

PROMOCIJA / **PODIZANJE SVIJEŠTI O BICIKLIZMU**

KAMPANJE PROMICANJA SIGURNE VOŽNJE BICIKLOM

Ukratko

Neki se sigurnosni aspekti mogu osigurati kvalitetnom infrastrukturom i sigurnosnim propisima, dok su za druge odgovorni sami biciklisti. Pojedini biciklisti doživljavaju biciklizam kao oblik rekreacije, a ne način prijevoza, te im je teško shvatiti odgovornost koju snose kao sudionici u prometu. To je posebno slučaj u područjima s niskom stopom biciklizma (ali ne samo tamo). Kampanje promicanja sigurne vožnje biciklom uključuju obrazovanje o vještinama sigurne vožnje, te poticaj i podršku sigurnom ponašanju na biciklu.

Osnovne informacije

Definicija

Kampanje sigurne vožnje biciklom naglasak stavljaju na sigurnost biciklista u prometu. Mogu biti usmjerene na određenu ciljnu skupinu (primjerice na djecu u određenoj školi), ili na određeno ponašanje (primjerice korištenje svjetala na biciklu). Kampanje sigurnog biciklizma mogu biti raznolike i baviti se sljedećim problemima:

- Sposobnost sigurne vožnje.
- Vidljivost biciklista drugim sudionicima u prometu.
- Tehnička ispravnost bicikla.
- Sigurnost prometnog okruženja.

Kampanje sigurne vožnje biciklom mogu uključivati jednokratne ili dugoročne mjere.

Namjena/Cilj

Kampanje sigurne vožnje biciklom namijenjene su povećanju fizičke sigurnosti biciklista i drugih sudionika, i sprečavanju biciklističkih nezgoda i nesreća.

Područje primjene

Provođenje kampanja sigurne vožnje biciklom najprimjerenije su u gradovima s malim brojem biciklista, i u ponekim gradovima s nešto razvijenijim biciklizmom, ako ideja o biciklu kao ravnopravnom prijevoznom sredstvu još uvijek nije široko prihvaćena, te se sigurnost biciklista u prometu ne shvaća dovoljno ozbiljno.

U gradovima s visoko razvijenim biciklizmom, gdje ljudi uglavnom doživljavaju bicikl kao prijevozno sredstvo ravnopravno ostalima, nema velike potrebe za sigurnosnim kampanjama, ali povremena sezonska kampanja, kao na primjer kampanja za vidljivost biciklista pokrenuta u jesen, može biti koristan podsjetnik građanima da koriste svjetla u sezoni kraćih dana.

Kampanja sigurnog puta u školu primjerena je tamo gdje većina djece živi dovoljno blizu škole da bi mogli do nje ići biciklom, pa ipak u školu najčešće stižu automobilom.

Primjena

Kampanje sigurne vožnje biciklom uključuju poticanje i podršku sigurnom ponašanju na biciklu. Najveći broj takvih kampanja posebnu pažnju posvećuju sigurnosti djece na putu u školu (vidi prvi primjer dobre prakse u tekstu niže), vidljivosti biciklista u prometu (vidi primjer broj dva) ili tehničkoj ispravnosti bicikla. Kampanje nude informacije, obrazuju, pomažu provedbu zakona i slično.



Potencijalni partneri

Ovisno o vrsti kampanje koju planirate provesti, odaberite odgovarajuće partnere. Evo nekih mogućnosti:

- Škole
- Lokalna policija
- Lokalne vlasti
- Trgovine biciklima (ili dobavljači svjetala i reflektora za bicikle)
- Lokalne biciklističke udruge
- Mediji
- Mehaničari za bicikle

Sastavni dijelovi kampanje sigurnog puta u školu

- Procjena infrastrukture škole i, po potrebi, prilagođavanje te infrastrukture potrebama djece koja u školu dolaze biciklom: sigurno, natkriveno parkiralište za bicikle, preuređenje ili premještanje automobilskog parkirališta, stvaranje sigurne zone oko škole u kojoj nije dozvoljen prilaz automobilima. Ovakvim se mjerama povećava sigurnost djece koja u školu dolaze biciklom ili pješice.
- Poduka za učitelje o sigurnoj vožnji biciklom (ako postoji potreba)
- Podučavanje djece vještinama sigurne vožnje bicikla (ili obuka učitelja)
- Pomaganje učiteljima, učenicima (ovisno o dobi) i roditeljima da uspostave plan putovanja u školu.
- Radionice za roditelje, s ciljem da ih se uključi u kampanju i potakne da svoju djecu prate biciklom u školu (prvenstveno ako se radi o manjoj djeci).
- Uspostavljanje suradnje s lokalnim vlastima, kada u blizini škole treba primijeniti mjere smirivanja prometa i druge slične mjere.

Sastavni dijelovi kampanje vidljivosti

- Cilj je medijskom kampanjom podići svijest biciklista da su zakonski dužni brinuti o ispravnosti svjetala na svom biciklu.
- Postavite kontrolne točke na frekventnijim biciklističkim rutama, na kojima ćete bicikliste upozoriti na zakonsku obavezu, te ih uputiti o nužnosti ispravnih svjetala za njihovu osobnu sigurnost.
- Ako je moguće, podijelite besplatna svjetla ili reflektore biciklistima koji ih nemaju, ili barem bonove za popust u lokalnoj trgovini biciklističkom opremom.

Akciju može provoditi policija (može biti uključeno i kažnjavanje za nepropisnu vožnju bez svjetala), lokalna uprava ili biciklistička udruga koja će dijeliti upozorenja i besplatna svjetla ili reflektore, uz informacije o sigurnosti na biciklu. Ako kampanju provodi policija, moguće je uvesti praksu da se kazna povuče ako biciklist u danom vremenu dokaže da je nabavio potrebna svjetla ili reflektore.

Važno je napomenuti da se sigurnosni zahtjevi o svjetlima na biciklu razlikuju u pojedinim zemljama. Negdje su uobičajena zamjenska svjetla na baterije, a u drugima po zakonu svjetlo mora biti trajno pričvršćeno na bicikl.

Sastavni dijelovi kampanje tehničke ispravnosti

- Cilj je medijskom kampanjom podići svijest biciklista o važnosti tehničke ispravnosti njihovog vozila.
- Postavljanje jedne ili više kontrolnih točaka u školama, na radnim mjestima ili na frekventnim biciklističkim rutama gdje će se provjeravati ispravnost najvažnijih sigurnosnih komponenti bicikla (gume, svjetla, kočnice, kablovi, itd.).



- Svakom sudioniku treba dati popis dijelova bicikla koje treba popraviti ili zamijeniti. Taj popis mogu odnijeti u mehaničarsku radionicu ili trgovinu dijelovima.

Trebalo bi uzeti u obzir...

Prednosti

- Poticanjem djece na vožnju biciklom u školu možete stvoriti buduću generaciju odraslih biciklista.
- Kampanju vidljivosti lako je provesti i ne košta puno (pogotovo uz pomoć volontera).
- Krajnja korist od ovakvih kampanja su sačuvani životi.

Nedostaci

- Za programe sigurnih putova u školu potrebna je podrška svih važnijih dionika.
- U kampanje vidljivosti potrebno je angažirati puno ljudi (doduše, uglavnom na kraće vrijeme).

Čimbenici uspješnosti kampanje i prepreke uspjehu

U školskim je kampanjama angažman škola i roditelja ključan za uspjeh.

Kampanja vidljivosti najučinkovitija je u jesen, kada dani postaju kraći

Kampanju tehničke ispravnosti najbolje je provoditi popodne, jer su ljudi tada obično u manjoj žurbi nego kada ujutro idu na posao. Proljeće je najbolje doba godine za ovu vrstu kampanje, budući da je to vrijeme kada većina biciklista nakon dulje zimske pauze ponovno sjeda na bicikle.

Svim je kampanjama zajednički cilj spriječiti nesreće i omogućiti biciklistima vožnju u sigurnijem okruženju. Nastojte poticati sigurno i odgovorno ponašanje, a izbjegavajte stroge i negativne mjere koje će ljude odvratiti od vožnje bicikla. Primjer su zakoni i kampanje o nošenju zaštitnih kaciga. Zakon o obveznom nošenju kacige biciklistima je samo još jedna prepreka koja ništa ne mijenja u pogledu sigurnosti okruženja, a pritom i sugerira da je vožnja biciklom opasna aktivnost.

Ocjena uspjeha kampanje

Učinak kampanje sigurnog putovanja u školu moguće je izmjeriti. Najbolji pokazatelj uspjeha školskih kampanja je veći broj djece koja u školu idu biciklom. Drugi primjer pokazatelja su statistike prometnih nesreća.

Uspjeh kampanje vidljivosti možete izmjeriti brojem biciklista čije ste podatke uzeli tijekom kampanje, ili brojem podijeljenih besplatnih svjetala, ako je i to bilo dio kampanje.

Uspjeh kampanje tehničke ispravnosti možete izmjeriti praćenjem broja biciklista koji na popravak bicikla dođu s popisom koji su dobili za vrijeme provođenja kampanje.

Primjeri dobre prakse

Slučaj 1

Siguran put u školu (UK)

Kampanju „Siguran put u školu“provodi Sustrans u gradovima diljem Velike Britanije. Projekti sadrže paket mjera poput edukacije za sigurnosti učenika u prometu, inicijativa i promotivnih aktivnosti, biciklizma u okviru nastavnog programa, poboljšanja na prometnicama i usluga poput parkirališta za bicikle u školama. Ciljevi ove kampanje su:

- Stvoriti sigurno okruženje za djecu koja pješače ili voze bicikl
- Podržati pripremu i primjenu ambicioznih planova za put u školu
- Omogućiti mladim ljudima da se i sami angažiraju u zajednici
- Podržati lokalne zajednice koje nastoje put u školu učiniti zdravim i korisnim za građane i okoliš

Za više informacija posjetite stranicu www.sustrans.org.uk/saferoutes ili kontaktirajte schools@sustrans.org.uk.

Stopa biciklizma u britanskim gradovima kreće se između 1 i 3%.

Slučaj 2



Peterborough (UK) – Be bright, use a light (Pamet u glavu, svjetlo na bicikl)

Gradsko vijeće Peterborougha (u sklopu projekta „Travelchoice“) u suradnji s policijom Cambridgeshire-a provelo je kampanju kojoj je cilj smanjiti broj biciklista koji ulicama Peterborougha voze bez upaljenih svjetala. Grad je nastojao poticati građane da bicikle voze i zimi, ali da pritom budu vidljivi ostalim sudionicima u prometu.

Kampanja je nastojala istaknuti da vožnja po mraku bez svjetala nije prihvatljiva, a da se pritom bicikliste ne obeshrabri. Dvotjedna kampanja odvijala se je u prvoj polovici studenog. Više od 40 biciklista dobilo je kazne, ali su u kampanji sudjelovali i lokalni trgovci, koji su biciklistima ponudili veliki popust na svjetla za bicikle.

Tijekom trajanja kampanje za 15% je povećana prodaja svjetala, a i policijske patrole su posvjedočile da više biciklista koristi svjetla. Kampanja je pozitivno ocijenjena i u medijima, te ju je podržala većina građana (uključujući i one koji ne voze bicikl).

Za više informacija posjetite

www.peterborough.gov.uk/traffic_travel_and_parking/travelchoice/travelchoice_services/travelchoice_events.aspx

ili kontaktirajte Matthewa Barbera na e-mail adresi TravelChoice@peterborough.gov.uk.

Peterborough je "grad početnik" sa stopom biciklizma od oko 2%.

Zahvala

Ovaj je info-list pripremljen uz novčanu potporu programa „Intelligent Energy Europe“. Zahvaljujemo i Accell grupi koja je omogućila prijevod teksta s engleskog na hrvatski jezik.

PROMOCIJA / **PODIZANJE SVIJEŠTI O BICIKLIZMU**

CILJANE BICIKLISTIČKE KAMPANJE – ŠKOLE

Ukratko

Istraživanje provedeno u Velikoj Britaniji pokazalo je da skoro polovica djece ima želju u školu ići biciklom, ali se tomu zbog sigurnosti protive roditelji ili škola. U područjima gdje malo odraslih vozi bicikl, ni djeca nemaju priliku steći tu naviku, kao ni vještine vožnje od svojih roditelja. U takvim su slučajevima biciklističke kampanje u školama korisne jer pomažu djeci da steknu potrebne vještine i navike vožnje bicikla koje će im koristiti tijekom cijelog života, a mogu utjecati i na navike njihovih roditelja.

Osnovne informacije

Definicija

U biciklističkim kampanjama u školama radi se izravno s učenicima, roditeljima i nastavnicima kako bi se prevladale prepreke putovanju biciklom u školu, a vožnja bicikla učinila sigurnim, zabavnim i prirodnim načinom prijevoza za djecu (ali i ostale). To uključuje podučavanje vještinama sigurne vožnje, uključivanje biciklizma u nastavni program, održavanje aktivnosti i događanja vezanih uz biciklizam, prilagođavanje infrastrukture u i oko škole i uspostavljanje planova putovanja u školu.

