



## Peš ali s kolesom za zdravo in aktivno preživljanje prostega časa



**Hoja in kolesarjenje predstavljata preprost način gibanja vseh starostnih generacij. Preprečujeta številne kronične bolezni, izboljšujeta duševno počutje ter povečujeta občutek veselja in zadovoljstva med ljudmi.**

### Ključne ugotovitve

- Kampanje in pobude morajo biti zanimive, saj je le tako možno privabiti k sodelovanju ljudi in večje množice ter tako zagnati aktivnost na daljši rok. S pomočjo krovnih kampanj kot so dan brez avtomobila ali Evropski teden mobilnosti se vzpostavi podlaga in osredotočenost na lokalne kampanje.
- Lokalni mediji so ključni pri promociji hoje in kolesarjenja, saj lahko dosežejo širok krog ljudi. Preko lokalnih medijev je lokalnim politikom dana možnost, da se kot podporniki kampanj pokažejo v pozitivni luči.
- Postavitev znakov za označitev pešpoti in kolesarskih poti je dobra marketinška strategija in podpora ljudem, da za svoja potovanja izberejo aktivnejše in zdrave načine potovanja.

### Naše aktivnosti

V sklopu projekta Active Access so bile v namene spodbujanja zdravja in aktivnejšega preživljanja prostega časa s kolesom ali peš izvedene številne aktivnosti.

- V Koprivnici (Hrvaška) so uvedli t.i. poti za zdravje, rekreacijske kolesarske poti in razne druge kampanje
- V Tartu-u (Estonija) so izvedli dneve brez avtomobila ter razne druge dogodke
- V Miercurea Ciuc-u (Romunija) so v okviru dneva Zemlje izvedli dogodke
- V Gradcu (Avstrija) so izvedli kampanjo »Prvi koraki«, aktivnost »zdravnik predpiše aktivnost za pacienta« ter aktivnosti razgibavanja z osebnimi trenerji.



## Kampanje

Na začetku projekta je veliko kampanj začelo z majhnimi koraki, ki pa so iz leta v leto pritegnila večjo pozornost, več medijske podpore in politične volje. Zabavne ali nevsakdanje aktivnosti (zapora cest za motoriziran promet, zagotovitev brezplačnih koles, natečaji za najboljšo fotografijo, pešačenje s politiki ali sedenje z njimi na cesti) spodbujajo ljudi, da razmislijo kako lahko aktivna mobilnost postane del njihovih življenj. Nekatere kampanje so se vključile v lokalne načrte mobilnosti in strategije kot dogodki ali aktivnosti, ki se že izvajajo.

## Posamezne pobude

Nekatere pobude so bile bolj osebne in neposredne kot na primer predpis aktivnosti za pacienta s strani zdravnika, podajanje informacij novim prebivalcem glede aktivne mobilnosti na njihovem območju ali dogovor s starši glede delitve slik v medijih glede prvih korakov njihovih otrok. Ljudje so se dobro odzvali na te pobude, kar lahko predstavlja učinkovit element številnih družbenih aktivnosti.

## Koraki do uspeha

### Uporabite krovne kampanje, kot je Evropski teden mobilnosti

Vključevanje lokalnih aktivnosti v že znane kampanje, ki se izvajajo na mednarodni ali lokalni ravni, kot so dan Zemlje ali dan brez avtomobila, zagotavljajo ogromno vsebine za vaš dogodek, katerega že v naprej določite z datumom v vašem dnevniku in na podlagi katerega se osredotočite na delitev sredstev in zbiranje podpore iz drugih skupnosti.

### Zaženite aktivnosti na daljši rok

Da se nove zamisli in ideje dolgoročno vzpostavijo je potreben čas, zato je potrebno kampanjo izvesti večkrat in pri tem vztrajati, čeprav bodo rezultati glede deleža sodelujočih v začetku nižji od pričakovanega.

### Skupinske dejavnosti pospešujejo sodelovanje

Povabite ljudi, da sodelujejo v skupinskih aktivnostih, ki promovirajo zdrave načine potovanja kot so skupinska pešačenja ali pa uporabite obstoječe podporne mreže, kot je na primer aktivnost razgibavanja z osebnimi trenerji, kjer je bilo dokazano, da se je med udeleženci zagotovila višja stopnja motivacije.

Odgovornost za vsebino tega dokumenta, njeni avtorji. To ne predstavlja mnenja Evropske skupnosti. Evropska komisija ni odgovorna za kakršno koli uporabo, ki jih objava podatkov, vsebovanih v njem.

## Dotaknite se čustev ter tako presenetite in razveselite ljudi

Čustveni odzivi ljudi so lahko močnejši in bolj učinkoviti, kot pa če jim samo podajamo informacije. Na podlagi opominjanja ljudi glede pomembnosti prvih korakov otrok, promoviranje aktivne mobilnosti skozi umetnost, presenečanje ljudi z nevsakdanjimi aktivnostmi in jih na ta način razveseljevati, se vzpostavlja pozitiven odnos glede spreminjanja lastnih navad.

## Zagotovite nove zamisli in poizkusite nekaj novega

Ljudje nimajo zaupanja v nekaj kar ne poznajo, zato je potrebno vzpostaviti takšne zamisli, ki bodo varne in prijazne in kjer bo možno uživati, bodisi nekje v javnem prostoru ali pri vožnji s kolesom. Bodite vsestranski in povabite ljudi k sodelovanju. Povabite medije, da podprejo zamisel ter povabite politike, da le to predstavijo.

## K sodelovanju povabite širok krog zainteresiranih strani

Lokalnim politikom zagotovite možnost, da bodo deležni pozitivne medijske podpore. Delujte skupaj z lokalnim medijem, policijo, poslovno skupnostjo in skupino prebivalcev, da se razširi podpora in zanimanje za vodenje dogodkov in aktivnosti. Izpostavite koristi, ki jih bodo imele te skupine v primeru vključitve v kampanjo.

## V sporočilo za zainteresirane skupine vključite infrastrukturo in podporo

Z dodatnimi prijemi je potrebno spodbuditi ljudi, da bodo po začetnem obdobju izvajanja aktivnosti še naprej hodili peš in uporabljali kolesa. Izvedba in organizacija skupinskih srečanj, promocijskih aktivnosti ter pohodov lahko pripomorejo k zagotavljanju aktivnejšega življenjskega sloga in ohranjanju novih navad.

Znaki in označbe na pešpoteh in kolesarskih poteh jim dajejo identiteto, hkrati pa tudi pripomorejo pri zbiranju sponzorskih sredstev za izvedbo promocijskih kampanj in aktivnosti.

