

Jak na sílu zvyku? Změna v 7 krocích



Metodika SUMP 2.0. nejen pro malá města

P.S. Co znamená v evropském měřítku malé město?

MĚSTO KRÁTKÝCH VZDÁLENOSTÍ

↳ Naše obec je našim domovem, nejen bydlištěm.
Chceme tady být doma – my, naše děti i rodiče.



Pracovní verze 1

pracovní podklad pro seminář na 30. 04. 2020

Číslo projektu: TL02000400

Název projektu: MOBILMAN - Humanitní rozměr plánů udržitelné městské a regionální mobility.

Speciální poděkování:



METAMORPHOSIS



THE CIVITAS INITIATIVE
IS CO-FINANCED BY THE
EUROPEAN UNION



URBAN
AGENDA FOR THE EU



WORKING TOGETHER
FOR BETTER CITIES



MINISTRY
OF REGIONAL
DEVELOPMENT CZ



Obsah



20 minut

- **Předmluva s omluvou**
- 1. krok
- 2. krok
- 3. krok

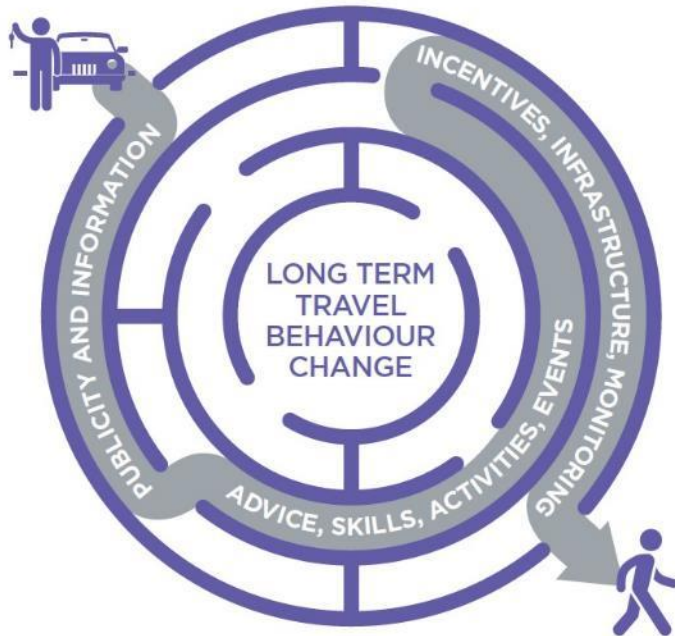
99 minut

- **4. krok – těžiště prezentace a diskuse**

1 minuta

- 5. krok – indikátory (můžete si vše spočítat, na to dnes není čas)
- 6. krok – monitoring samotné akce (na to dnes není čas)
- 7. krok – vyhodnocení (na to dnes není čas)