Namjena/Cilj

Prije nego dopuste svojoj djeci da u školu putuju biciklom bez pratnje, roditelji trebaju biti uvjereni da je to za djecu sigurno, a djeca trebaju znati da je bicikl za njih jedna od mogućnosti. Biciklističke kampanje u školama imaju za cilj promicati kulturu vožnje bicikla na putu u školu, kako bi djeca biciklizam doživjela kao dobar i zabavan način prijevoza, a roditelji kao siguran i zdrav izbor za svoju djecu, a školska uprava podržala taj izbor ulaganjem u infrastrukturu i razne druge inicijative vezane uz biciklizam.

Područje primjene

Biciklističke kampanje je najbolje provoditi u školama u kojima velik dio učenika živi u blizini škole, ali ih ipak uglavnom voze roditelji automobilom i gdje je okolica škole postala opasna za djecu zbog prevelikog broja roditeljskih automobila.

Školske biciklističke kampanje pokazuju najbolje rezultate u "gradovima početnicima" (gradovima s malim brojem biciklista) i "gradovima u usponu" (gradovima s nešto razvijenijim biciklizmom) gdje roditelji uglavnom nisu biciklisti i nerado dopuštaju djeci da u školu idu biciklom. Doduše, čak i u "gradovima predvodnicima" (gradovima s visoko razvijenim biciklizmom), u nekim je školama sve više „roditeljskih taksija“ oko škole, zbog čega je taj prostor opasan za djecu i zagađen.

Ciljna skupina

Iako je glavni cilj ohrabriti djecu na vožnju biciklom u školu, kampanja neće biti uspješna ako u nju ne uključite i roditelje, učitelje i školsku upravu.

Primjena

Partneri

- Lokalne vlasti: njihova pomoć je neophodna ako lokalnu infrastrukturu treba prilagoditi kako bi se put u školu učinio sigurnijim (smirivanje prometa, ograničenje brzine, prometna signalizacija u blizini škole itd.).
- Ako je potrebno, prodavač ili proizvođač bicikala može osigurati određeni broj bicikala kako bi i djeca koja nemaju vlastiti bicikl mogla sudjelovati u programu.



- Svi članovi školske zajednice (učitelji, članovi uprave, učenici, roditelji) trebaju podržavati tu ideju.
- Lokalne biciklističke udruge.

Planiranje programa

Školsku biciklističku kampanju moguće je provesti u svakoj školi gdje za to postoje pokrovitelji i podrška školske zajednice, ali najučinkovitija je ako se angažira nezavisni koordinator koji će pomoći pokrenuti program, te ga određeno vrijeme nadzirati i pratiti.

Sustrans je pokrenuo program za potrebe osnovnih škola diljem Velike Britanije, a u Grazu je pokrenut lokalni program poticanja vožnje bicikla među vrtićkom djecom i njihovim roditeljima (vidi dolje navedene primjere dobre prakse).

Ako vas zanima postoje li u vašoj blizini slični programi, obratite se lokalnoj biciklističkoj udruzi preko web-stranice Europskog biciklističkog saveza (www.ecf.com/4_1).

Sastavni dijelovi biciklističke kampanje

Zadace koordinatora školske biciklističke kampanje uključuju:

- Procjenu školske infrastrukture i drugih potreba, te pomaganje pri njenom prilagođavanju potrebama djece koja u školu putuju biciklom. To uključuje sigurno i natkriveno parkiralište za bicikle, preuređenje ili premještanje parkirnog prostora za automobile kako bi se stvorili sigurniji uvjeti za djecu bicikliste, ili zabranu pristupa vozilima u užem krugu oko škole, kako bi se omogućio siguran prilaz djeci koja u školu dolaze biciklom ili pješice.
- Obuka učitelja o tome kako teme vezane uz biciklizam uključiti u nastavni program. Lekcije mogu dotaknuti i teme zdravlja, pravilne prehrane, fizičke aktivnosti, okoliša, klimatskih promjena.
- Tečajevi vožnje bicikla za učitelje (ako je potrebno).
- Pomaganje učiteljima, učenicima (ovisno o dobi) i roditeljima da uspostave plan putovanja u školu.
- Održavanje radionica za roditelje, s ciljem da ih se uključi u kampanju i ohrabri da djecu biciklom prate u školu.
- Uspostavljanje suradnje s lokalnim vlastima ako je u blizini škole potrebno provesti mjere smirivanja prometa.
- Tečaj sigurne vožnje bicikla za učenike (ili obučavanje učitelja za provedbu tečaja).
- Planiranje i organizacija događanja i aktivnosti vezanih uz biciklizam: organizirana jutarnja grupna vožnja biciklima od raznih lokacija do škole, doručak za bicikliste u školi, ili natjecanje razreda u broju kilometara prijeđenih biciklom tijekom tjedna ili mjeseca.
- Treba se pobrinuti da vožnja bicikla bude nešto čemu će se djeca veseliti.

Troškovi provedbe

Ako u vašem području još ne postoji sličan program, možete se udružiti sa susjednim školama i podijeliti troškove razvoja programa koji će odgovarati vašim potrebama.

Troškove angažiranja nezavisnog koordinatora programa može snositi više škola (ili lokalna vlast u ime škola koje sudjeluju).

Ponekad je potrebno uložiti u infrastrukturu škole, primjerice napraviti parkiralište za bicikle.

Škola može uložiti i u određen broj bicikala koji će biti na raspolaganju djeci koja nemaju vlastiti bicikl, te će ih moći koristiti za vježbu i učenje vještina sigurne vožnje. U vrtićima će poslužiti i posebni bicikli bez pedala na kojima djeca mogu vježbati održavanje ravnoteže prije nego počnu voziti pravi bicikl.

U "gradovima predvodnicima" (gradovima s visoko razvijenim biciklizmom) i "gradovima u usponu" (gradovima s nešto razvijenijim biciklizmom) u pravilu je potrebno manje ulagati nego u „gradovima početnicima“ (gradovima s malim brojem biciklista), gdje je stupanj svijesti o biciklizmu znatno niži i među učenicima i među njihovim roditeljima i učiteljima.

Trebalo bi uzeti u obzir...

Prednosti

- Ako djeca u ranoj dobi nauče voziti bicikl, vjerojatnost je veća da će tu naviku zadržati i u odrasloj dobi.
- Uključivanje biciklizma u školske aktivnosti djeci je prilika za zabavu i druženje.
- Vožnja bicikla pomaže kod djece razviti neovisnost i tjelesnu kondiciju, a i dobar je način da potroše višak energije prije početka školskog dana.
- Zdravlje i sigurnost djece cilj je koji svatko može razumjeti i podržati.
- Programi vožnje bicikla u školama mogu utjecati i na roditelje: roditeljima manje djece preporuča se da ih u školu prate biciklom, radije nego da ih sami voze u školu.

Slabe strane

- Uspjeh kampanje ovisi o podršci i ulaganju od strane škole, nastavnika i školske uprave. Ako nema dovoljno podrške za program, male su i šanse za uspjeh.
- U školama u kojima su učitelji sumnjičavi prema biciklizmu, bit će teško provesti program bez stalne vanjske potpore.

Čimbenici uspjeha i prepreke uspjehu

- Uspjeh kampanje ovisi i o sudjelovanju roditelja i učitelja i prevladavanju straha od opasnosti u prometu.
- Nakon što koordinator obavi svoj dio posla, škola je ta koja treba upravljati programom.
- Potrebno je i prilagoditi infrastrukturu. Primjerice, djeci treba omogućiti prostor gdje će moći sigurno parkirati bicikle u školi.
- Lokalne vlasti moraju intervenirati ako su potrebne mjere smirivanja prometa da bi se djeci omogućio sigurniji put u školu.
- Program mora biti zabavan.

Ocjena utjecaja

Nakon završenog programa možete vršiti redovno prebrojavanje djece koja i dalje u školu dolaze biciklom.

Primjeri dobre prakse

Primjer 1

Bike It – u gradovima Velike Britanije

Bike It (program Sustransa – www.sustrans.org.uk) radi izravno sa školama, a djecu potiče na svakodnevnu vožnju biciklom tako što školama pomaže uključiti vožnju bicikla u plan putovanja u školu, u školama podupire inicijative vezane uz biciklizam, i pokazuje da je biciklizam omiljeno rješenje među djecom i roditeljima.

Bike It program započet je 2005, a trenutno se provodi u školama u 55 gradova diljem Velike Britanije. Bike It šalje stručnu osobu koja radi sa svakom školom prvih godinu dana, kako bi u školi stvorila podršku za biciklizam, koja će se nastaviti i nakon što ona završi svoj posao.



Program se financira iz raznih izvora, među kojima su lokalne vlasti, zdravstvene ustanove, udruga Cycling England, državna lutrija i državno udruženje proizvođača i prodavača bicikala.

Bike It je učeterostručio broj djece koja u školu putuju biciklom.

Više detalja potražite na adresi www.sustrans.org.uk/bikeit ili se obratite Mikeu Madinu, upravitelju projekta na adresi mike.madin@sustrans.org.uk.

Svi gradovi uključeni u Bike It program imaju nisku stopu biciklizma u modalnoj raspodjeli, od 1 do 3%.

Fotografija: Sustrans

Primjer 2

Upravljanje mobilnošću za vrtiće: „Najbolje je početi mlad“, Graz (AU)

U sklopu programa Europske unije LIFECYCLE, 2009. je godine u Grazu (255 000 stanovnika) pokrenut program koji uključuje 46 vrtića (115 grupa djece). Svaka grupa je dobila na raspolaganje bicikle za vježbu (bez pedala) na kojima mogu naučiti voziti. Izdana je i slikovnica u sklopu aktivnosti pričanja priča o biciklizmu, a djeca koja su svladala vještinu vožnje dobila su posebnu svjedodžbu. Provedene su i radionice za roditelje kako bi ih se potaklo da za putovanje svoje djece u školu odaberu druga rješenja osim automobila.



Za više detalja posjetite stranicu www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=2170&lang1=en ili se obratite Margit Braun na adresi braun@fgm.at.

Graz je "grad u usponu" sa udjelom biciklista u modalnoj raspodjeli od 14%.

Fotografije: FGM

Zahvala

Ovaj je info-list pripremljen uz novčanu potporu programa „Intelligent Energy Europe“. Zahvaljujemo i Accell grupi koja je omogućila prijevod teksta s engleskog na hrvatski jezik.

PROMOCIJA / **PODIZANJE SVIJEŠTI O BICIKLIZMU**

BICIKLISTIČKI BAROMETRI (BROJAČI BICIKALA)

Ukratko

Pokažite biciklistima da „računate“ na njih. Biciklistički „barometri“, odnosno brojači bicikala služe kao sredstvo promicanja biciklizma i podizanja svijesti o biciklizmu kao načinu prijevoza u gradskom okruženju. Biciklistički barometri prikazuju broj bicikala koji prođu dnevno ili godišnje. Svojom uočljivošću postaju žarištem i simbolom biciklizma u gradu i potiču građane da prihvate i poistovjete se s idejom biciklizma kao svakodnevnog prijevoznog sredstva. Građani su nerijetko iznenađeni brojem biciklista, a brojke koje ubrzano rastu ostavljaju jak dojam.

Osnovne informacije

Definicija

Biciklistički barometri su elektronički detektori koji se mogu koristiti na bilo kojoj površini i koji detektiraju samo bicikle (ne pješake i druga vozila). Sastoje se od senzora i zaslona. Barometar detektira bicikliste koji prolaze i te podatke šalje u sustav koji izračunava i na zaslonu prikazuje broj biciklista od početka dana i/ili od početka godine. Biciklistički barometri mogu biti opremljeni praktičnim dodatcima poput pumpe za bicikle, koju biciklisti mogu koristiti besplatno.

Namjena/Cilj

Brojanjem biciklista u gradu i prikazivanjem tog broja na svima vidljivom mjestu povećava se svijest građana o biciklizmu kao o ravnopravnom prijevoznom sredstvu za svakodnevne potrebe kretanja gradom. Ugradnjom biciklističkog barometra na odabranim biciklističkim stazama/trakama:

- Široj se javnosti daje do znanja koliko su biciklisti brojni u gradu, čime se podiže svijest građana o biciklizmu kao ravnopravnom načinu prijevoza. Osnovni cilj je potaknuti više ljudi da voze bicikle, pokazavši im koliko ljudi to svakodnevno čini.
- Bilježe se podatci o broju biciklista tijekom dana, u vršnim satima, tijekom vikenda itd. Bez barometra bi to bio težak i skup posao za koji bi trebalo angažirati puno ljudi. Brojači su osnova za praćenje razvoja biciklizma u gradu.
- Dat ćete poticaj biciklizmu i privući ćete pažnju medija, pogotovo ako ponudite nagrade primjerice svakom 5000-om biciklistu koji prođe u određenom danu ili milijuntom u godini.

Područje primjene

Biciklistički barometri primjereni su u gradovima s više biciklista ("gradove u usponu" i "gradove predvodnike", u kojima je udio biciklizma u ukupnom prometu visok ili umjereno visok (najmanje 10%) i koji imaju izgrađenu mrežu biciklističkih staza/traka. U gradovima s malo biciklista brojač bi pokazivao niske brojke, a to ne bi djelovalo ohrabrujuće.

Ako je broj biciklista u vašem gradu premalen da biste ga javno prikazali, razmislite o kupnji jednog ili više brojača bez zaslona, kako biste počeli s prikupljanjem podataka o broju biciklista. Podatci koje prikupite dat će vam dragocjenu osnovu za usporedbu „prije/poslije“ i praćenje napretka nakon što grad sagradi bolju biciklističku infrastrukturu i provede promotivne kampanje. Ako ih postavite na dobrim mjestima, brojači će biti odličan pokazatelj i sredstvo promicanja biciklizma kako broj biciklista u gradu bude rastao.

