

ПРОМОЦІЯ/ **ІНФОРМАЦІЯ**

ВЕЛОСИПЕДНІ ІНФОЦЕНТРИ/ ЦЕНТРИ МОБІЛЬНОСТІ

Огляд

Куди звертатись людям, яким цікаво дізнатись більше про велосипедний транспорт, де шукати корисну інформацію? Велосипедний інфоцентр – це фізичний офіс або центр (на відміну від онлайн ресурсу), що виступає “обличчям” велоруку і його мета - надавати інформацію з усіх аспектів пересування велосипедом у місті. Центр мобільності (транспортний інфоцентр) має подібну мету, але надає інформацію щодо усіх можливостей більш екологічного пересування у місті.

Коротка інформація та цілі

Термінологія

Велосипедний інфоцентр – це фізична локація з вільним доступом (скоріш за все центр має також онлайн компонент) куди велосипедисти або майбутні велосипедисти можуть прийти і поставити запитання або отримати інформацію стосовно пересування велосипедом у місті. Інфоцентр надає велосипедні мапи, інформацію про курси для велосипедистів (безпека руху, ремонт велосипеда та ін.), контакти місцевих велосипедних громадських організацій та спільнот, інформацію про велосипедні тури поруч з містом та ін.

Транспортний центр або центр мобільності має ту саму мету, але надає інформацію про усі форми екологічного пересування містом: громадський транспорт, велосипедний рух, пішу ходу, спільне використання автомобілів (car-sharing) та інші в одному місці.

Функція/мета

Велосипедний інфоцентр надає інформацію мешканцям міста, які в інакший простий спосіб не можуть отримати інформацію про можливості пересування велосипедом у своєму місті. Такий центр підвищує обізнаність щодо велоруку серед невелосипедистів, а також служить джерелом інформації та публічним обличчям велосипедного транспорту.

В той час як головна увага має приділятися наданню інформації, що спонукатиме та підтримуватиме бажання людей користуватись велосипедом, інформація, що надається, також може бути корисною велосипедним туристам, а цю групу також не варто ігнорувати.

Сфера застосування

Велосипедний інфоцентр буде найдоречнішим у містах-чемпіонах. Транспортний інфоцентр краще підійде для міст-початківців та прогресуючих міст.

Цільова аудиторія

- Потенційні велосипедисти, які живуть у вашому місті або регулярно їздять до нього на роботу
- Існуючі місцеві велосипедисти
- Велосипедні туристи

Практичне впровадження

Можливості співпраці

Вибір партнерів залежатиме від того, який саме центр є найдоречнішим у вашому місті. Можливості включають:

- Оператори громадського транспорту
- Компанія/організація спільного використання автомобілів (car-sharing), якщо у них є офіс для відвідування
- Туристичний офіс
- Органи місцевого самоврядування
- Місцеві велосипедні організації
- Веломагазини
- Оператори велосипедного туризму
- Засоби масової інформації

Велосипедний інфоцентр чи центр мобільності?

Інфоцентр, присвячений виключно питанням руху велосипедистів, мабуть, буде найдоречнішим у місті-чемпіоні, де велосипедний транспорт вже є частиною місцевої культури. У Німеччині національна велосипедна організація має офіс для відвідувачів на окремих велосипедних станціях, наприклад, інформаційний центр у Бремені (див. Приклад №2 у розділі "Хороші практики" далі).

У деяких містах-чемпіонах місцеві мешканці, в цілому, вже обізнані щодо транспортних можливостей та альтернатив. Тут інформації найбільше потребують туристи. У таких випадках логічним буде надання інформації про можливості використання велосипедів у місті через туристичні інфоцентри, як от у Амстердамі (див. <http://www.iamsterdam.com/en/living/transportation/bikes>)

У містах-початківцях, де (поки) не виділяється багато ресурсів на потреби велосипедистів, привабливою альтернативою буде стати партнером місцевого центру мобільності, або навіть отримати можливість поширювати інформацію про велотранспорт в інформаційному центрі оператора громадського транспорту.

Окрім зменшення витрат, іншою перевагою роботи у партнерстві з іншими сталими видами транспорту є той факт, що на додаток до тих, хто мають інтерес до велосипеда, ви також маєте можливість поширити "велосипедну" інформацію серед тих, хто не шукали інформацію про велосипедний транспорт, коли йшли до інфоцентру.

У прогресуючих містах партнерство разом з іншими сталими методами пересування у центрі мобільності (транспортному центрі), скоріш за все, буде найдосяжнішим варіантом. Читайте приклад №1 хороших практик для отримання інформації про центр мобільності у Штутгарті.

Розташування

Помітне місце у центральній частині міста з великою кількістю пішоходів та велосипедистів допоможе підняти обізнаність щодо велосипедного транспорту.

Види послуг

Залежно від вашого міста та його потреб, можуть надаватись різного типу інформація та послуги:

- Веломапа та брошури
- Нанесення унікального коду на раму велосипеда (на випадок крадіжки)
- Дошка оголошень для тих, хто продає або шукає велосипед або велоаксесуари
- Інформація про:
 - Найближчі події
 - Велосипедні парковки
 - Можливості перевезення велосипеда у громадському транспорті
 - Велопрокати
 - Велосипедний туризм поблизу міста (готелі та місця ночівлі зі зручностями для велосипедистів, мапи туристичних маршрутів та ін.)
- Поради стосовно:



- Безпеки велосипедного руху
- Покупки велосипеда
- Догляду за велосипедом
- Планування маршруту
- Підбору одягу та обладнання
- Запобігання крадіжці велосипеда

В ідеалі, офіс повинен мати фіксовані години роботи та мати зручне розташування.