TEORIE ZMĚNY?! OMLUVA



STEP 1: DEFINE SCOPE, OVERALL GOALS AND TARGETS OF PROJECT

STEP 2: COLLECT BASELINE DATA

STEP 3: DEFINE THE TARGET GROUPS

STEP 4: DEFINE THE MOBILITY SERVICES PROVIDED AND MOBILITY OPTIONS OFFERED

STEP 5: SET TARGETS AND DEFINE INDICATORS FOR ASSESSMENT

STEP 6: MONITOR THE CHOSEN ASSESSMENT LEVELS

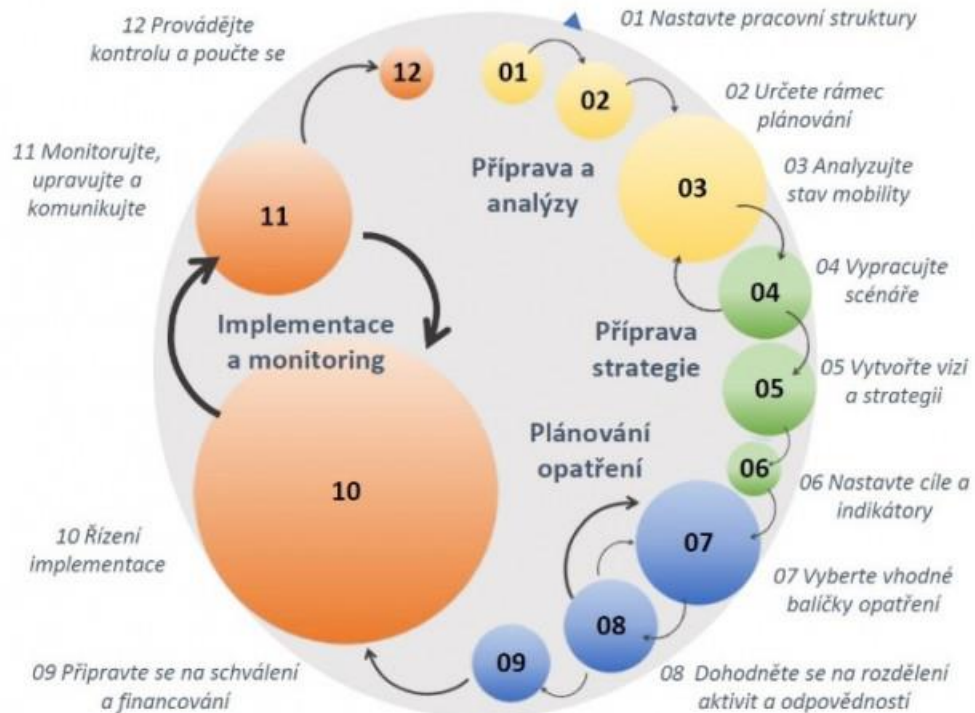
STEP 7: EVALUATE THE PROJECT AND EXPLAIN OBSERVED CHANGES

TEORIE ZMĚNY?! A VÍTĚZEM SE STÁVÁ

Revitalizácia Palackého ulice v Trenčíne



TEORIE ZMĚNY?!



Plánování mobility podle SUMP 2.0, relativní časová náročnost jednotlivých kroků.

Zdroj: Partnerství pro městskou mobilitu, s využitím zdrojů Rupprecht Consult, 2019

TEORIE ZMĚNY?!

Příklad z Oslo



TEORIE ZMĚNY?!

Summary of 13 EU projects

<https://www.dobramesta.cz/international-cooperation>



Promoting Mobility Behaviour Change

Practical guidance for inspiring more walking, cycling and public transport and minimising car use

PROJECT EXAMPLE	SCALE	PARTNERS	LINK
1 MOBI	5 countries, 16 examples (900 employees in 30 organisations)	Portugal (ANA Airport + Nokia + Lisbon City), Netherlands (Capgemini + Erasmus Uni + Spijkenisse + Bernisse), Romania (Bistrita + Siemens + Brasov), Bulgaria (Jewel + Sofia + Uzana Festival), Belgium (Joker + Floordam + INZ)	http://www.mobi-project.eu/site/assets/files/1071/dl_3_mobi_final_report_-_results_and_lessons.pdf
2 SEGMENT PROJECT	7 countries, 7 cities	Hounslow (UK), Almada (ES), Sofia (BG), Utrecht (NL), Gdynia (PL), Munich (DE), Athens (GD)	https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/segment_final_publishable_report_en.pdf
3 STARS EUROPE	7 countries, 8 cities (180 schools, 79,141 students, 7,940 staff)	Bielefeld (DE), Budapest (HU), Edinburgh (UK), Hackney (UK), Krakow (PL), Madrid (ES), Milan (IT), Noord Brabant (NL)	http://starseurope.org/assets/D_5_4_MONITORING%20%20EVALUATION%20REPORT_v%20f.pdf
4 SWITCH TRAVEL	5 countries, 5 cities, 25 followers	Antwerp (BE), San Sebastian (ES), Gdansk (PL), Hounslow (UK), Vienna (AU)	https://www.switchtravel.eu/resources
5 COMMERCE	25 case studies		http://www.epomm.eu/docs/1524/Mobility_Management_evaluation_tools_and_methodologies.pdf
6 ASTUTE	6 cities	Budapest, Dublin, Granada, Graz, London and Siracusa	https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/en/projects/astute , https://www.eltis.org/sites/default/files/trainingmaterials/maxsumo_english.pdf
7 CHUMS	5 cities	Craiova, Edinburgh, Leuvern, Perugia, Toulouse (Jaguar landrover, Ocado)	http://chums-carpooling.eu/about-chums/
8 BAMBINI	11 countries	Austria, Belgium, Bulgaria, France, Germany, Greece, Italy, Poland, Romania, Slovenia, The Netherlands	https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/en/projects/bambini
9 PTP CYCLE	6 partners	Antwerp (BE), Riga (Latvia), Greenwich (UK), Haringey (UK), Ljubljana (Slovenia), Burgos (ES)	http://ptpcycle-europe.eu/
10 TRENDY TRAVEL	9 cities	Denmark (DK), Bolzano (IT), Cork (IE), Graz (AT), Gyor (HU), Martin (SK), Plovdiv (BG), Netherlands (NL), Vilnius (LT)	http://www.trendy-travel.eu/index.phtml?ID=1180&id=1180
11 MOMA BIZ	6 partners	Tartu (Estonia), Ponferrada (Spain), Plovdiv (Bulgaria), Asti (Italy), Atarfe (Spain), Cannock Chase (UK)	http://moma.biz/en/documentation/what-are-boxed-solutions
12 EPOMM	90 case studies	Netherlands (2), United Kingdom (3), Belgium (4) Switzerland (5), Austria (6), Germany (7), France (8), Italy (9), Portugal (10), Sweden (11), Finland (12), Norway(13)	http://epomm.eu/docs/file/epomm_book_2013_web.pdf
13 MUV - MOBILITY URBAN VALUES	6 partner cities	Buitenveldert (Amsterdam), Sant Andreu (Barcelona), Fundao (Portugal), Muide-Meulestede (Ghent), Jatkasaari (Helsinki) Centro Storico (Palermo).	https://www.muv2020.eu/about/