Ciljna skupina

Biciklistički barometri namijenjeni su dvjema ciljnim skupinama:

1. Široj javnosti – barometri građanima pokazuju koliko bicikala dnevno prođe ulicama grada. To može probuditi osjećaj ponosa zbog velikog broja biciklista u gradu, ali i potaknuti na razmišljanje: kako bi grad izgledao da se ljudi umjesto biciklima voze samo automobilima? Ljudima koji još ne voze bicikl brojači mogu biti poticaj da se „pridruže veselju“.

2. sadašnjim biciklistima – redovni biciklisti dobivaju svojevrsnu potvrdu za svoj izbor načina prijevoza, dok manje iskusne ili povremene bicikliste možete potaknuti na češću vožnju ponudivši nagrade svakom 5000-om biciklistu u danu ili milijuntom u godini.

Primjena

Partneri

Biciklistički barometar mogu postaviti gradske vlasti bez pomoći partnera. Ako i sudjeluju druge strane (primjerice financijski), lokalna vlast mora biti uključena ako se barometar postavlja na javnoj površini.

Tehničke značajke i cijena

Biciklističke barometre trebalo bi postavljati na frekventnim stazama/trakama koje koriste i pješaci (najbolje je ako su odvojene od motornog prometa), u središtu grada ili u blizini važnih odredišta. Zaslون treba biti jasno vidljiv, ali ne smije smetati pješacima, biciklistima i ostalim sudionicima u prometu. Treba ih postavljati na mjestima gdje su ljudi uglavnom u pokretu, a ne tamo gdje često stoje.

Zaslون prikazuje broj biciklista koji su prošli tijekom dana ili od početka godine, kao i trenutno vrijeme.

Barometri su dostupni u različitim oblicima. Ovisno o mjestu na kojem ćete postaviti barometar, pri odabiru modela uzmite u obzir sljedeće mogućnosti:

- vrsta prikaza na zaslonu (vidi primjere dobre prakse u tekstu niže)
- jednostrani ili dvostrani zaslon
- vrsta uređaja za prikupljanje podataka (induktivne petlje na površini staze/trake ili infracrveni senzori)

Cijene biciklističkih barometara kreću se od približno 14 000 do 22 000 Eura, a trenutno se proizvode u Danskoj, Italiji i Francuskoj (za više detalja o dobavljačima kontaktirajte gradove uključene u projekt PRESTO).

Trebalo bi uzeti u obzir...

Prednosti

- Za postavljanje biciklističkog barometra potrebno je samo nekoliko sati i ne zahtijeva velike intervencije u javnu infrastrukturu.
- Brojači rade u svim vremenskim uvjetima i lako ih je uklopiti u javni prostor.
- Brojači daju dragocjene statističke podatke o kretanju lokalnih biciklista.
- Prikaz broja biciklista može ohrabriti neiskusne ili povremene bicikliste da češće voze bicikl.
- Ljudima koji ne voze bicikl barometri mogu biti zanimljiva tema razgovora. Velike brojke mogu pozitivno utjecati na njihov doživljaj biciklista i biciklizma.
- Biciklistički barometri su vidljiv pokazatelj toga koliko je grad posvećen biciklizmu.

Slabe strane

- Biciklističke barometre mogu oštetiti vandali.
- Zbog raznih čimbenika (detektiranje pješaka, brojanje više biciklista kao jednoga ako voze jedan pored drugog, ljudi koji prolaze više puta kako bi uživali u brojka koje rastu), brojači neće uvijek biti točni pokazatelji broja biciklista u gradu (iako će svakako ukazati na opći trend).

Procjena utjecaja

Po svojoj prirodi, biciklistički barometar pomaže mjeriti vlastiti učinak brojeći iz dana u dan bicikliste koji prolaze.

Procjena stava građana može se izvesti tako da se u javnim anketama koje provode gradske vlasti uključi i pitanje o biciklizmu.

Čimbenici uspjeha i prepreke uspjehu

Važno je dobro odabrati lokaciju. Barometar treba biti uočljiv i smješten na mjestu gdje svakodnevno prolazi velik broj biciklista.

U nekim gradovima troškovi ugradnje mogu predstavljati problem i tada je korisno potražiti pokrovitelje. U zamjenu za financijsku potporu možete ponuditi oglasni prostor na zaslonu brojača (poželjno je da to ime bude vezano uz ekološki prihvatljiv prijevoz).

Nije dobra ideja postaviti barometar ako niste sigurni da vaš grad ima dovoljno biciklista, te da će brojevi iznenaditi ili ostaviti dojam na građane. U protivnom će se građani pitati je li trošak opravdan.

Biciklistički barometar sam po sebi neće imati učinka ako se ne primijene i razne druge mjere kako bi se povećao udio biciklista u ukupnom prometu.

Primjeri dobre prakse

Primjer 1

“Cykelbarometer” – Biciklistički barometar u Odensi (DK)

Biciklistički barometar u Odensi prva je naprava te vrste u svijetu. Postavljen je 2002. kao poticaj biciklistima u tom gradu. Barometar prikazuje broj biciklista koji su prošli u tekućem danu, kao i njihov ukupan broj od početka godine. Kasniji modeli barometra (poput onog postavljenog u Kopenhagenu 2009.) opremljeni su i pumpom za bicikle.

Više detalja potražite na: www.cykelby.dk/eng/index.asp ili se obratite na e-mail: info@cykelby.dk

Odense je „grad predvodnik”(grad s visoko razvijenim biciklizmom) sa stopom biciklizma u modalnoj raspodjeli od 26%.



Primjer 2

“Biciklistički barometar” – brojač bicikala u Bolzanu (IT)

Prvi brojač bicikala u Italiji postavljen je u svibnju 2009. u Bolzanu, u sklopu projekta viaNova. Svakodnevno pored njega prođe u prosjeku 9 000 biciklista. Više detalja potražite na www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1250&lang1=en ili kontaktirajte info@oekoinstitut.it.

Bolzano je „grad predvodnik (grad s visoko razvijenim biciklizmom) s udjelom biciklista u modalnoj raspodjeli od 25% (2005.), i porastom od 5% u odnosu na 2002. godinu.



Brojači bicikala postavljeni su i u Gothenburgu, Stockholmu, Malmöu (S), Kopenhagenu (DK), Trondheimu i Christiansonu (NO), Jyväskylä-u (FI), Apeldoornu (NL), a u planu je postavljanje brojača u Bremenu (DE), u sklopu projekta PRESTO.

Fotografija: Gradske vlasti Bolzana

Zahvala

Ovaj je info-list pripremljen uz novčanu potporu programa „Intelligent Energy Europe”. Zahvaljujemo i Accell grupi koja je omogućila prijevod teksta s engleskog na hrvatski jezik.

PROMOCIJA / **INFORMIRANJE**

BICIKLISTIČKE KARTE

Ukratko

Biciklističke karte nezaobilazan su dio promicanja biciklizma. Biciklistička karta nije tek prikaz mreže lokalnih biciklističkih ruta: ona sadrži i preporuke kojim rutama ići, podatke o kvaliteti pojedinih ruta, gustoći prometa, mjestima za parkiranje i mogućnostima intermodalnih putovanja. Kvalitetna biciklistička karta sadrži informacije i o raznim temama vezanim uz biciklizam, poput vožnje bicikla u gradskim uvjetima i najčešćim prometnim znakovima. Ona je i pokazatelj koliko grad drži do biciklizma.

Osnovne informacije

Definicija

Biciklistička karta prikazuje lokalnu biciklističku mrežu, te daje preporuke o rutama, kvaliteti staza, gustoći prometa, mjestima za parkiranje i mogućnostima intermodalnih putovanja. Kvalitetna biciklistička karta sadrži i informacije o raznim temama vezanim uz biciklizam, kao što su sigurna vožnja gradom i prometni znakovi koje biciklisti trebaju poznavati.

Namjena/Cilj

Biciklistička karta je najbolji način promicanja biciklizma, koji daje dobru sliku o stupnju razvoja lokalnog biciklizma i trudu koji grad ulaže u biciklizam. Dobro priređena biciklistička karta od koristi je svim biciklistima: rekreativcima, redovnim vozačima, neiskusnim biciklistima, pa i onima koji još ne voze bicikl (potencijalnim biciklistima). Karta pomaže naći najbolju, najsigurniju, najbržu i najudobniju rutu do odredišta, a može sadržavati i razne druge informacije vezane uz biciklizam.

Najave u lokalnim novinama i uključivanje građana putem sudjelovanja u radionicama pomažu da se stvori interes za izradu biciklističke karte i povisi svijest o biciklizmu.

Područje primjene

Biciklistička karta je korisna bez obzira na stupanj razvoja biciklizma u pojedinom gradu.

Ciljna skupina

Ciljna skupina trebaju biti lokalni biciklisti i potencijalni biciklisti. Iako je biciklistička karta korisna i turistima i posjetiteljima, cilj treba biti pomoći lokalnom stanovništvu da pronađu najbolje biciklističke rute do odredišta do kojih bi inače putovali automobilom.

Primjena

Prilike za poslovnu suradnju

Ako je financiranje problem, korisno je sklapati partnerstva. Potražite pokroviteljstvo prodavača i proizvođača bicikala u zamjenu za oglasni prostor na biciklističkoj karti.

Lokalni javni prijevoznik dragocjen je partner. Javni prijevoz i biciklizam idu ruku pod ruku: zajednička promocija može uključivati informacije o mogućnostima intermodalnih putovanja, parkiranju bicikala na stanicama, kao i o mogućnosti prijevoza bicikala u javnom prometu („bike and ride“).

Lokalne biciklističke udruge mogu dati značajan doprinos u pripremi vaše karte, pri utvrđivanju biciklističkih ruta (vidi dolje) kao i s nekim općim preporukama i savjetima o biciklizmu.

Korisno je stupiti u kontakt s izdavačima postojećih karata grada i potaknuti ih da na „standardnim“ kartama grada uključe i informacije o biciklizmu.



Utvrđivanje biciklističkih ruta

Za izradu prve biciklističke karte nije potrebna potpuno razvijena mreža biciklističkih traka. Rute označene na karti ne moraju biti službene biciklističke rute; mogu to biti ulice sa smirenim prometom ili druge rute koje su sigurne i udobne za vožnju biciklom.

Prikupljanje podataka za vašu prvu kartu može biti velik posao, ali biciklisti koji već imaju iskustva u vožnji gradom stručnjaci su kad su u pitanju najzgodniji i najsigurniji putevi kretanja biciklom po gradu, i njihovo znanje vam može biti od velike pomoći. (Biciklisti uglavnom rado dijele detalje o svojim omiljenim rutama!)

Primjerice, 2007. Boston (USA) izradio je svoju prvu biciklističku kartu. Budući da grad u to vrijeme nije imao službenih biciklističkih traka, karta je zasnovana na osobnim preporukama biciklista koji su imali iskustva u vožnji gradom. Organizator je na internetu postavio kartu koju su lokalni biciklisti mogli uređivati označivši svoje omiljene gradske rute, uz opis i objašnjenje svog izbora. Iako je Boston imao stopu biciklizma u modalnoj raspodjeli od približno 1%, 500 biciklista se odazvalo i uredilo interaktivnu kartu, te su ti podaci upotrijebljeni kao osnova pri izradi prve biciklističke karte tog grada. Za više informacija kontaktirajte Nicole Freedman na e-mail adresi Nicole.Freedman.bra@CityofBoston.gov.

Sadržaj karte

Biciklistička karta trebala bi sadržavati barem sljedeće podatke:

- Biciklističke staze/trake (ako postoje u vašem gradu) i ceste prikladne za vožnju biciklom. Poželjno je označiti i kvalitetu vozne površine, gustoću prometa, te mjesta koja je najbolje izbjegavati.
- Jednosmjerne ulice (i je li biciklima dozvoljena vožnja u suprotnom smjeru)
- Parkirališta za bicikle
- Uobičajeni prometni znakovi
- Glavna lokalna odredišta (trgovački centri, škole, knjižnice, isl.)
- Korisni kontakti (npr. lokalni biciklistički klubovi, agencije koje organiziraju biciklističke izlete, isl.)

Sadržaj biciklističke karte ne mora biti ograničen na prikaz lokalne biciklističke mreže, štoviše, trebao bi služiti i kao vodič i izvor informacija. Dodatne informacije/između ostalog mogu uključivati:

- Prednosti biciklizma
- Savjeti o sigurnosti na cesti (npr. opasne točke u prometu, upute za prelaženje tramvajske pruge)
- Preporuke za biciklističku opremu (npr. kaciga, svjetla, oprema za kišu)
- Savjeti za popravak i održavanje bicikla (npr. kontrolna lista)
- Savjeti za zaštitu bicikla od krađe
- Tečajevi vožnje bicikla
- Intermodalne stanice
- Prijevoz bicikala u javnom prometu
- Stanice s javnim biciklima (ako vaš grad ima takav program) ili uslugom iznajmljivanja bicikala
- Trgovine biciklima i biciklističkom opremom
- Najave događanja vezanih uz biciklizam (ovisno o tome koliko često namjeravate dopunjavati i ponovo tiskati kartu)
- Prijedlozi za biciklističke izlete
- Informacije o pedalekima

Preporuke za izgled karte

Što je veći udio biciklista u ukupnom gradskom prometu i što je biciklizam važniji za grad, to će biti i veća očekivanja kad su u pitanju sadržaj, priprema, izgled karte, format, kvaliteta ispisa, i dostupnost.

