



Peš ali s kolesom v službo



Službe so glavni generatorji potovanj, tako na delo kot z dela in med delovnim časom. Povečanje pešačenja in kolesarjenja za vsa ta potovanja lahko podjetjem prihrani denar, izboljša moralo in zdravje zaposlenih in zmanjša porabo

Ključne ugotovitve

- Direktorji podjetij in nosilci odločanj, ki podpirajo aktivno mobilnost, so ključnega pomena pri ozaveščanju in spodbujanju zaposlenih po sodelovanju v aktivnostih, ki spodbujajo pešačenje in kolesarjenje v službo.
- Zaposleni potrebujejo spodbude in zanimive izkušnje, da se v celoti povežejo s programom in idejami trajnostne mobilnosti. Pobude lahko vključujejo zajtrk in mobilne tuše v podjetju.
- Skupna prizadevanja med organizacijami povečujejo občutek za skupnost, tekmovanje in dinamiko vseh vključenih. Ta skupna prizadevanja imajo dodatne koristi, ki se kažejo v obliki vzpostavitve poslovne mreže sodelujočih podjetij.

Naše aktivnosti

V sklopu projekta Active Access so bile v namene spodbujanja kolesarjenja in pešačenja v službo izvedene številne aktivnosti.

- V Miercurea Ciuc (Romunija) so za zaposlene v okrožnem svetu Harghita izvedli »Dan pešačenja v službo«
- V Murski Soboti (Sloveniji) so izvedli ozaveščevalno kampanjo »Varno s kolesom v Murski Soboti«
- V Koprivnici (Hrvaška) so za zaposlene in direktorje izvedli aktivnost »V službo brez avtomobila«
- V Koprivnici (Hrvaška) so za podjetja pripravili še načrte mobilnosti
- V Annecey (Francija) so za podjetniško cono pripravili načrt mobilnosti



Kampanje si morajo prizadevati za dvig ozaveščenosti med vsemi zaposlenimi glede koristi, ki jih imajo potovanja peš ali s kolesom na delovna mesta. Kampanje morajo navdihniti zaposlene ter jim ponuditi pozitivne izkušnje pri izbiri aktivne mobilnosti. Dobro zasnovana kampanja lahko vzpostavi dolgoročne temelje za nadaljnje sodelovanje v načrtih mobilnosti in aktivnostih.

Naloga načrta mobilnosti je priprava celovitega akcijskega načrta pobud. Načrti so opremljeni s podatki glede potovalnih navad in vzorcev, navedene so storitev, ki so na razpolago ter predstavljeni so primeri dobrih praks iz drugih držav. Načrt podaja zemljevid aktivnosti po določenih časovnih okvirjih, podpisan s strani podjetja in podprt s strani občine. Načrt mobilnosti je lahko za skupino podjetij ali za posamezno podjetje. Jedro načrta predstavljajo prednostni ukrepi ter kako pridobivati sredstva.

Koraki do uspeha

Najprej se srečajte z direktorji podjetij in pridobite njihovo podporo

Direktorji podjetij imajo velik vpliv na kulturo organizacije, zato je strateški pristop tisto, kar potrebujete, da jih prepričate glede vseh koristi, ki jih ima aktivna mobilnost v primerjavi z njihovimi trenutnimi potovalnimi navadami. Na sestanek z direktorji se odpravite dobro pripravljene z vsem gradivom in ilustracijami za sodelujoče na sestanku, ki ponazarjajo prednosti in koristi za njihovo podjetje.

Aktiven partner pri promociji idej aktivne mobilnosti med zaposlenimi bi bilo podporno vodstvo znotraj podjetja, ki bi spodbujalo sodelovanje v delovnih procesih ter prispevalo k razvoju nadaljnjih načrtov mobilnosti.

Določite izhodišče

Različna mesta in podjetja imajo različne kulture in razumevanja za aktivno mobilnost. Potrebno je prepoznati potrebe in na enostaven način predstaviti koncept (primer Murske Sobote) ali razširiti obstoječe ideje

in programe (primer Koprivnice). Izvedite kampanje in ustvarite medijske priložnosti, skozi katere boste navdihnili ljudi, da bodo začeli razmišljati o hoji in kolesarjenju ter določite izmed lokalnih politikov vodjo.

Začnite s podjetji, ki so že zainteresirana za aktivno mobilnost

Dobri rezultati izvedenih dogodkov in kampanj lahko spodbudijo večje sprejetje trajnostnih prometnih politik in vzpostavijo jasna pričakovanja skupnosti in sprejemanje teh načinov potovanja. Podjetja, ki imajo jasno željo po sodelovanju v kampanjah in cenijo prednosti aktivne mobilnosti, lahko nato preidejo k razvoju načrta mobilnosti in navdihnejo še ostala podjetja, da jim sledijo.

Vzpostavite lokalno bazo podatkov

Dobri rezultati podjetij, ki imajo svoj načrt mobilnosti, se lahko uporabijo kot spodbuda za ostala podjetja, da pripravijo svoj načrt in tako sami ocenijo svojo učinkovitost in prihranek. Lokalni podatki, anketa potovalnih navad in stopnja udeležbe ima lahko pozitiven vpliv na odločitve vodstva podjetja. Vzpostavitev t.i. merila uspešnosti glede trenutnih potovalnih navad omogoča določitev ciljev, kateri napredki se bodo merili in kateri uspeh želi doseči podjetje.

Zagotovite spodbudne in interaktivne dogodke

Nagradite sodelujoče v aktivnosti z različnimi spodbudami, kot so zajtrk in začasno nameščeni tuši na dan dogodka ter predstavite izračunane prihranke energije na pripravljene interaktivni karti, ki na privlačnejši način kot brošura podaja statistične informacije.

Sprožite skupna prizadevanja med podjetji

Združevanje virov za zagotavljanje tušev in stojal za kolesa, vzpostavitev tekmovalnosti med zaposlenimi, izvedba promocijskih in ozaveščevalnih aktivnosti pripomorejo k izgradnji kulture podjetja tako, da zaposleni na delovno mesto in med delovnim časom pešačijo in kolesarijo.



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.