TEORIE ZMĚNY?!

My sami jsme se něco naučili



TRAINING
MODULE

7




Design and implementation of sustainable mobility campaigns






TRAINING
MODULE

8



Communication training



TEORIE ZMĚNY?!

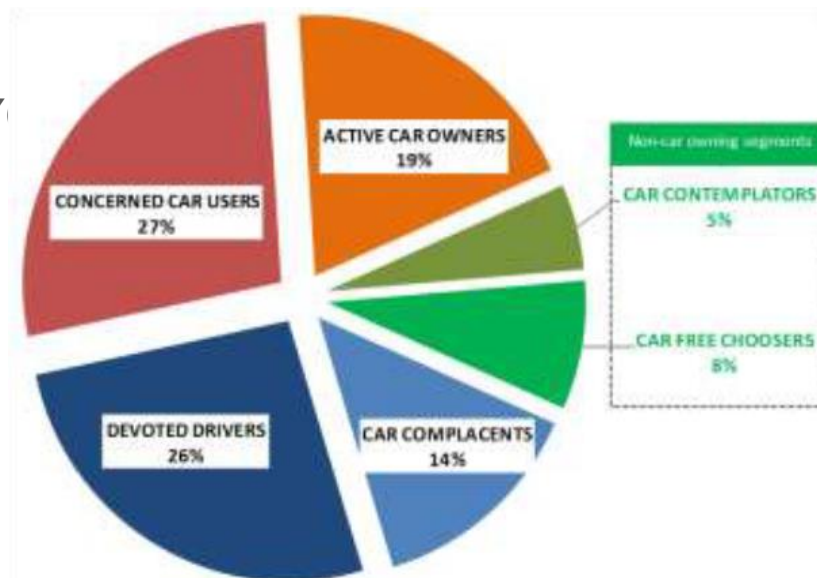
PŘÍKLAD:

KROK 3: DEFINUJTE CÍLOVÉ SKUPINY

1. ODDANÍ ŘIDIČI
2. SNAHA O VYLEPŠENÍ VLASTNÍ IMAGE
3. NESPOKOJENÍ UŽIVATELÉ MOTOROVÝ
4. AKTIVNÍ USILOVAČI
5. PRAKTIČTÍ CESTOVATELÉ
6. VYZNAVAČI AUT
7. ZÁVISLÍ NA VEŘEJNÉ DOPRAVĚ
8. DOBROVOLNĚ BEZ AUTA

Almada, Portugal

Source: SEGMENT project



See more at: https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/segment_final_publishable_report_en.pdf

TEORIE ZMĚNY?

A KOMU TÍM PROSPĚJETE?



Partnerství
pro městskou
mobilitu



TEORIE ZMĚNY?