Mjerilo: Čitljivost je važan čimbenik, a postiže se primjenom odgovarajućeg kartografskog mjerila (ovisno o veličini grada i biciklističke mreže, obično između 1:15000 i 25000; regionalne karte imaju mjerilo između 1:25000 i 150000), kontrasta i boja. Biciklistička karta uvijek treba imati i tumač znakova.

Usporedivost i praktičnost: Osnova za biciklističku kartu treba biti službena karta grada koju je izdao nadležni geodetski zavod (ili slična ustanova). Format karte (sklopivi, uvezani isl.) trebao bi biti što jednostavniji za korištenje tijekom putovanja. Materijal treba biti izdržljiv, otporan na vjetar, pa čak do neke mjere i na kišu.

Ispis: poželjan je četverbojni ispis.

Dopune: kartu bi trebalo redovno dopunjavati (najbolje svake godine).

Džepno izdanje: manje, sklopivo izdanje karte koje sadržava samo najvažnije podatke može biti prilog opsežnijem izdanju ili poslužiti kao privremena zamjena.

Troškovi: ovise o materijalu, kvaliteti ispisa, veličini, formatu, pokrivenom području i broju primjeraka. Pokroviteljstvo je dobar način da se pokrije dio ili svi troškovi.

Dostupnost

Ako biciklizam još nije dovoljno prisutan u svijesti građana, treba se usredotočiti na to da karte dođu u što više ruku, te treba poduzeti sve kako bi se uklonile prepreke prodaji/kartama.

Od samog početka trebalo bi utvrditi plan kako karte učiniti dostupnima, te prije svega treba donijeti odluku o tome hoćete li ih naplaćivati ili ne. Iako naplaćivanje kartama može izgledati kao dobar način da se nadoknade troškovi, to smanjuje broj mjesta na kojima mogu biti dostupne i stvara dodatne troškove administracije. "Gradovi početnici" (gradovi sa malim brojem biciklista) i "gradovi u usponu" (gradovi sa nešto razvijenijim biciklizmom) trebali bi besplatno dijeliti karte.

Biciklističke karte trebale bi biti dostupne na sljedećim mjestima:

- sve lokalne knjižnice i knjižare
- društvene zajednice, centri za rekreaciju i teretane
- željezničke, autobusne, tramvajske stanice i stanice podzemne željeznice
- predvorja javnih ustanova
- turistički uredi
- škole, fakulteti i druge obrazovne ustanove
- trgovine biciklima i agencije za iznajmljivanje bicikala
- sva lokalna događanja (bez obzira na to jesu li vezana uz biciklizam)

Informacije o karti trebalo bi objaviti na službenim web-stranicama grada.

Biciklističke karte možete dijeliti i novim stanovnicima grada koji prijavljuju prebivalište ili građanima koji sele. Mogu biti uključene u „početni paket“ koji sadrži i raznu besplatnu opremu za bicikl (npr. kvačice/gumice za nogavice, reflektori, zvana, navlake za sjedala), što će dati biciklistima do znanja da su dobrodošli.

Karte bi također trebale biti postavljene na prikladnim mjestima širom grada (uz napomenu gdje se mogu nabaviti vlastiti primjerci), primjerice ispred željezničkih stanica, na biciklističkim rutama i na stanicama javnih bicikala (ako postoje u vašem gradu).

Poželjno je poraditi i na odnosima s javnošću i obavijestiti građane o izdavanju nove biciklističke karte.

Trebalo bi uzeti u obzir...

Prednosti

- Biciklistička karta je idealan način promicanja biciklizma budući da su takve karte u pravilu dobro prihvaćene i popularne među biciklistima i onima koje biciklizam zanima (posebno ako su besplatne) i omogućuju da se proširi velik broj raznih informacija vezanih uz biciklizam.
- Karte olakšavaju kretanje gradom na biciklu, te su važan čimbenik u povećanju stope biciklizma kao svakodnevnog prijevoznog sredstva.
- Prikupljanje podataka za prvu biciklističku kartu (ali i naredne karte) daje priliku da se dobije uvid u stanje biciklizma u gradu i prati njegov daljnji razvoj (kako vlastitim istraživanjem tako i na osnovu iskustava biciklista).
- Izdavanje biciklističke karte dobar je način da se povežete s lokalnim biciklistima i obavijestite ih o drugim planovima vezanima uz biciklizam.
- Biciklistička karta je opipljiv dokaz toga koliko grad drži do biciklizma.
- Biciklističke karte (pogotovo ako su besplatne) u pravilu su dobro primljene.

Slabe strane

- Prikupljanje podataka za prvu biciklističku kartu grada može biti velik posao.

Čimbenici uspjeha i prepreke uspjehu

Za uspjeh je ključno da karta stigne u što veći broj ruku. To treba uzeti u obzir kada budete odlučivali hoćete li kartu naplaćivati ili dijeliti besplatno. Puno je lakše podijeliti besplatne karte – više će ljudi htjeti primjerak, a vi nećete morati brinuti o vođenju prodaje i moći ćete ih ponuditi na više mjesta u gradu.

Gradovi s razvijenim biciklizmom imaju više mogućnosti za eksperimentiranje (primjerice s vodootpornim papirom) nego gradovi u kojima je biciklizam tek u začetku. Grad s razvijenim biciklizmom lakše će i prodati karte budući da se biciklizmu pridaje veća vrijednost.

Ocjena utjecaja

Praćenjem broja podijeljenih/prodanih karata, saznat ćete koliko je građana dobilo primjerak.

Primjeri dobre prakse

Primjer 1

Freiburger Fahrrad-Stadtplan "Rad tut gut" (Biciklizam vam čini dobro) – Biciklistička karta Freiburga (DE)

Sklopiva biciklistička karta njemačkog grada Freiburga priređena je na osnovi karte grada i prvi put je izdana 2007. u 5000 primjeraka. Pokriva svih 500 km lokalne biciklističke mreže i uključuje dodatne informacije poput najčešćih prometnih znakova i preporučenih odredišta.

Karta je veličine 70X100 cm otvorena i 10X15 cm sklopljena, a cijena joj je 2.50 €. Vidi:

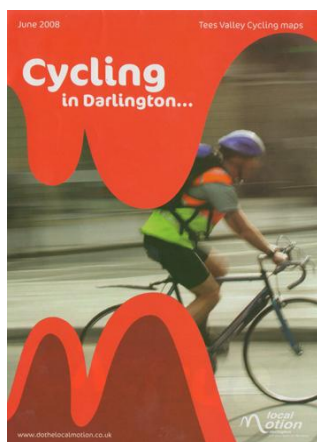
www.freiburg.de/servlet/PB/menu/1146345_I2_pcontent/index.html

Freiburg je "grad predvodnik" (grad s visoko razvijenim biciklizmom), sa stopom biciklizma u modalnoj raspodjeli od 27% (u odnosu na 15% 1982.)



Primjer 2

Biciklizam u Darlingtonu – biciklistička karta grada Darlingtona (UK)



U sklopu programa Local Motion, gradsko vijeće Darlingtona je u lipnju 2008. izdalo biciklističku kartu pod nazivom „Biciklizam u Darlingtonu“. Osim podataka o lokalnoj biciklističkoj mreži (uključujući pješačke prijelaze, zone smirenog prometa, staze za BMX bicikle, itd.), ova sklopiva karta nudi i pregled najvažnijih prometnih znakova na koje biciklisti mogu naići, savjete za sigurnu vožnju (npr. o korištenju svjetala), savjete o kupnji i unajmljivanju bicikla i kontrolni list s popisom dijelova bicikla koje treba redovito provjeravati i održavati. Sadrži i podatke o državnoj biciklističkoj mreži, vožnji bicikla središtem grada, tečajevima i događanjima za bicikliste kao i najave nadolazećih izdanja vezanih uz biciklizam.

Karta je besplatna, a uz nju su objavljeni i online planer putovanja i pješačka karta. Više detalja potražite na: www.dothelocalmotion.co.uk

Darlington je „grad početnik“, sa stopom biciklizma u modalnoj raspodjeli od približno 2-3%. 2005. Udruga Cycling England odabrala je Darlington kao jedan od gradova koji će financirati u sklopu programa povećanja stope biciklizma¹. Darlington je kroz tri godine trajanja programa primio 1.5 milijuna funti, koje su utrošene na poboljšanje biciklističkih usluga i infrastrukture. Financiranje će trajati do ožujka 2011.

Zahvala

Ovaj je info-list pripremljen uz novčanu potporu programa „Intelligent Energy Europe“. Zahvaljujemo i Accell grupi koja je omogućila prijevod teksta s engleskog na hrvatski jezik.

¹ Cycling Demonstration Towns

PROMOCIJA / **PODIZANJE SVIJEŠTI O BICIKLIZMU**

BICIKLISTIČKA DOGAĐANJA I FESTIVALI

Ukratko

Budući da svi vole dobru zabavu, festival biciklizma je dobar način kako privući pažnju i izgraditi pozitivan stav prema biciklizmu. Biciklistička događanja i festivali služe kao zabavan način da se ljude zainteresira za biciklizam, gdje istovremeno imaju priliku sami se uvjeriti o prednostima biciklizma. Bili velikih ili malih razmjera, događanja i festivali trebali bi biti zabavni događaji s naglaskom na sudjelovanju, koji će vam omogućiti da se povežete s potencijalnim biciklistima koji kroz zabavu mogu naučiti mnoge korisne stvari o biciklizmu.

Osnovne informacije

Definicija

Biciklistička događanja i festivali mogu biti raznih razmjera i sadržaja. Općenito se radi o događanjima „za cijelu obitelj“ koja uključuju razne zabavne i obrazovne aktivnosti koje se tiču raznih vidova biciklizma.

Namjena/Cilj

Biciklistička događanja i festivali namijenjeni su podizanju svijesti o biciklizmu u široj javnosti kroz mješavinu zabavnih i obrazovnih aktivnosti vezanih uz bicikle i biciklizam. Sudionici se mogu osobno uvjeriti o zabavnosti i korisnosti biciklizma, a to ih ohrabruje da se i sami odvaže na vožnju biciklom.

Područje primjene

Biciklistička događanja i festivali mogu se održavati u svakom gradu, bez obzira na stupanj razvoja biciklizma, ali ovisno o stupnju razvoja biciklizma mogu poprimiti različite oblike.

Ciljna skupina

Potencijalni biciklisti i rekreativni biciklisti.

Primjena

Biciklistička događanja i festivali mogu biti sasvim jednostavni, primjerice u obliku organizirane grupne vožnje (vidi primjer dobre prakse „Biciklistički pozdrav proljeću“) ili pak veliki i složeni, s tisućama posjetitelja (vidi slučaj *Ciclovía* iz Bogote).

Prilike za suradnju

- Lokalne biciklističke udruge
- Trgovci biciklima i dobavljači bicikala i biciklističke opreme
- Lokalne vlasti
- Javni prijevoznik
- Mediji
- Udruge za zaštitu okoliša i druge društvene udruge
- Škole
- Lokalni poslodavci

Planiranje događanja

Mjesto i opseg događanja



Give Cycling a Push

Info-list o provedbi

Opseg događanja ovisi o sredstvima koja imate na raspolaganju, ali trebalo bi se održavati na mjestu lako dostupnom biciklom i javnim prijevozom.

Tko i što treba biti tamo

- Lokalne biciklističke udruge
- Predstavnici lokalne vlasti
- Ako je moguće, nekoliko lokalno poznatih osoba (političari, medijske ličnosti, sportaši)
- Predstavnik javnog prijevoznika (veza između biciklizma i javnog prijevoza)
- Udruge civilnog društva
- Agencije koje organiziraju biciklističke izlete
- Proizvođači i prodavači posebnih vrsta bicikala (ležećih bicikala, tricikala itd.)
- Hrana i piće (i mikser na pogon pedalama pomoću kojeg posjetitelji mogu miješati vlastita pića)
- Glazba (bilo bi odlično da omogućite proizvodnju struje pomoću pedala – glazba se nastavlja tako što se posjetitelji izmjenjuju na pedalama)
- Puno parkirališnih mjesta za posjetitelje koji dolaze vlastitim biciklima i žele prošetati
- Bicikli na posudbu za posjetitelje koji nemaju vlastiti bicikl

Moguće aktivnosti

Pri izboru aktivnosti koje ćete ponuditi na biciklističkom događaju ili festivalu možete dati mašti na volju. Važno je samo da kroz zabavu ponudite i informacije i obrazovanje. Evo nekih mogućnosti:

- Kratka poduka iz sigurne vožnje bicikla
- Grupna vožnja
- Ukrašavanje bicikala
- Parada bicikala
- Parkour (poligon s preprekama) za djecu (ili odrasle) kako bi naučili i vježbali nove vještine u vožnji bicikla
- Biciklistički polo
- Zabavna kombinirana utrka
- Vožnja monocikla
- Probna vožnja bicikala (vidi i info-list o probnoj vožnji bicikala)
- Glazba omogućena zvučnim sustavom na pogon pedala
- Natječaj znanja s pitanjima vezanima uz biciklizam u vašem gradu (nagrada za pobjednika može biti bicikl)

Iako su biciklističke utrke zabavne za gledanje, treba voditi računa o tome da posjetitelji ne budu zgurani u stranu kao što je to svakodnevno slučaj kada su u blizini automobila.

