampanii? Czy istnieją możliwości / zagrożenia, które należy uwzględnić w przyszłych projektach?
- Czy partnerzy zadowoleni są ze współpracy i dostrzegają wartość kampanii współtworzenia?

Na podstawie powyższej oceny zbadane zostaną możliwości optymalizacji kampanii i ewentualne możliwości na przyszłość.



Wyniki

W chwili obecnej zbyt wcześnie jest, by przedstawić wyniki: znajdujemy się jeszcze na etapie przygotowania kampanii. W kwietniu 2017 roku kampania zostanie wdrożona, a jej ocena nastąpi w drugim półroczu tego roku.



Koszt

Od 10000 do 25000 EUR.

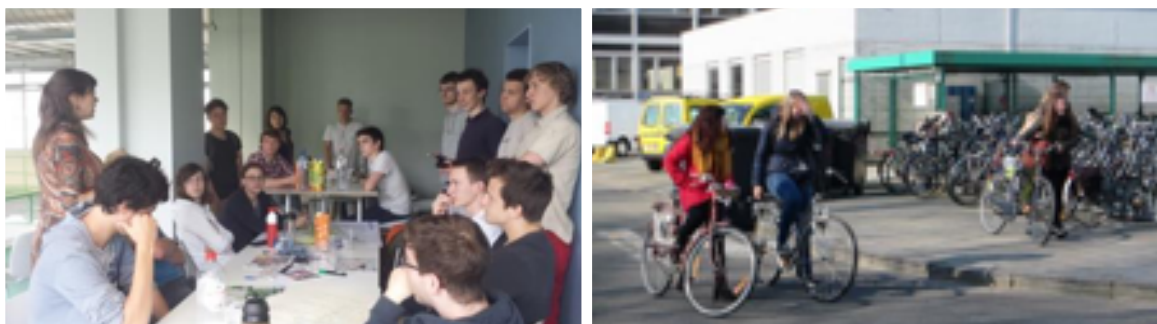


Finansowanie

- Władze miasta Gandawa przekazały na projekt 10000 EUR.
- 14000 EUR pozyskano od sponsorów i z inwestycji Open Knowledge Belgia (organizacji nadzorującej prace studentów nad stworzeniem aplikacji rowerowej) i TreinTramBus VZW (organizacji non-profit nadzorującej proces współtworzenia ze studentami).

 Ustalenia

Zbyt wczesny etap realizacji (zob. odpowiedź "WYNIKI").

 Elementy graficzne

Rys. 1. Interaktywne warsztaty ze studentami Uniwersytetu w Gandawie

 Linki

<https://goefietst.gent/>
<https://stad.gent/mobiliteitsplan>

 Osoba do kontaktu

Marlier Evelien
Project Manager w TreinTramBus VZW i Europejskiej
Federacji Pasażerów
evelien.marlier@epf.eu