TEORIE TYGRA!

nová komedie

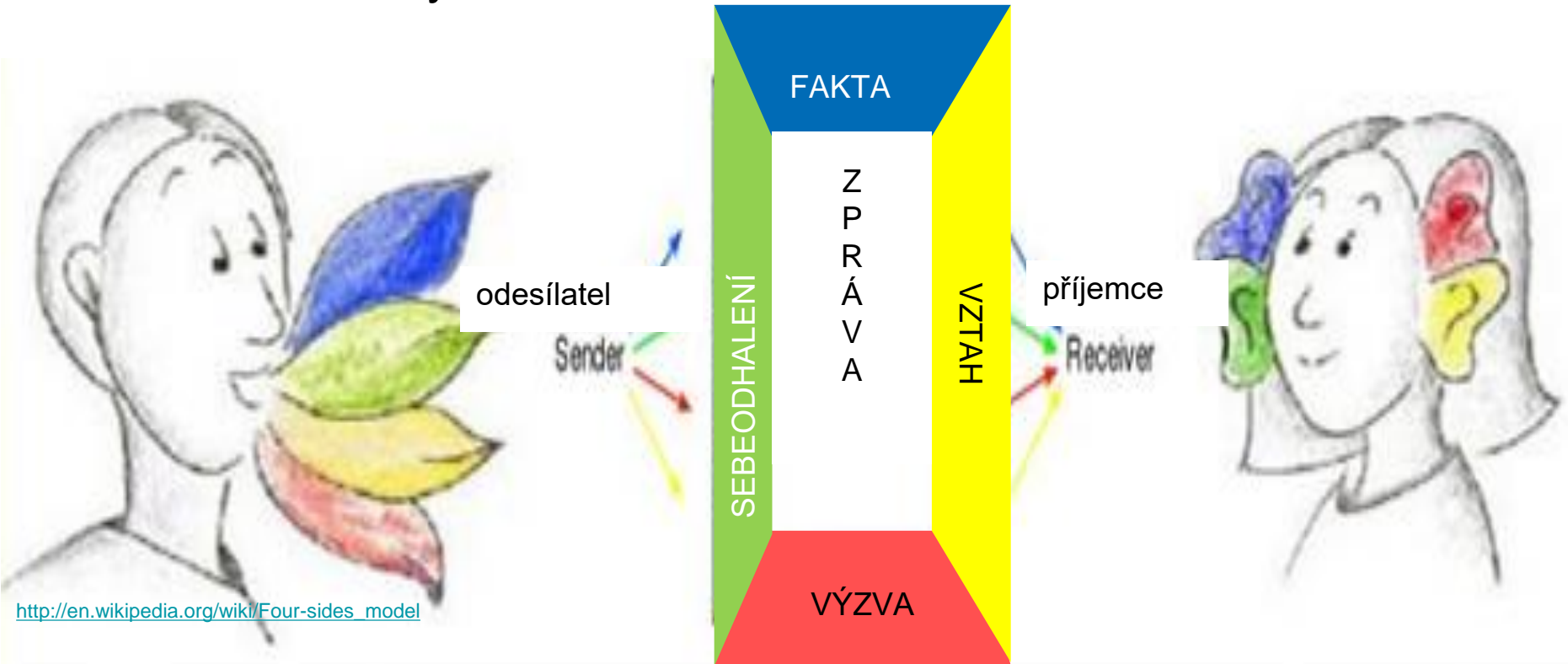
TEORIE TYGRA

v kinech od 31.3.2016

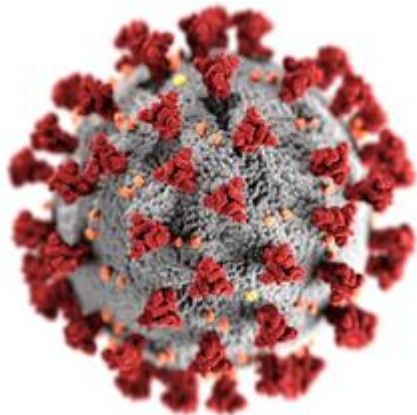


TEORIE TYGRA A TEORIE ZMĚNY? KOLIK FAKTŮ JSTE USLYŠELI?