O drugim aktivnostima vezanima uz biciklizam pročitajte na www.mobilityweek-europe.org, a konkretne primjere uspješne organizacije „Dana bez automobila“ potražite na www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1398&lang1=en.

Promidžba događanja

- Plakate treba postaviti širom grada: u prostorima društvenih udruga, u trgovinama bicikala, trgovačkim ulicama, vrtićima i školama, turističkim uredima itd.
- Putem e-maila obavijestite udruge i klubove koji bi mogli biti zainteresirani za sudjelovanje.
- Reklame možete postaviti i na vozila javnog prijevoza.

- Iskoristite lokalne medije i druga sredstva javnog obavještanja. Ako pozovete neku od lokalno poznatih ličnosti (npr. člana lokalnog sportskog kluba, političara isl.) da sudjeluje u festivalu ili događanju, privući ćete pažnju medija i podići svijest o biciklizmu.
- Ako su ceste zatvorene zbog festivala, unaprijed o tom obavijestite građane, i predložite obilazak.

Trebalo bi uzeti u obzir...

Ako je moguće, događanja planirajte svake godine, a ne jednokratno, kako biste svake godine mogli uvoditi poboljšanja i pratiti interes i odaziv građana.

Ako u vašem gradu već postoji veliki interes za biciklizam, dobro je festival održati u sklopu Europskog tjedna mobilnosti (European Mobility Week, www.mobilityweek-europe.org) u rujnu, što će vaš festival ili događanje učiniti važnijim u očima građana i odgovornih institucija. Građanima će biti jasno da sudjeluju u nečemu većemu od lokalnog festivala.

Gradske ulice su odlično mjesto za odvijanje biciklističkog festivala; zatvaranjem ulica za motorni promet građanima ćete omogućiti da vlastiti grad vide iz drugog kuta – sa sredine ulice, bez opasnosti i buke jurećih automobila.

Doduše, u gradovima u kojima biciklizam nema veliku podršku, ponekad je teško uvjeriti ovlaštena tijela da ulični prostor ustupe biciklima. Ako u tome uspijete, trebate se pobrinuti da ulice napunite ljudima i aktivnostima za vrijeme trajanja festivala. To daje ljudima predodžbu o tome kako ulice mogu izgledati kada nisu pune automobila, a pritom neistomišljenike sprječava da prigovore da prostor koji „pripada“ automobilima nije dobro iskorišten. Ako je vaš festival/događaj uspješan i dobro prihvaćen, skeptici neće imati argumenata.

Prednosti

- Možete doprijeti do velikog broja ljudi istovremeno.
- Festival je odlična prilika da se ljude istovremeno zabavi, informira i poduči.
- Iskustvo iz prve ruke je najbolja reklama.
- Na istom mjestu okuplja najrazličitije bicikliste koji mogu međusobno izmjenjivati iskustva i biti primjer i izvor informacija onima koji još ne voze bicikl.
- Biciklistički festivali su zabavni.

Slabe strane

- Organizacija festivala i događanja može biti velik posao i zahtijevati angažiranje velikog broja ljudi.
- Može puno koštati, ovisno o pokroviteljima i drugoj novčanoj potpori koje uspijete naći.
- Uspjeh takvih događanja obično ovisi o vremenskim uvjetima.

Čimbenici uspjeha i prepreke uspjehu

- Pobrinite se da javnost bude dobro i na vrijeme obaviještena o vašem festivalu/događaju – uspjeh će ovisiti o broju ljudi koje uspijete privući.
- Nemojte podcijeniti važnost jela, pića i glazbe! To su stvari koje stvaraju dobru atmosferu i potiču sudionike da se dulje zadrže.
- Potrudite se privući i ljude koji inače ne običavaju posjećivati takva događanja: ljude koji ne voze bicikl ili ga ne voze redovno.
- Festival/događaj bi trebao biti besplatan. Iako naplaćivanje ulaza može pomoći da se pokriju troškovi organizacije, u gradovima gdje biciklizam još nije široko prihvaćen to će biti prepreka zbog koje mnogi ljudi neće prisustvovati festivalu.

Ocjena utjecaja

Prebrojte posjetitelje festivala. To možete činiti za svaku pojedinačnu aktivnost i/ili za čitav događaj. Možete koristiti jednostavne biljege koje ćete otiskivati na rukama posjetitelja ili narukvice kakve se inače koriste na festivalima. Ako angažirate volontere koji otiskuju biljege ili

dijele narukvice, istovremeno vršeći prebrojavanje, znat ćete približno točan broj sudionika festivala bez straha da ste neke prebrojili više puta.

Primjeri dobre prakse

Primjer 1

Ciclovia – Bogota (Kolumbija)

Ciclovia je španjolska riječ za biciklistički put, ali je značenje riječi prošireno te obuhvaća i privremeno zatvaranje ulice za automobile kako bi se ulični prostor prepustio drugim korisnicima. Svake nedjelje i praznicima od 7:00 do 14:00 sati glavne ulice Bogote (kao i Cali, Medellin i drugih kolumbijskih gradova) zatvorene su za motorni promet i otvorene za bicikliste, trkače, skejtere itd. U parkovima se postavljaju pozornice na kojima učitelji aerobika i joge i glazbenici održavaju priredbe i radionice. U Bogoti 2 milijuna ljudi (30% građana) redovno napuni više od 120 km ulica zatvorenih za motorni promet.



Ciclovia se u Bogoti održava od 1976. ali se posljednjih godina ideja proširila i u drugim dijelovima svijeta, uključujući New York, Melbourne, Mexico City, te Quito u Equadoru. Slična se događanja održavaju i na drugim mjestima, primjerice njemački Tal-to-Tal, gdje su dijelovi ceste s obje strane rijeke Rajne otvoreni za bicikliste i ostali nemotorni promet tijekom jednog vikenda svakog ljeta.

Ovo je neka vrsta oživljavanja običaja koji je 70-tih postojao u mnogim dijelovima Europe, da se svake nedjelje ulice zatvore za automobile s ciljem promicanja nemotornog prometa, a ne samo da bi se smanjila potrošnja goriva. Prepustivši biciklistima i ostalom nemotornom prometu dio ceste koji je inače namijenjen automobilima, grad jasno iskazuje svoju podršku i poticaj razvoju biciklizma.

Pogledajte video-snimke „ciklovije“ u Bogoti: www.streetfilms.org/ciclovia, ili prve „ciklovije“ održane u New Yorku: www.ibiketo.ca/blog/2008/08/11/new-yorks-first-ciclovia-success

Bogota je „grad početnik“ (grad s malim brojem biciklista), sa stopom biciklizma u modalnoj raspodjeli od 3.2% (2003.) i porastom u odnosu na 0.8% 1995. godine.

Fotografija: ShareAlike 2.0, Flickr

Primjer 2

Biciklistički pozdrav proljeću – Poznan (PL)

Prema poljskom narodnom običaju, slavenska božica Morana (Marzanna) simbol je zime i na prvi ju dan proljeća treba utopiti ili spaliti kako bi se otjeralo zimu i izrazilo dobrodošlicu proljeću.

Gradska udruga biciklista u Poznau koristi tu priliku da na prvi dan proljeća promiče biciklizam i potakne građane da sjednu na bicikle. Svake godine se preko vikenda najbližeg prvom danu proljeća u Poznau okupi do 200 lokalnih biciklista, koji ukrase svoje bicikle, zajedno se provozaju središtem grada i nakon toga bace lutku koja predstavlja Moranu u rijeku Wartu (lutka je pričvršćena za konop kako ne bi zagadili rijeku).



Kao poruka lokalnim političarima, Morana predstavlja i probleme vezane uz biciklizam u Poznau koje treba riješiti. U prošlosti je Marzanna bila simbol grada koji baš ništa ne ulaže u biciklističku infrastrukturu (biciklističke staze, prilagođene rubnjake, popločivanje ulica), sa svjetlosnom signalizacijom koja biciklistima otežava prelaženje ulica. Predstavnicima lokalne vlasti obično sudjeluju u događaju, a to je dobra prilika da ih se obavijesti o potrebama lokalnih biciklista.

Detalje potražite na

www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1684&lang1=en ili kontaktirajte Michala Beima na michal@srn.eco.pl.



Poznan je „grad početnik“ (grad s malim brojem biciklista) sa stopom biciklizma u modalnoj raspodjeli od približno 2.5-3%.

Fotografije: Roman Fontowicz

Zahvala

Ovaj je info-lista pripremljen uz novčanu potporu programa „Intelligent Energy Europe“. Zahvaljujemo i Accell grupi koja je omogućila prijevod teksta s engleskog na hrvatski jezik.

PROMOCIJA / **INFORMIRANJE**

BICIKLISTIČKI INFORMATIVNI CENTRI / CENTRI ZA MOBILNOST

Ukratko

Ljudima koji se počnu zanimati za biciklizam nije uvijek očito gdje mogu pronaći više informacija. Biciklistički informativni centar ured je s prostorijama u gradu (za razliku od internetskog portala) koji služi kao svojevrsna „kontakt-točka“ za biciklizam u gradu, sa svrhom pružanja informacija o svim vidovima vožnje bicikla u gradu. Centar za mobilnost ima sličnu svrhu, ali pruža informacije o svim mogućnostima održivog prijevoza.

Osnovne informacije

Definicija

Biciklistički info-centar fizička je lokacija (iako može imati i web-stranicu) dostupna svim građanima, gdje biciklisti i svi koje biciklizam zanima mogu potražiti odgovore na pitanja i dobiti informacije vezane uz biciklizam. U ponudi su karte, informacije o raznim tečajevima (tečajevi sigurne vožnje, popravka bicikla itd.) i lokalnim biciklističkim izletima, a moguće je i stupiti u kontakt s lokalnim biciklističkim udrugama.

Centar za mobilnost ima istu svrhu, ali na jednom mjestu nudi informacije o svim oblicima održivog prijevoza: javnom prijevozu, biciklizmu, pješačenju, zajedničkom korištenju automobila itd.

Namjena/Cilj

Biciklistički info-centar građanima pruža informacije o mogućnostima vožnje bicikla koje im inače ne bi bile lako dostupne. Osim što pružaju informacije, podižu svijest o biciklizmu među građanima koji ne voze bicikl, te služe kao „kontakt-točka“ za sve aktivnosti vezane uz biciklizam kao svakodnevni način prijevoza.

Iako bi glavni cilj trebalo biti informiranje i poticanje građana na korištenje bicikla za svakodnevni prijevoz u gradu, te će informacije biti korisne i biciklističkim turistima, te ne treba zanemariti ni njihove potrebe.

Područje primjene

Biciklistički info-centar najprimjereniji je u gradovima s razvijenim biciklizmom („gradovima predvodnicima“). Centar za mobilnost primjeren je u gradovima s manje razvijenim biciklizmom („gradovi početnici“ i „gradovi u usponu“).

Ciljna skupina/e

- Potencijalni biciklisti koji žive u vašem gradu ili onamo svakodnevno putuju.
- Građani koji već voze bicikl.
- Turisti koje zanimaju biciklističke aktivnosti.

Primjena

Mogući partneri

Odabir odgovarajućih partnera ovisit će o vrsti centra koji je prikladan u vašem gradu. Evo nekih mogućnosti:

- Lokalni javni prijevoznik
- Agencija koja iznajmljuje automobile za zajedničko korištenje (ako je usluga javna) – car-sharing
- Turistički ured
- Lokalna vlast
- Lokalne biciklističke udruge
- Trgovine biciklima
- Turističke agencije koje organiziraju biciklističke aktivnosti
- Mediji

Biciklistički info-centar ili centar za mobilnost?

Centar posvećen isključivo biciklizmu najprimjereniji je u gradovima gdje je biciklizam već postao dijelom lokalne kulture („gradovi predvodnici“). Državna biciklistička udruga u Njemačkoj ima informativne urede na nekim biciklističkim stanicama, kao što je, na primjer, biciklistički informativni ured u Bremenu (vidi primjer dobre prakse br. 2 u tekstu niže).

U nekim „gradovima predvodnicima“, građani su uglavnom već svjesni mogućnosti prijevoza koje su im na raspolaganju, a informacije su najpotrebnije turistima, te je najbolje informacije o biciklizmu ponuditi putem turističkog ureda, kao što je slučaj u Amsterdamu (vidi <http://www.iamsterdam.com/en/living/transportation/bikes>)

Za „gradove početnike“, u kojima se biciklistima još ne nudi puno mogućnosti, suradnja s centrom za mobilnost, ili davanje informacija o biciklizmu u informativnim uredima javnog prijevoza, bit će dobar početak.

Osim što se time smanjuju troškovi, suradnja s drugim održivim vrstama prijevoza ima i tu prednost što može privući ljude koji u ured nisu došli u potrazi za informacijama o biciklizmu.

