

Happening Rowerowy

2011



Uczelnia

Politechnika Krakowska

Kraj

Polska

Lokalizacja

Centrum miasta



Wielkość

10,000-20,000



Struktura organizacyjna mobilności

Brak



Podsumowanie

Happening Rowerowy zorganizowano celem promocji roweru wśród pracowników i studentów uczelni. Kolejnym istotnym celem wydarzenia było zwiększenie świadomości w zakresie emisji CO₂ i sposobów jej ograniczenia. Podczas wydarzenia przeprowadzono badanie kwestionariuszowe mające na celu zbadanie gotowości do rezygnacji z obecnego środka transportu na rzecz roweru. Happening Rowerowy zorganizowano w ramach Programu POWER i Projektu TraCit.



Cele

- Zmiana postrzegania roweru wśród pracowników i studentów uczelni i propagowanie ruchu rowerowego jako nowoczesnej i przyjaznej dla środowiska formy mobilności.
- Zwiększenie świadomości pracowników i studentów uczelni w zakresie emisji CO₂ wynikających z transportu, ich negatywnego wpływu oraz możliwości jej ograniczenia.
- Uzyskanie bliższej wiedzy na temat powyższych czynników może wpłynąć na rezygnację z obecnego środka transportu na rzecz roweru.



Interesariusze

Studenci i pracownicy uczelni.
 Kraków Miastem Rowerów (organizacja rowerowa) – działania informacyjne i promocyjne, udział w debacie.
 Bike One, miejski operator wypożyczalni rowerów – działania promocyjne, bezpłatne bilety dla uczestników i zwycięzców konkursów.
 TWR – bezpłatne punkty obsługi technicznej rowerów.
 Policja krakowska – znakowanie rowerów celem zabezpieczenia przed kradzieżą.



Wstęp

Kampusy uniwersyteckie znajdują się w różnych dzielnicach miasta; największy z nich, kampus przy ul. Warszawskiej, położony jest w centrum miasta. Dojeżdżająca z miejsca zamieszkania do pracy i z powrotem społeczność akademicka generuje duży ruch samochodowy. Dlatego też od kilku lat władze uczelni koncentrują się na działaniach mających na celu ograniczenie ruchu samochodowego i zwiększenie stopnia wykorzystania transportu publicznego i rowerowego oraz podróży pieszych.

W ramach promocji roweru uczelnia zorganizowała już dwa Happeningi Rowerowe (w roku 2007 i 2008) w ramach zintegrowanego planu mobilności, wdrożonego przez uczelnię w ramach projektu CiViTAS CARAVEL (2005-2009). Happening, przeprowadzony w ramach projektu TraCit, stanowił kontynuację tego rodzaju imprez, ogromnie popularnych wśród studentów i pracowników. Ponadto, miał on większe znaczenie niż wcześniej, ponieważ nie skoncentrowano się wyłącznie na promocji roweru, ale również na rozpowszechnianiu informacji na temat związanych z transportem emisji CO₂ i konieczności ich ograniczenia.



Happening Rowerowy

2011



Opis

Działania przygotowawcze:

- Działania dotyczące przygotowania materiałów promocyjnych – przetarg publiczny, wybór dostawcy materiałów, szczegółowy wygląd materiałów itp.
- Organizacja lokalizacji wydarzenia – postępowanie związane z wynajmem sceny i nagłośnienia itp.
- Kontakt z podmiotami związanymi z Happeningiem Rowerowym (krakowskie organizacje rowerowe, miejski operator wypożyczalni rowerów, jednostki uczelni), uzgodnienie szczegółów współpracy.
- Kontakt z działem promocji, redaktorem gazety uczelnianej i fotografem uczelni celem omówienia promocji Happeningu Rowerowego.
- Przygotowanie planu Happeningu Rowerowego; przygotowanie konkursów i związanych z wydarzeniem atrakcji.
- Druk plakatów z informacją o Happeningu Rowerowym i rozwieszenie ich w Krakowie, w tym na wszystkich kampusach uniwersyteckich.
- Druk ulotek i kwestionariuszy dla uczestników Happeningu, przygotowanie skrzynki depozytowej na kwestionariusze itp.

Kanały informacyjne:

- Plakaty na terenie uczelni
- Lokalne gazety
- Informacje na miejskich stronach rowerowych
- Informacje i zaproszenia elektroniczne wysyłane do pracowników i studentów mających kontakt i / lub zajęcia z organizatorami imprezy.

Lokalizacja Happeningu:

Happening zlokalizowano na głównym dziedzińcu uczelni, dobrze znanym wszystkim pracownikom i studentom jako główne miejsce spotkań. Cała impreza była doskonale widoczna (namiot TraCit umieszczony na dziedzińcu), a ze względu na energiczną muzykę każdy mógł usłyszeć, co się dzieje. Dla mistrza ceremonii, konkursowiczów oraz pozostałych zaangażowanych osób przygotowano specjalną scenę. Ceremonię otwarcia Happeningu poprowadził rektor uczelni. Uczestnicy Happeningu mogli skorzystać z bezpłatnych punktów obsługi technicznej i naprawić swoje rowery, policja natomiast znakowała rowery celem zabezpieczenia ich przed kradzieżą.