Model čtyř stran - autor Friedemann Schulz von Thun



ALE STOP! PŘIŠEL MALÝ VIRUS



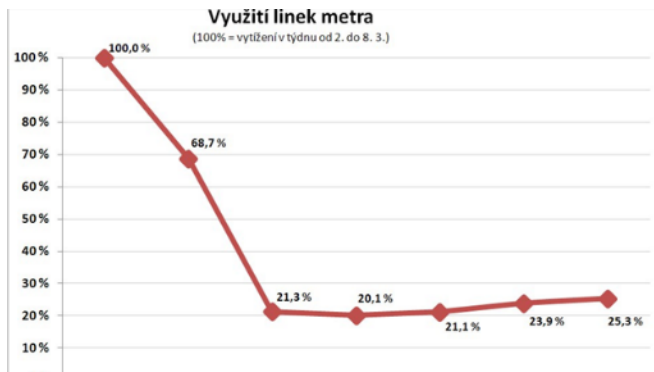
„COVID-19 přepisuje dějiny, které se musejí projevit i v dopravě. Za dva týdny se v praxi ukázalo, co Plán udržitelného rozvoje Česká republika 2030 plánoval na 10 let: práce z domova narostla, zvýšil se tlak na digitalizaci a internetovou gramotnost (spojení po internetu je pro řadu lidí jediným pojítkem), role solidarity a komunit na místní úrovni obrovsky posílila, zdraví jako zodpovědnost každého, veřejný prostor a bezpečnost proměnily svůj význam ... další nás teprve čekají.“

Více: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Covid-19>

A VŠE JE JINAK – JAKÁ ZMĚNA?

Pražská doprava v době koronaviru: Lidé se do MHD nehrnuli, radši jeli autem nebo šli po svých

Zdroj: [Blesk.cz](https://www.blesk.cz)



Zdroj: [iDnes.cz](https://www.idnes.cz)

KOMENTÁŘ: Veřejnou dopravu čekají po koronaviru velké problémy

28. dubna 2020



Veřejná doprava je jednou z dalších oblastí ohrožených současnou situací. Nejčernější scénář je ten, že se po návratu života k normálu brzy dočkáme ucpaných center měst a omezení veřejné dopravy. Nad budoucností se zamýšlí Zdeněk Lokaj, expert na dopravní systémy a telematiku, který přednáší na Fakultě dopravní ČVUT v Praze.



ilustrační snímek | foto: Tomáš Krist, MAFRA

https://www.idnes.cz/auto/zpravodajstvi/koronavirus-doprava-obsluznost-dopravni-podnik-verejna-doprava-autobus-tramvaj-vlak-metro-mhd-dpp.A200427_134917_automoto_fdv

Víte, co je „spirála smrti“?

A VŠE JE JINAK – JAKÁ ZMĚNA?

Forbes

TECHNOLOGIE LIFE JAK BÝT LEPŠÍ WOMAN SPECIÁLY A ŽEBŘÍČKY PODCASTY

PŘEDPLATNÉ

POMOC OD STÁTU JAK NASTARTOVAT BYZNYS JAK NASTARTOVAT SEBE #ZACHRAŇBYZNYS JAK CESTOVAT



— KOMENTÁŘ

Deset kroků,
kterými se chytrá
města adaptují na
dobu po karanténě

3 minuty čtení

A VŠE JE JINAK – JAKÁ ZMĚNA?



Partnerství
pro městskou
mobilitu

eMimino.cz

Hledat na eMimino.cz



Snažení Těhotenství Miminko

Přihlásit

☰ Diskuze Skupiny Bazar Deníčky Recenze Poradny Porodnice Magazín Reprodukční centra Testování a soutěže



SOUTĚŽ: Vyhrajte senzorické hračky Canpol babies na eMimino.cz

🏠 > Diskuze > Zaměstnání > Práce z domova - dělá ji vůbec někdo?

Práce z domova - dělá ji vůbec někdo?

🖼️ Fotoalbum (0) ➕ Přidat k oblíbeným ✍️ Zapnout podpisy 🔍 Hledání v tématu



dinulka

💬 531

14.12.12 11:59

👍 0

práce z domova- dělá ji vubec nekdo:-%

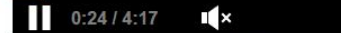
Ahoj všichni,

Našla jsem tu desítky diskusí o práci z domova, většinou s nějakým negativním prvkem. Hledala jsem, nenašla, proto zakladam...

Zajímalo by mě, zda tu některá z vás práci z domova vůbec dela, co je to za práci, popřípadě kdybyste byly tak hodné kontakt do SZ:-). Rozhodně ale nee katalogy, kosmetika, Amway, Avon a tak. Myslím spíš manuální práci- nějaké kompletovani, nadepisovani, přepisování, lepení... Věnovala bych tomu tak 2 hodiny denně. Nějak se začínáme dostávat do finanční krize, ráda bych vylepšila rodinný rozpočet alespoň málem.

Budu vděčná za každý kontakt.