U gradovima u kojima je biciklizam u porastu, zajednički informativni centar za sve ekološki prihvatljive vrste prijevoza vjerojatno će biti najpraktičnije rješenje. Za detalje o jednom takvom centru vidi primjer dobre prakse br. 1 u tekstu niže (Centar za mobilnost u Stuttgartu).

Lokacija

Vidljiva lokacija u središtu grada, gdje pješaci i biciklisti redovno prolaze u velikom broju, pomoći će podići svijest građana o biciklizmu.

Vrste usluga

Ovisno o stupnju razvoja biciklizma i specifičnim potrebama vašeg grada, možete ponuditi razne informacije i usluge, kao što su:

- Biciklističke karte i letci
- Zaštitne oznake za bicikle (za slučaj krađe)
- Prodaja i otkup bicikala i biciklističke opreme
- Informacije o:
 - nadolazećim događanjima
 - parkiranju bicikala
 - prijevozu bicikala u javnom prometu
 - iznajmljivanju bicikala
 - biciklističkom turizmu u vašem kraju (smještaj s pogodnostima za bicikliste, biciklističke karte itd.)
- Savjeti o:
 - sigurnoj vožnji bicikla
 - kupnji bicikla

- održavanju bicikla
- planiranju putovanja biciklom
- odjeći i opremi
- zaštiti od krađe

Ured bi trebao imati redovno radno vrijeme i biti lako dostupan.

Trebalo bi uzeti u obzir...

Prednosti

- Jedna od prednosti kombiniranog centra za mobilnost je što može zainteresirati i one koji nisu nužno došli u potrazi za informacijama o biciklizmu.
- Biciklistički info-centar vidljiv je znak toga koliko grad drži do biciklizma.

Slabe strane

- Za biciklističke info-centre i centre za mobilnost najveći je problem kako osigurati sigurne i stalne izvore financiranja.

Čimbenici uspjeha i prepreke uspjehu

Ako u vašem gradu postoji mjesto koje je ljudima logičan izbor kada kreću u potragu za informacijama vezanima uz prijevoz, tamo trebate potražiti partnere.

Biciklistički info-centar ili centar za mobilnost neće sam po sebi biti učinkovit ako u gradu ne postoji dovoljno širok raspon informacija, aktivnosti i usluga o kojima ćete informirati klijente.

Uspjeh takvog centra u velikoj će mjeri ovisiti o promidžbi. U gradovima gdje je ta ideja razmjerno nova, trebat ćete najprije ljude uputiti o vrsti informacija koje ondje mogu naći.

Procjena utjecaja

Prebrojavanjem posjetioca, najbolje uz zapisnik o postavljenim pitanjima, dobit ćete dobru ideju o uspješnosti info-centra.

Primjeri dobre prakse

Primjer 1

Mobilitätspunkt (Centar za mobilnost) – Stuttgart (DE)

Centar za mobilnost u Stuttgartu osnovan je 1998. ali je početkom 2006. proširio raspon svojih usluga postavši mjestom gdje se mogu dobiti stručni savjeti o svim aspektima planiranja putovanja za sve vrste prometa. Prije svega nudi informacije o svim vrstama javnog prijevoza, te usluge planiranja putovanja za vozače automobila, bicikliste i pješake, prilagođene potrebama klijenta.

Među uslugama koje nudi su:

- Informacije o putovanjima javnim prijevozom
- Programi iznajmljivanja automobila za zajedničko korištenje („car-sharing“)
- Planiranje putovanja za vozače automobila, bicikliste i pješake
- Tečajevi „štedljive“ vožnje automobila (ušteta goriva)
- Organiziranje zajedničkih putovanja privatnim automobilima („carpooling“)
- Informacije o parkiralištima za automobile
- Informacije za osobe s posebnim potrebama

Cilj je povećati potražnju za ekološki prihvatljivim vrstama prijevoza i ponuditi nove usluge, poput iznajmljivanja kutija za prijevoz bicikala (u ponudi od 2007.)

Centar za mobilnost u Stuttgartu nalazi se u sklopu turističkog ureda u blizini glavnog željezničkog kolodvora. Mnoge od aktivnosti centra za mobilnost omogućene su financiranjem od strane Europske unije. Za više detalja posjetite www.civitas.eu/measure_sheet.phtml?lan=fr&id=281, ili se obratite Ulrichu Steimeru na adresi ulrich.steimer@stuttgart.de.

Stuttgart je „grad u usponu“ s udjelom biciklista u modalnoj raspodjeli od 8% (2009.). Grad je 2005. postavio cilj da u srednjoročnom razdoblju dostigne stopu od 12%, a u dugoročnom razdoblju 20%.

Primjer 2

radort-Bremen (biciklistička točka Bremen) – Bremen (DE)

radort je informativni centar bremenske podružnice njemačke državne biciklističke udruge. Njihove usluge uključuju:

- Zaštitne oznake za bicikle (za slučaj krađe)
- Trgovina rabljenim biciklima (povezivanje prodavača i kupaca)
- Savjeti o raznim temama vezanima uz biciklizam
- Informativni letci

Nude i velik izbor literature i informacija o raznim temama vezanima uz biciklizam, poput:

- Detaljnih regionalnih karata namijenjenih kraćim ili duljim putovanjima
- ADFC¹ biciklističkih karata za cijelu Njemačku
- Knjiga o biciklističkom turizmu u susjednim zemljama
- Raznih knjiga o biciklizmu (turistički vodiči, tehničke knjige)
- Preporuka za smještaj s pogodnostima za bicikliste
- *Radwelt* i *pedal*, časopisi o biciklizmu koje izdaje ADFC



Rad radort-a omogućen je potporom lokalne vlasti. Više detalja (na njemačkom jeziku) potražite na www.radort-bremen.de, ili se obratite Klaus-Peteru Landu na adresi klaus-peter.land@adfc-bremen.de.

Bremen „grad predvodnik“ (grad s visoko razvijenim biciklizmom) sa stopom biciklizma u modalnoj raspodjeli od 25%.

Zahvala

Ovaj je info-list pripremljen uz novčanu potporu programa „Intelligent Energy Europe“. Zahvaljujemo i Accell grupi koja je omogućila prijevod teksta s engleskog na hrvatski jezik.

¹ Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club

PROMOCIJA / **OBUKA i PROGRAMI**

PROGRAMI CILJANE BICIKLISTIČKE OBUKE ODRASLIH

Ukratko

Iako bi mnogi odrasli rado koristili bicikl kao svakodnevno prijevozno sredstvo, mnogi se ne osjećaju spremnima za to. U nekim je europskim gradovima glavna prepreka nedostatak vještina vožnje bicikla među odraslim građanima (ili među određenim skupinama odraslih). Dok neki nikada nisu naučili održavati ravnotežu na dva kotača, drugima naprosto nedostaju vještine koje su potrebne za sigurnu i samopouzdanu vožnju gradom. Ciljana obuka nastoji zadovoljiti obje ove potrebe.

Osnovne informacije

Definicija

Programi ciljane biciklističke obuke odraslih izvode se u grupi i uče polaznike kako u prometu voziti sigurno i bez straha. Obuka može početi od samih osnova (za one koji nisu imali prilike naučiti voziti bicikl u ranoj dobi), ili biti prilagođena onima koji znaju voziti bicikl, ali se ne snalaze u prometu.

Namjena

Cilj obuke je pomoći odraslima koji još ne voze bicikl ili ga voze samo rekreativno da prevladaju najvažniju prepreku: nedostatak vještine vožnje bicikla, odnosno vještina sigurne vožnje u gradskom okruženju.

Područje primjene

Programi biciklističke obuke odraslih uglavnom su najprikladniji i najpotrebniji u gradskim područjima gdje je udaljenosti između odredišta lako prijeći biciklom. U "gradovima početnicima" (gradovima s malim brojem biciklista) i "gradovima u usponu" (sa nešto razvijenijim biciklizmom) gdje bicikl nije primarno prijevozno sredstvo, ciljna skupina može biti prilično široka. U gradovima s razvijenim biciklizmom, gdje se na biciklizam gleda kao na dio lokalne kulture, treba se usredotočiti na manje skupine koje su isključene iz većinske kulture.

Ciljna skupina

Ciljna skupina za programe biciklističke obuke odraslih ovisit će do neke mjere o stupnju razvoja biciklizma i posebnim potrebama grada.

- "Gradovi početnici" (gradovi s malim brojem biciklista): ciljna skupina bit će razmjerno široka; odrasli koji posjeduju bicikl, ali ga trenutno ne voze ili ga voze samo rekreativno.
- "Gradovi predvodnici" (gradovi s visoko razvijenim biciklizmom): Ako je biciklizam već dio lokalne kulture, treba se usredotočiti na skupine koje ne spadaju u većinu (koje se čak mogu osjećati isključenima zbog toga što ne znaju voziti bicikl). Primjeri su doseljenici iz zemalja u kojima biciklizam nije uobičajen, starije osobe ili osobe s posebnim potrebama (kojima možete ponuditi posebno prilagođene bicikle, tricikle ili pedeleke).
- "Gradovi u usponu" (gradovi s nešto razvijenijim biciklizmom): jedna od gore navedenih skupina, ili mješavina obaju.

Primjena

Prilike za poslovnu suradnju

Postoje brojne mogućnosti za suradnju u pripremi i provedbi programa biciklističke obuke odraslih. Za programe namijenjene odraslima koji posjeduju bicikl ali ga ne voze (ili ga koriste samo za rekreaciju) možete birati između sljedećih partnera:

- Lokalni javni prijevoznik kao partner u promociji održivog razvoja prometa i/ili kao financijski pokrovitelj
- Lokalne ili državne biciklističke udruge kao izvor stručnog znanja, obuke instruktora i/ili angažiranja instruktora, a možete ih angažirati i za provedbu čitavog programa
- Zdravstvene udruge i ustanove kao partneri u promociji zdravog, aktivnog života
- Lokalne tvrtke (osiguravajuće tvrtke ili druge tvrtke koje se zalažu za zdrav i aktivan život ili ekološki prihvatljiv prijevoz) mogu biti financijski pokrovitelji programa
- Lokalni trgovci biciklima mogu pomoći u promidžbi programa, primjerice ponudom besplatnog tečaja vožnje (ili popusta na tečaj) sa svakom kupnjom novog bicikla
- Lokalni mediji mogu biti partneri u promidžbi programa
- Lokalni poslodavci mogu izraziti podršku zdravim navikama i ekološkom prijevozu svojih zaposlenika (primjerice plaćajući im biciklistički tečaj)
- Vozačke škole. U gradovima gdje je svijest o biciklizmu posebno niska, korisno je surađivati s vozačkim školama. Možete im predložiti da u nastavu vožnje uključe i podizanje svijesti o biciklistima na cesti.

U "gradovima predvodnicima" sa visoko razvijenim biciklizmom gdje su ciljne skupine specifičnije, udruge koje rade s tim skupinama ujedno su i glavni partneri u programima obuke (primjerice, udruge doseljenika ako su ciljna skupina doseljenici, udruge starijih osoba/umirovljenika ako su ciljna skupina starije osobe).

Provedba i troškovi programa

Iako trajanje i sadržaj tečaja ovisi o ciljanoj skupini, polaznicima koji uče osnove vožnje bicikla potrebna je dulja obuka nego onima koji trebaju naučiti samo vještine vožnje u prometu.

Iako je i teorijski dio obuke nedvojbeno koristan, iskustvo vožnje na cesti u pratnji stručnog instruktora ključno je da bi se neiskusne bicikliste potaklo da se odvažaju na češću vožnju. Prometna pravila, vježbanje vještina upravljanja biciklom i vožnja gradom u pratnji instruktora trebali bi biti sastavni dijelovi svakog tečaja biciklističke obuke odraslih.

Možete izbjeći „izmišljanje tople vode“ (to jest, osmišljavanje nastavnog programa koji je drugdje već u uporabi) tako da stupite u kontakt s drugim gradovima u kojima su već provedeni slični tečajevi.

Troškovi koje treba financirati uključuju: izradu nastavnog programa, administrativne troškove, plaće instruktorima, promidžbu i reklamiranje, praćenje programa, raznu opremu (sigurnosne prsluke, alate za popravak, prometne čunjeve itd.)

Troškove možete pokriti državnom potporom, pokroviteljstvom raznih tvrtki, ili prihodima od samog tečaja.

Trebalo bi uzeti u obzir..

Prednosti

- Biciklistička obuka za odrasle pomaže ukloniti osnovnu prepreku biciklizmu, a to su vještine vožnje bicikla.
- Rezultate je lako ocijeniti prebrojavanjem polaznika i naknadnim anketama.
- Vođenje baze podataka o novim biciklistima može biti izvor korisnih informacija o potrebama novih biciklista u gradu.
- Novi biciklisti često su puni entuzijazma za novonaučene vještine i mogućnosti prijevoza, te će tečaj rado preporučiti i drugima.
- Tečaj je osim toga i izvor zajedništva i društvene uključenosti (ako polaznici mogu, primjerice, pratiti djecu ili unuke biciklom u školu). To se posebno odnosi na manjinske skupine.
- Obuka za odrasle i za djecu međusobno se nadopunjuju.