Висновки

Сильні сторони

- Однією з переваг комбінованого транспортного центру/центру мобільності є його можливість отримати доступ та надати корисну інформацію про велосипедний транспорт тим, хто не обов'язково шукали інформацію безпосередньо про можливість використання велосипеда.
- Велосипедні інфоцентри – це видиме підтвердження серйозності намірів міста створити зручні умови для використання велосипеда.

Слабкі сторони

- Мабуть, найбільшим викликом при створенні велосипедного або транспортного інфоцентру є забезпечення постійного фінансування його роботи.

Фактори успіху та бар'єри

Якщо у вашому місті вже існує місце, куди люди звертаються із запитом та інформацією щодо транспорту, таке місце – хороший початок для пошуку можливих партнерів.

Велосипедний або транспортний інфоцентр – не відокремлений засіб. Вам знадобиться достатньо різноманітний обсяг інформації, активностей та послуг доступних у місті, про які центр повідомлятиме відвідувачів.

Успіх такого центру значною мірою залежатиме від якості поширення інформації про його існування. У містах, де це абсолютно нова концепція, можливо, вам доведеться навчати людей якого типу інформацію та послуги надає центр.

Вимірювання ефекту

Підрахунок кількості відвідувачів центру, за можливості, із зазначенням типів запитань, дасть вам розуміння ефекту від створення інфоцентру.

Приклади хороших практик

Приклад 1

Mobilitätspunkt (Центр мобільності) – Штутгарт (Німеччина)

Інфоцентр мобільності у Штутгарті було засновано у 1998 році, але починаючи з 2006 центр розширив спектр послуг і перетворився на професійний довідковий центр у питаннях планування індивідуальних маршрутів для усіх видів транспорту. Головним чином, центр надає персоналізовану інформацію щодо усіх видів громадського транспорту, а також планування маршрутів для автомобілістів, велосипедистів та пішоходів.

Перелік послуг, що надаються:

- Індивідуальна інформація щодо громадського транспорту
- Програми спільного володіння та використання автомобілів (car-sharing)
- Планування маршрутів для автомобілістів, велосипедистів та пішоходів
- Навчання з екологічного водіння, яке сприяє зменшенню використання пального
- Організацію карпулінгу (спільних подорожей автомобілем, переважно, регулярними маршрутами)
- Інформація щодо можливостей паркування автомобіля

- Інформація щодо пересування містом для сліпих та людей з інвалідністю

Метою центру є підвищення попиту на екологічні способи пересування та надання нових послуг, як, наприклад, оренда велосипедних боксів (започатковано у 2007 році).

Центр мобільності у Штутгарті розташований у приміщенні туристичного центру поруч з головним залізничним вокзалом. Великий обсяг робіт з підготовки та діяльності центру мобільності став можливим завдяки залученню коштів Європейського Союзу. Більше інформації:

www.civitas.eu/measure_sheet.phtml?lan=fr&id=281 або звертайтеся до Ульріха Штаймера (Ulrich Steimer) ulrich.steimer@stuttgart.de.

Штутгарт – це прогресуюче велосипедне місто, де станом на 2009 рік 8% усіх подорожей відбувалось велосипедом. У 2005 році місто поставило мету збільшити кількість велосипедних поїздок у загальному обсязі поїздок містом з 7% до 12% у середньостроковій та до 20% у довгостроковій перспективі.

Приклад 2

radort-Bremen (велоточка Бремену) – Бремен (Німеччина)

radort - це інформаційний сервісний центр бременського відділення Німецької національної велосипедної організації. Послуги центру включають:

- Нанесення коду на раму велосипеда (на випадок крадіжки)
- Майданчик для купівлі та продажу велосипедів (можливість знайти людей, які продають свій велосипед, або мають намір придбати старий велосипед)
- Поради на різні велосипедні теми
- Інформаційні брошури



Центр також пропонує літературу та інформацію на різні дотичні теми, як то:

- Детальні мапи територій довкола міста для одноденних подорожей або довших турів
- ADFC велокарти для усієї Німеччини
- Книги з велотуризму у сусідніх країнах
- Велосипедні книги (путівники, технічна література)
- Поради щодо місць ночівлі зі зручностями для велосипедних туристів
- Radwelt та pedal, велосипедні журнали велосипедної організації ADFC

У Бремені робота radort центру фінансується з місцевого бюджету. Більше інформації (німецькою): www.radort-bremen.de або звертайтеся до Клауса-Петера Ланда (Klaus-Peter Land) klaus-peter.land@adfc-bremen.de.

Бремен – це місто-чемпіон, у якому на велосипедні поїздки припадає 25% від загальної кількості поїздок у місті.



Український інформаційний центр велотранспорту

Переклад та адаптацію цієї практичної довідки було зроблено Асоціацією велосипедистів Києва в рамках роботи Українського інформаційного центру велотранспорту.

Переклад Ксенії Семенової



Асоціація велосипедистів Києва