Atrakcje:

- Promocja miejskich wypożyczalni rowerów BikeOne – operator zapewnił uczestnikom Happeningu bezpłatne karnety tygodniowe.
- Krótkie konkursy: pytanie i odpowiedź mające na celu sprawdzenie podstawowej wiedzy o jeździe na rowerze i infrastrukturze miejskiej. Wszystkie nagrody były związane z jazdą na rowerze, np. dzwonki, bidony.
- Konkurs: "Dwa kółka lepsze niż cztery" – każdy, kto pokazał licznik lub wskazał miejsce rozpoczęcia podróży i środek transportu zdobywał informacje, o ile ograniczono emisję CO₂. Nagrodą był trzytygodniowy karnet na korzystanie z wypożyczalni rowerów miejskich w Krakowie.
- Konkurs: "Podrasuj mój rower" – najbardziej oryginalny rower. Nagrodą był tygodniowy karnet na korzystanie z rowerów miejskich w Krakowie.
- Konkurs: "Najbardziej elegancki rowerzysta" (mężczyzna i kobieta) – oryginalni, niezwykli, ciekawie ubrani rowerzyści. Nagroda: sesja zdjęciowa w gazecie uczelnianej.
- Debata: "Czy Kraków jest miastem przyjaznym rowerzystom – o ile można ograniczyć emisję CO₂, jeżdżąc na rowerze?" Podczas dyskusji każdy uczestnik mógł wypowiedzieć się na temat jazdy rowerem po mieście i podzielić się doświadczeniami.

Uczestnicy otrzymali materiały promocyjne, np. naklejki ze sloganem: "Politechnika Krakowska – uczelnia rowerzystów", fluorescencyjne opaski zwiększające widoczność i balony.

Kwestionariusz dotyczący zmian na rzecz jazdy na rowerze

Wśród uczestników przeprowadzono badanie kwestionariuszowe gotowości do rezygnacji z obecnego środka transportu na rzecz jazdy na rowerze. Kwestionariusz obejmował również ocenę samego wydarzenia. Wszyscy, którzy wypełnili kwestionariusz i umieścili go w specjalnej skrzynce dostali koszulkę z hasłem: "Dwa kółka lepsze niż cztery". Początkowo wydrukowano tylko 300 kwestionariuszy, zainteresowanie było jednak tak duże, iż konieczne było wydrukowanie większej ich liczby... Ogółem uczestnicy wypełnili 419 kwestionariuszy.

Gotowość do rezygnacji z obecnych środków transportu na rzecz roweru oraz czynniki wpływające na tę zmianę stanowiły dla organizatorów Happeningu bardzo istotne kwestie, dlatego uczestników pytano, jak często podróżują rowerem (prawie codziennie, często lub od czasu do czasu), jakie czynniki zachęcają

ich do codziennej lub częstej jazdy rowerem i jakie są powody dla okazjonalnej jazdy rowerem. Uczestnicy dostarczyli również informacji na temat czynników mogących zachęcić ich do rezygnacji z dotychczasowego środka transportu na rzecz roweru.

Wsparcie ze strony władz uczelni

Władze uczelni cechuje bardzo przyjazne nastawienie do organizacji tego rodzaju wydarzeń dla pracowników i studentów, deklarują one gotowość do promowania proekologicznych środków transportu. W odniesieniu do realizacji takich wydarzeń brak jest konieczności przestrzegania specjalnych przepisów prawnych, z wyjątkiem wynikających z przetargu publicznego (w przypadku, gdy organizatorem wydarzenia jest podmiot publiczny).

Transfer i powtarzalność

Transfer najlepszych praktyk dotyczących realizacji koncepcji Happening Rowerowego nastąpił między partnerami polskimi i estońskimi. Informacje o polskim Happeningu Rowerowym, w tym porady dotyczące organizacji wydarzenia, jak również opis wyników polskich happeningów opracowano i przekazano partnerom estońskim – gminie Viimsi. Kwestionariusz do oceny wydarzenia i uzyskania danych dotyczących gotowości do rezygnacji z dotychczasowego środka transportu na rzecz roweru przetłumaczono z języka polskiego na język angielski, a estońscy partnerzy korzystali z niego podczas organizowanego przez siebie happeningu rowerowego. Transfer najlepszych praktyk był bardzo udany – estoński happening rowerowy zorganizowano w dniu 4 czerwca 2011 roku.



Wskaźniki

- Liczba uczestników.
- Liczba osób ze zwiększoną świadomością emisji CO₂ związanych z transportem.
- Liczba wypełnionych kwestionariuszy.
- Liczba (odsetek) osób pozostawiających samochód i podróżujących rowerem ze względu na Happening Rowerowy.
- Ograniczenie emisji CO₂ w kg.



Wyniki

W Happeningu Rowerowym wzięło udział ponad 500 uczestników (niestety, nie był to dzień wolny od zajęć), wypełniając 419 kwestionariuszy na temat gotowości do zmiany nawyków transportowych. 24% respondentów przyznało, że nie skorzystało tego dnia z samochodu i przyjechało rowerem ze względu na Happening.