Slabe strane

- Tečajevi biciklističke obuke odraslih izvedivi su samo s manjim grupama polaznika, te zbog toga mogu zahtijevati veće troškove i više zaposlenika (posebno u ranoj fazi).
- Kako bi program bio zaista učinkovit, potrebno je tečajeve provoditi redovno i kroz dulje vrijeme.
- U "gradovima početnicima" s malim brojem biciklista, gdje ljudi ne pridaju biciklizmu veliku važnost, troškovi takvog programa u pravilu su veći od prihoda.
- Bez koordinatora koji će se pobrinuti za organizaciju i vođenje programa (uz potporu partnera), program ima male šanse za uspjeh.

Procjena utjecaja

Anketiranjem polaznika nakon tečaja saznat ćete koliko su zadovoljni naučenim. Broj polaznika pokazatelj je stupnja interesa za program.

Naknadne ankete (primjerice 6 mjeseci ili godinu dana nakon tečaja) dat će dobru sliku o tome koliko je tečaj bio uspješan, tj. koriste li bivši polaznici bicikl za prijevoz. Takve je ankete moguće provesti i obraditi uz razmjerno male troškove putem interneta.

Čimbenici i prepreke uspjehu

Suradnja je dragocjena ne samo s obzirom na financijsku potporu programu nego i time što omogućuje pristup raznim društvenim skupinama (poslovne tvrtke, javni prijevoznici, tijela javne vlasti, zdravstvene ustanove, mediji itd.)

Pri određivanju duljine i cijene tečaja treba voditi računa o važnosti koju društvo pridaje biciklizmu. Ako biciklizam nije „na cijeni“, bit će teško uvjeriti građane da za tečaj izdvoje vrijeme i novac.

U gradovima s malo biciklista, za očekivati je da ljudi većinom neće biti spremni platiti punu cijenu višesatnog biciklističkog tečaja. Cijena neće biti problem ponudite li tečaj besplatno, ali to može imati za negativnu posljedicu podcjenjivanje kvalitete usluge, zbog čega je moguće da se neki prijavljeni polaznici ne pojave u dogovorenom terminu, budući da ništa nisu uložili. Poželjno je stoga naplatiti barem simboličnu cijenu.

Kao što je slučaj s toliko drugih projekata, promidžba je i ovdje ključ uspjeha.

Prvenstveno u gradovima s malo biciklista gdje se biciklizam doživljava kao prilično opasna aktivnost, važno je stvoriti sigurno, otvoreno i zabavno okruženje za učenje.

Iako programi namijenjeni ciljanim skupinama polaznika (primjerice doseljenicima) najčešće nisu prikladni za "gradove početnike" (gradove s malim brojem biciklista) i "gradove u usponu" (gradove s nešto razvijenijim biciklizmom), treba nastojati i njih uključiti u programe namijenjene široj javnosti. To može značiti oglašavanje na jezicima glavnih manjinskih skupina u vašem gradu ili angažiranje instruktora iz manjinskih skupina kako bi isti tečaj bi dostupan na više jezika.

Primjeri dobre prakse

Primjer 1

Tilburg (NL) – Biciklistička poduka za doseljenice

Centar za doseljenice grada Tilburga već 25 godina doseljenicima nudi tečajeve vožnje bicikla. Tečaj se održava jednom tjedno po jedan sat, u trajanju od 10 tjedana, u grupama od 10 do 12 polaznika. Program financiraju lokalne vlasti, uz potporu raznih državnih i regionalnih programa financiranja. Cijena tečaja je 25 € za svaku polaznicu.

Tečaj se sastoji od vožnje, teorijskog dijela, i društvenog dijela, od kojih je svaki jednako važan. Tečaj pomaže ženama na više načina: bicikl je brzo i jeftino prijevozno sredstvo, pomaže izgradnji samopouzdanja i neovisnosti, a istovremeno je i oblik rekreacije. Tečaj ne samo da podučava vještinama vožnje bicikla, nego postaje i mjesto društvenog okupljanja i razmjene iskustava. Nakon položenog završnog ispita, polaznicama se uručuju potvrde o završenom tečaju.

1996. je u Tilburgu osnovana „Podrška za bicikliste“ (*Steunpunt Fiets*), u okviru koje je Centar za doseljenice osmislio program tečaja koji se nudi u mnogim gradovima i selima. Cilj „Podrške za bicikliste“ je poticati osamostalivanje i uključivanje doseljenica u društvo na državnoj razini.

Detalje potražite na www.steunpuntfiets.nl/English.html ili <http://www.fietsvriendinnen.nl/> (samo



na nizozemskom jeziku) ili stupite u kontakt s Angelom van der Kloof na e-mail adresi a.vanderkloof@mobycon.nl.

Tilburg je "grad predvodnik" (grad s visoko razvijenim biciklizmom), sa stopom biciklizma u modalnoj raspodjeli od 30%

Fotografije: Angela van der Kloof, Mobycon, Netherlands

Primjer 2

Vancouver (CA) – Biciklistički program *Streetwise*

Streetwise je program namijenjen odraslima zainteresiranima za svakodnevni prijevoz biciklom, u suradnji s lokalnom tjednom inicijativom „Biciklom na posao“ (*Bike to Work Week*). Građani su pokazali zanimanje za tečaj, ali su im trebale neke osnovne informacije, budući da godinama nisu vozili bicikl.

Jednodnevni tečaj sastoji se od teorijskog dijela koji se održava u učionici, vježbi upravljanja biciklom na praznom parkiralištu, i dvosatne grupne vožnje gradom. Program organizira lokalna udruga Area Cycling Coalition. Početna novčana sredstva omogućila je lokalna kreditna unija, a troškovi održavanja tečaja dijelom se pokrivaju naplatom sudjelovanja, a dijelom pokroviteljstvom lokalnih vlasti i regionalnog javnog prijevoznika.

Više detalja potražite na www.vacc.bc.ca/cycling/cycling.php?pageID=5 ili kontaktirajte info@vacc.bc.ca.



Vancouver je „grad početnik“ (grad sa Malim brojem biciklista) sa stopom biciklizma u modalnoj raspodjeli od približno 3.5%

Zahvala

Ovaj je info-list pripremljen uz novčanu potporu programa „Intelligent Energy Europe“. Zahvaljujemo i Accell grupi koja je omogućila prijevod teksta s engleskog na hrvatski jezik.

PROMOCIJA / **OBUKA i PROGRAMI**

PROBNE VOŽNJE BICIKALA

Ukratko

Ljudi koji su bicikl zadnji put vozili u djetinjstvu (najčešće bicikl sa samo jednom brzinom) i ljudi s posebnim potrebama često nisu svjesni koliko je različitih bicikala danas u ponudi i koliko su udobni i ugodni za vožnju. Iako se informacije o biciklima mogu pronaći i drugdje, najbolje će biti da ih građani sami isprobaju na organiziranim probnim vožnjama, gdje će lakše pronaći pravi bicikl za svoje potrebe, što će im pomoći da u vožnji ubuduće više uživaju.

Osnovne informacije

Definicija

Probna vožnja bicikala obično se održava tijekom jednog dana, a posjetiteljima omogućuje da isprobaju razne vrste bicikala. Proizvođači bicikala su pozvani da ustupe na probu najrazličitije modele bicikala, a postavlja se i kratka privremena staza za vožnju. Ovisno o stupnju razvoja biciklizma u gradu, možete se usredotočiti na potencijalne bicikliste općenito, ili na određenu ciljnu skupinu: starije osobe, osobe s posebnim potrebama, ili obitelji s malom djecom.

Namjena/Cilj

S najvećom preprekom vožnji bicikla susreću se oni koji nemaju mehanički ispravan, udoban bicikl. Iako je danas moguće informirati se na internetu i u drugim medijima o raznim vrstama bicikala na tržištu, ako građani sami isprobaju voziti te bicikle, veća je vjerojatnost da će se zainteresirati za biciklizam.

Organizirane probne vožnje bicikala daju ljudima mogućnost da isprobaju i informiraju se o raznim vrstama bicikala za koje možda dotada nisu znali da postoje. Uzmimo za primjer pedelek-bicikle, za koje je mala vjerojatnost da će ih ljudi kupiti ako ih najprije ne isprobaju.

Na organiziranim probnim vožnjama posjetitelji imaju priliku usporediti više različitih vrsta bicikala, koje inače ne bi mogli naći u uobičajenim prodavaonicama.

Područje primjene

Organizirana probna vožnja bicikala primjerena je u svim gradovima, bez obzira na stupanj razvoja biciklizma.

Ciljna skupina

U "gradovima početnicima" (gradovima s malim brojem biciklista), ciljna skupina su potencijalni biciklisti. To mogu biti, primjerice, odrasli koji su zadnji put vozili bicikl u djetinjstvu, i to neudobni bicikl s jednom brzinom, te nisu svjesni koliko je tehnologija otada napredovala.

"Gradovi u usponu" u kojima je biciklizam u porastu – gdje je vožnja bicikla uobičajena ali ne još potpuno dijelom gradske kulture – dobra su prilika za nove mogućnosti korištenja bicikala za prijevoz. Na primjer:

- Bicikli za dostavu (s prikolicom, prtljažnikom isl.)
- Bicikli za obitelji s malom djecom: dječja sjedala za bicikl, prikolice, bicikli-prikolice („tag-along“) itd.

U "gradovima predvodnicima" u kojima su bicikli već dio gradske kulture i većina ih građana vozi, treba se usredotočiti na određene ciljne skupine, poput osoba s posebnim potrebama koje se ne mogu služiti običnim biciklima. Primjeri bicikala koje možete ponuditi su:

- Ležeći bicikli (oblikovani tako da je vozač u poluležećem položaju i pedale okreće vodoravno umjesto okomito) za osobe koje imaju problema s leđima.
- Tricikli ili ležeći tricikli za osobe koje imaju problema s ravnotežom.



Give Cycling a Push

Info-list o provedbi

- Bicikli s ručnim pedalama za paraplegičare i druge osobe sa smanjenom pokretnošću nogu
- Pedelek-bicikli za one kojima nedostaje fizičke snage.

U gradovima s brdovitim terenom – bez obzira na broj biciklista – dobro je ponuditi pedeleke i bicikle s velikim rasponom brzina, kako bi se prevladala prepreka terena.

Primjena

Partneri

- Proizvođači i lokalni trgovci biciklima.
- Proizvođači razne biciklističke opreme, poput prikolica ili dječjih sjedala
- Društva i udruge vezane uz ciljnu skupinu ljudi koje nastojite zainteresirati za biciklizam
- Lokalne biciklističke udruge
- Lokalni mediji

Planiranje

Mjesto održavanja probne vožnje

- Ako su ciljna skupina potencijalni biciklisti općenito, dobro je odabrati vidljivo mjesto u središtu grada koje će privući pažnju mnogih prolaznika.
- Ako izlažete prvenstveno pedelek-bicikle, odaberite brdovit teren kako bi posjetitelji mogli bolje osjetiti razliku u naporu pri pokretanju pedeleka (električno asistiranog bicikla) i običnog bicikla. Druga je mogućnost da postavite umjetni nagib, ili probnu vožnju organizirate na privozu višekasnog parkirališta, premda to nije najprivlačnije okruženje.
- Razmjerno velik i sa svih strana zatvoren prostor s jednim nadziranom ulazom omogućuje vam bolji pregled nad biciklima i posjetiteljima, te ćete lakše voditi računa o tome da su svi posjetitelji dobili priliku isprobati bicikle, kao i upute o pravilnoj uporabi.
- Staza za probnu vožnju bi trebala imati oblik jednosmjerne petlje, radije nego da je postavljena u dugoj i ravnoj liniji. Ovime se izbjegavaju sudari i osigurava da se bicikli vrate na isto mjesto s kojeg su krenuli, kako bi ih mogli isprobati sljedeći posjetitelji.
- Vozna površina ne smije biti skliska.

Tko i što treba biti tamo

- Bicikli. Trebate ponuditi što različitije modele – u raznim veličinama – kako bi posjetitelji imali priliku isprobati glavne mogućnosti koje su u ponudi.
- Brošure s informacijama o sigurnoj vožnji bicikla, biciklističke karte lokalnog područja, obavijesti o lokalnim događanjima i aktivnostima vezanima uz biciklizam (promotivna akcija „Biciklom na posao“, grupne vožnje, Međunarodni dan bez automobila, tečajevi vožnje bicikla itd.)
- Stručnjaci za ponuđene vrste bicikala, koji će objasniti posjetiteljima posebne značajke bicikla
- Zdravstveni stručnjaci (ako su ciljna skupina osobe s posebnim potrebama)
- Mehaničari (ili druge stručne osobe) koji će po potrebi moći brzo i precizno podesiti bicikle (podići sjedalo, podesiti upravljač i sl.) kako bi posjetiteljima vožnja bila što udobnija
- Lokalne biciklističke udruge
- Predstavnici lokalne vlasti (koji će pružiti posjetiteljima informacije o tome što grad poduzima u vezi biciklizma).

Promidžba događaja

- Pozovete li lokalno poznatu osobu (npr. člana/icu lokalne sportske ekipe, političara/ku) da prisustvuje oglednoj utrci, privući ćete pozornost medija i podići svijest građana o događaju.

- Nastojte povezati probnu vožnju s događanjem ili festivalom većih razmjera, koji će privući puno posjetitelja. Dan bez automobila, kada su ulice zatvorene za motorni promet, pruža priliku za promicanje biciklizma kao svakodnevnog načina prijevoza.
- Ako je probna vožnja namijenjena određenoj ciljnoj skupini (npr. starijim osobama), najavite događaj u suradnji s njihovim udrugama i društvima.
- Koristite lokalne medije i druga sredstva javnog oglašavanja. Ako događaju prisustvuje i lokalno poznata osoba (ili sličan „mamac“ za medije), lakše ćete privući pažnju medija.