Uczestniczący w Happeningu rowerzyści (tylko respondenci, którzy wypełnili kwestionariusz) wyemitowali poprzedniego dnia 47kg CO₂ w wyniku podróżowania różnymi środkami transportu, można więc ocenić, że ze względu na Happening w dniu wydarzenia nie wyemitowano w przybliżeniu identycznej ilości CO₂.

Gdyby wszyscy respondenci korzystający z roweru podczas Happeningu zmienili dotychczasowe formy mobilności i w przyszłości, w czasie sezonu rowerowego (kwiecień-czerwiec, październik-listopad), dojeżdżali na uczelnię rowerem, całkowita ilość niewyemitowanego przez nich CO₂ mogłaby wynieść nawet 5 ton.



Happening Rowerowy

2011



Koszt

Całe wydarzenie, w tym wcześniejsze działania informacyjne i wydatki związane z:

- Wynajęciem sceny.
- Wynajęciem nagłośnienia.
- Reklamą, np. w lokalnych gazetach, telewizji lub radiu.
- Przygotowaniem i drukiem plakatów, ulotek, kwestionariuszy.
- Zakupem nagród dla zwycięzców w konkursach.
- Koszt Happeningu Rowerowego na Politechnice Krakowskiej wyniósł 5500 EUR.



Finansowanie

Wszystkie koszty pokryto ze środków Projektu TraCit.



Ustalenia

- Informacje przed organizacją happeningu rowerowego są bardzo ważne – sugeruje się wykorzystanie jak największej liczby źródeł informacji celem nagłośnienia wydarzenia wśród grupy docelowej.
- Istotne jest, aby zaprosić osoby z organizacji rowerowych dysponujących znaczną wiedzą o transporcie rowerowym w mieście. Osoby te mogą udzielić praktycznych porad i moderować dyskusje przez całe wydarzenie.
- Udostępnienie praktycznych informacji na temat możliwych skutków zmian klimatycznych (np. topniejących lodowców, coraz częstszych ulew, powodzi i huraganów, a także braku opadów śniegu, ekstremalnie wysokich temperatur, warunków niesprzyjających wyjazdom na wakacje, braku warunków do jazdy na nartach i ogólnie złych warunków do życia w wyniku zmian klimatycznych w przyszłości) jest bardzo pomocne, ponieważ pokazuje skutki, które mogą mieć wpływ na życie każdego obywatela.
- Materiały reklamowe mogą przyciągnąć wielu uczestników, a także zwiększyć skuteczność badań (czasami, chcąc uzyskać informacje od uczestników, należy zaoferować coś w zamian).
- Kwestionariusz wykorzystywany do badań przeprowadzanych w trakcie takich wydarzeń musi być krótki, składać się z maksymalnie 2 stron, ze względu na ryzyko pozostawienia pytań bez odpowiedzi lub uzyskania nieprzemyślnych odpowiedzi, udzielanych przez respondentów wyrywkowo.
- Organizowanie licznych działań, np. konkursów lub debat, w których każdy może wyrazić swoje zdanie, opierając się na własnych doświadczeniach, może przyciągnąć ludzi do udziału w wydarzeniu.
- Proste konkursy z kilkoma pytaniami dotyczącymi podstawowej wiedzy o rowerach w mieście (np. przybliżona liczba kilometrów ścieżek rowerowych) przyczyniają się do poszerzenia wiedzy wszystkich uczestników. Nagrody w konkursach powinny być związane z rowerami i jazdą na rowerze, np. bidony, dzwonki itp.
- Bardzo dobrym pomysłem jest zorganizowanie bezpłatnego punktu konserwacji rowerów oraz mającego chronić przed kradzieżą oznakowania rowerów przez Policję – zwykle ludzie mają na to niewiele okazji lub czasu, a podczas wydarzenia tego rodzaju atrakcje przyciągają wiele osób. Dla firm wytwarzających akcesoria do konserwacji rowerów jest to również okazja do promocji.
- Muzyka sprawia, że wydarzenie jest bardziej atrakcyjne, natomiast elementy promocyjne i informacyjne, np. plakaty, banery i namioty czynią je bardziej widocznym. Oba elementy przyciągają przechodniów i sprawiają, iż wydarzenie zostaje zauważone w okolicy.
- Dystrybucja kwestionariuszy podczas wydarzeń prowadzi do uzyskania istotnych danych dotyczących transportu rowerowego, stanowi również wspaniałą okazję do zwiększenia świadomości ważnych kwestii.

Elementy graficzne



Rys. 1. Zwycięzcy w jednym z konkursów happeningowych



Rys. 2. Policyjne o z n a k o w a n i e rowerów.



Rys. 3. Jeden z rowerzystów opowiadający o swoim rowerze.



Rys. 4. Uczestnicy otrzymujący artykuły rowerowe.



Rys. 5. Uczestnicy wypełniający kwestionariusze.

Linki

Obecnie niedostępne.

Osoba do kontaktu

Katarzyna Nosal
Politechnika Krakowska
knosal@pk.edu.pl