Trebalo bi uzeti u obzir...

Prednosti

- Osobno iskustvo je najbolja reklama.
- Probna vožnja na istom mjestu okuplja najrazličitije bicikliste koji mogu međusobno izmjenjivati iskustva i biti primjer i izvor informacija onima koji još ne voze bicikl.
- Može biti prilagođena potrebama ciljne skupine.
- Zabavna je.

Slabe strane

- Organizacija probne vožnje može biti velik posao i zahtijevati angažiranje velikog broja ljudi.
- Može puno koštati, ovisno o pokroviteljima i drugoj novčanoj potpori koje uspijete naći.
- Ako se probna vožnja održava na otvorenom, uspjeh će ovisiti o vremenskim uvjetima.

Procjena utjecaja

Ako prikupite osobne podatke sudionika, moći ćete provesti on-line anketu nekoliko mjeseci nakon događaja i saznati jesu li kupili bicikl, odnosno je li ih probna vožnja potakla da češće voze bicikl koji već posjeduju.

Podatke o broju prodanih bicikala nakon probne vožnje možete prikupiti i od proizvođača bicikala koji su sudjelovali.

Čimbenici uspjeha i prepreke uspjehu

- Prije svega u "gradovima početnicima" (gradovima s malim brojem biciklista), poželjno je da probna vožnja bude besplatna. Iako će naplaćivanje pomoći pokriti dio troškova organizacije, u gradovima gdje biciklizam još nije široko prihvaćen to će biti prepreka zbog koje mnogi neće sudjelovati.
- Stvorite profesionalno ali prijateljsko i ugodno okruženje kako biste ohrabрили nesigurne posjetitelje.
- Pobrinite se da ponudite različite vrste bicikala u različitim veličinama, uz osoblje volontera koji mogu stručno podešavati bicikle prema potrebama posjetitelja (visinu sjedala, upravljač itd.). Ako posjetitelji isprobaju bicikle koji im ne odgovaraju veličinom ili su loše podešeni, mogu imati dojam da su bicikli neudobni i nezgodni za vožnju. Posjetitelji bi trebali steći dojam da je vožnja bicikla udobna i zabavna aktivnost koju će rado pokušati opet.

Primjeri dobre prakse

Primjer 1

Probna vožnja pedalek-bicikala na Dan bez automobila – Bremen (DE)

Na Dan bez automobila 2009. bremenska podružnica njemačke državne biciklističke udruge organizirala je probnu vožnju pedalek-bicikala na višekatom parkiralištu automobila. Taj je izbor omogućio posjetiteljima da isprobaju vožnju uzbrdo sa i bez pomoći električnog motora.

Pet lokalnih prodavača izložilo je oko 25 pedelek-bicikala koje su posjetitelji mogli isprobati. Prodavači su sudjelovali kao izlagači i kao osoblje zaduženo za brigu o biciklima. Iako organizatori nisu uspjeli privući očekivani broj posjetitelja (i bicikli se nisu prodavali na mjestu događaja), odaziv je bio više nego zadovoljavajuć i posjetitelji su pokazali veliko zanimanje za pedelek-bicikle.



Za više detalja posjetite web-stranicu adfc-bremen.de/cms/front_content.php?idcat=183&idart=867 (na njemačkom jeziku) ili se obratite Klaus-Peteru Landu na adresi klaus-peter.land@adfc-bremen.de.

Bremen je "grad predvodnik" (grad s visoko razvijenim biciklizmom), sa stopom biciklizma u modalnoj raspodjeli od 25%.

Fotografije: Hannah Grundey

Primjer 2

Izložba pedelek-bicikala – Stuttgart (DE)

Gradonačelnik grada Stuttgarta 2007. je najavio plan da biciklizam u tom gradu dostigne stopu od 20% u modalnoj raspodjeli. Međutim, s obzirom da je Stuttgart smješten na brdovitom terenu (nadmorska visina varira do 300 m), zaključeno je da su pedelek-bicikli najbolje rješenje i gradska uprava je odlučila grad preobraziti iz „grada automobila“ u „grad pedelek-bicikala“. Među inicijativama koje je grad poduzeo je i izložba pedelek-bicikala postavljena u središtu grada kako bi se što više ljudi informiralo o toj vrsti bicikla i mogućnostima prijevoza koje nude. Izložba je organizirana u suradnji s nezavisnom udrugom ExtraEnergy, koja se bavi informiranjem, promidžbom i testiranjem laganih električnih vozila diljem svijeta, (www.extraenergy.org/main.php?language=en&category=extraenergy&subcateg=22&id=176).

Više detalja o izložbi pedelek-bicikala potražite na:

www.datei.de/public/extraenergy/Showroom-Stuttgart-eng.pdf

Stuttgart je "grad u usponu" sa stopom biciklizma u modalnoj raspodjeli od 7%.

Zahvala

Ovaj je info-list pripremljen uz novčanu potporu programa „Intelligent Energy Europe“. Zahvaljujemo i Accell grupi koja je omogućila prijevod teksta s engleskog na hrvatski jezik.

PROMOCIJA / **PODIZANJE SVIJEŠTI O BICIKLIZMU**

KAMPANJE OPĆEG PROMICANJA VOŽNJE BICIKLOM

Ukratko

Na isti način na koji proizvođači automobila koriste psihološki marketing u svrhu promicanja ideje životnog stila vezanog uz kupnju određenog vozila, tako se i ideja biciklizma može „prodati“ široj javnosti. Kampanja s općim ciljem promicanja biciklizma na pozitivan način osvježuje javnost o biciklizmu. Kampanja je najčešće vezana uz određeni slogan ili sliku (ili oboje), premda konkretne poruke koje prenosi ovise o ciljnoj skupini koju nastoji pridobiti.

Osnovne informacije

Definicija

Kampanja s općim ciljem promicanja biciklizma nastoji „prodati“ ideju biciklizma onima koji ne voze bicikl, te općenito u javnosti stvoriti pozitivnu predodžbu o vožnji biciklom. Kao što oglašavanje automobila promiče određeni životni stil, tako se i uspješna biciklistička kampanja obraća emocijama kako bi ideju vožnje biciklom učinila privlačnom.

Namjena/Ciljevi

U gradovima predvodnicima (gradovima s visoko razvijenim biciklizmom), kampanje općeg promicanja biciklizma koriste se da bi se osnažila postojeća biciklistička kultura, nagradili oni koji su odabrali bicikl kao metodu prijevoza, a one koji još ne voze bicikl potaklo da se „pridruže veselju“.

U gradovima početnicima (gradovima s malim brojem biciklista), promotivne kampanje pomažu da se u široj javnosti potakne drukčiji stav prema vožnji biciklom (ili da se vožnja biciklom uopće osvijesti kao opcija).

Gradovi u usponu (gradovi s nešto razvijenijim biciklizmom) mogu uzeti u obzir oba navedena cilja.

Područje primjene

Kampanje općeg promicanja biciklizma prikladne su u gradovima u usponu i gradovima s visoko razvijenim biciklizmom. U gradovima početnicima, u kojima je biciklizam nerijetko tek u začetku, prije svega treba investirati u infrastrukturu i obrazovanje, kako biste imali nešto novo i pozitivno za ponuditi potencijalnim biciklistima, a tek zatim u promociju. Nema smisla ulagati u promotivnu kampanju ako infrastruktura i uvjeti već nisu na zadovoljavajućoj razini ili ako barem istovremeno ne poduzimate mjere kako biste uvjete popravili.

Ciljne skupine

- Potencijalni biciklisti i rekreativci
- Šira javnost
- Turisti

Primjena

Kampanje općeg promicanja biciklizma trebalo bi provoditi u sklopu s drugim mjerama vezanim uz biciklizam (poboljšanje biciklističke infrastrukture, izrada nove lokalne biciklističke karte, uključivanje biciklizma u sustav javnog prijevoza, postavljanje novih stalaka za bicikle, itd.) Ne isplati se ulagati u promotivnu kampanju ako su uvjeti i infrastruktura za bicikliste na nedovoljno visokoj razini, odnosno ako se ništa ne poduzima da se ti uvjeti poprave.



Potencijalni partneri

- Lokalne vlasti
- Turistički ured
- Lokalne biciklističke udruge
- Zdravstvene udruge
- Javni gradski prijevoznici
- Proizvođači i trgovci biciklima
- Mediji

Kako isplanirati kampanju

U gradovima početnicima najčešće 75% biciklista čine muškarci, dok je u gradovima predvodnicima taj omjer ravnomjerniji (50-50). Može se angažirati profesionalnu marketinšku agenciju koja će provesti istraživanje tržišta i pomoći vam da utvrdite koje bi poruke i slike bile privlačne potencijalnim biciklistima, te na koji je način najbolje te poruke prenijeti da bi kampanja bila uspješna. Mogućnosti su raznolike:

- Odjeća (sportska ili svakodnevna)
- Dob (mladi, odrasli, starije osobe)
- Spol
- Procijenjena razina opasnosti (sa i bez kacige i reflektirajućeg prsluka; vožnja uz motorizirani promet ili na stazama rezerviranim za bicikliste)
- Vrsta bicikla
- Tjelesna forma (vitki, mišićavi, korpulentni)
- Vremenski uvjeti i vrsta terena

Kampanju uvijek trebate usmjeriti na ciljnu skupinu koje želite privući (ne na one koji već voze bicikl).

Trebalo bi uzeti u obzir...

Prednosti

- Prezentacije zasnovane na emocijama uglavnom su se pokazale uspješnijima od onih zasnovanih na logici.

Nedostaci

- Promotivne kampanje namijenjene široj javnosti znaju biti prilično skupe.

Čimbenici uspješnosti kampanje i prepreke uspjehu

- Kampanju općeg promicanja vožnje biciklom treba provoditi kao podršku drugim programima i aktivnostima namijenjenim povećanju razine biciklizma u gradu. Teško ćete potaknuti ljude da više voze bicikl ako pritom ne poduzmete i mjere kojima ćete biciklizam učiniti pristupačnijim i privlačnijim.

Ocjena uspješnosti kampanje

Provedete li oglednu anketu građana, saznat ćete koliko je biciklizam uopće prisutan u svijesti građana, kako ga doživljavaju, te da li i koliko voze bicikl.

Primjeri dobre prakse

Slučaj 1

Bici Bolzano/Fahrrad Bozen – Bolzano (IT)

Dvojezični (talijansko-njemački) grad Bolzano u Italiji osmislio je stratešku i stručnu promotivnu kampanju kako bi ideju biciklizma učinio privlačnom svojim građanima i tako postigao zacrtane ciljeve daljeg razvoja biciklizma. Bolzano je osmislio „identitet“ kojim će predstavljati ideju mobilnosti u gradu putem vožnje biciklom, a kampanjom se nastoji osigurati da taj identitet u široj javnosti bude viđen i pozitivno prihvaćen. Zaštitni znak kampanje korišten je širom grada, na svim sadržajima vezanima uz biciklizam, ali i šire – na plakatima, reklamnim stupovima, internetu, razglednicama, reklamnim spotovima u kinima. Logo je prepoznatljiv i cilj mu je sugerirati mobilnost i brzinu, te u svijesti građana potaknuti pozitivne osjećaje.

Kao dio kampanje promicanja biciklizma, u Bolzanu je postavljen i „barometar“ za bicikle (brojač bicikala; vidi info-list o biciklističkim „barometrima“).



Bici Bolzano **Fahrrad Bozen**

Bolzano je „grad predvodnik“, sa stopom biciklizma od 25% (2005.) i porastom od 5% u odnosu na 2002. godinu

Slučaj 2

„I bike CPH“ („Ja bicikl CPH“/„Ja bicikliram Kopenhagen“) – Kopenhagen (DK)

Kampanjom „I bike CPH“ grad Kopenhagen uvjerava svoje građane kao i ostatak svijeta da, kad je u pitanju biciklizam, nema boljeg mjesta na svijetu. Građanima i građankama Kopenhagena je poticajna svijest da i drugdje u svijetu njihovu kulturu biciklizma doživljavaju kao nešto posebno, te se takvom kampanjom stvara čarobni krug kojim se pojačava ionako pozitivan stav.

Kopenhagen je svoj status oaze biciklizma toliko uspješno promovirao, da je izraz „kopenhagenizirati“ u urbanističkom žargonu diljem svijeta postao sinonim za vrstu urbanog razvoja kojim se promet u gradu orijentira na pješaćenje i biciklizam, povećavajući kvalitetu okoliša i života u gradu.

Ova je promotivna kampanja tek dio puno opsežnijeg projekta da se poveća stopa biciklizma u Kopenhagenu, a vožnja gradom učini još boljim iskustvom.

Kopenhagen je vodeći biciklistički grad (GRAD PREDVODNIK), s udjelom biciklista u modalnoj raspodjeli od 36%, i s planom da do 2015. dostigne stopu od 50% za lokalna putovanja.



Zahvala

Ovaj je info-list pripremljen uz novčanu potporu programa „Intelligent Energy Europe“. Zahvaljujemo i Accell grupi koja je omogućila prijevod teksta s engleskog na hrvatski jezik.