Reklama



Uvěřte nevěřte vyberte pozorně. Jde o zářivky (K-17) | video: ONES 10HD

Reklama

Reklama

Obsah

- Předmluva
- **KROK 1: DEFINUJTE ROZSAH, CELKOVÉ CÍLE A ÚKOLY**
- 2. krok
- 3. krok
- 4. krok
- 5. krok
- 6. krok
- 7. krok

1. KROK



1. KROK

- TÉMA: Dopravní infrastruktura, služby, design ulice
- **KOMUNIKACE: Komunikační plán, patron, ambasadoři**
- VIZE: Strategický plán

BUDEME HOVOŘIT 3 JAZYKY

Pro odborníky

- Plná verze metodiky
- Zdroj: www.akademiamobility.cz

Pro politiky

- Seznámení do 3 minut
- Důraz na komunikaci

Pro veřejnost

- Zážitkové a interaktivní vysvětlení
- Putovní výstava
- Zdroj: www.citychangers.eu

VISON = PATRON



STAROSTA MĚSTA LITOMYŠLE

DANIEL BRÝDL

V Litomyšli 07.01.2020

Vážené dámy, vážení pánové,

obracím se na Vás jako na majitelky a majitele nemovitostí, případně provozovatele obchůdků a služeb na Smetanově náměstí. Tato lokalita je k mé velké radosti živým srdcem Litomyšle. Záměrem stávajícího zastupitelstva je tomuto obchodnímu, kulturnímu a historickému centru města pomáhat. Vážíme si investic soukromníků do domů na náměstí a chceme ve spolupráci s Vámi řešit a vyřešit problémy, které Smetanovo náměstí trápí.

Kvůli tomu v minulosti vznikla komise Rady města Litomyšle Naše náměstí, v níž ve spolupráci s některými z Vás a odborníky řešíme, co jako město můžeme udělat. Níže si dovoluji stručně představit některá témata, kterými se zabýváme.

V roce 2020 připravujeme propagační kampaň, která má návštěvníkům Litomyšle ukázat cestu do Smetanova náměstí jako největšího „obchodního centra“ v regionu. Chceme tak podpořit místní soukromníky i turistický ruch. K propagaci chceme využít plochu na RC Kotelna a do budoucna i nové webové stránky.

Plánujeme další snižování vizuálního (reklamního) smogu a zavedli jsme změnu tržního řádu, díky které dojde k omezení vystaveného zboží pouze na jednu stranu podsíně. Vznikne nám volný prostor o šířce dva metry. Litomyšlané i turisté tak budou moci v klidu korzovat podloubím, prohlížet si nabízené zboží, ale zároveň bude podloubí průchodnější a vizuálně čistší. Na dodržování pravidel budou dohlížet dvě vyčleněné policistky z MP Litomyšl.

Po konzultaci s architektem Adamem Gebrianem a na základě příkladů ze zahraničí preferujeme (finančním zvyhodněním) v případě předzahrádek nábytek přímo na chodnicích, bez dřevěných podestů či bez ohrádek – v tomto směru jsme změnilí ceník záboru veřejného prostranství a zahrádky odpovídající těmto představám mohou být umístěovány s 50% slevou ze stávajících cen záboru. Zároveň chceme požádat provozovatele, aby z estetických důvodů měli předzahrádky nikoli celoročně, ale pouze v turistické sezóně.

Na začátku roku také došlo ke změnám v parkování na náměstí. Obyvatelům centra a majitelům nemovitostí v historickém centru jsme i nadále připraveni poskytovat zvýhodněný parkův, v případě ostatních preferujeme krátkodobé parkování, kdy si lidé mohou v klidu nakoupit, vyřídít vše potřebné a následně uvolnit místo dalším. Naši snahou je, aby se zejména lidé zaměstnaní v provozovněch naučili parkovat na záchytných parkovištích a na Smetanově náměstí tak byl nepřerušovaný provoz s nabídkou dostatečných parkovacích míst pro zákazníky a obyvatele této lokality. Parkování je možno od ledna platit také aplikací MPLA a do centra náměstí chceme umístit parkovací automat akceptující platební karty. V současné době neplánujeme omezení parkování na náměstí, po vybudování dálnice D35 bychom rádi využili stávajícího průtahu městem, kde mohou vzniknout na části silnice stovky nových



Partnerství
pro městskou
mobilitu

Jak vidíte budoucnost mobility ve vašem městě?



„Měnit město k lepšímu nelze bez změny myšlení a aktivní komunikace.“

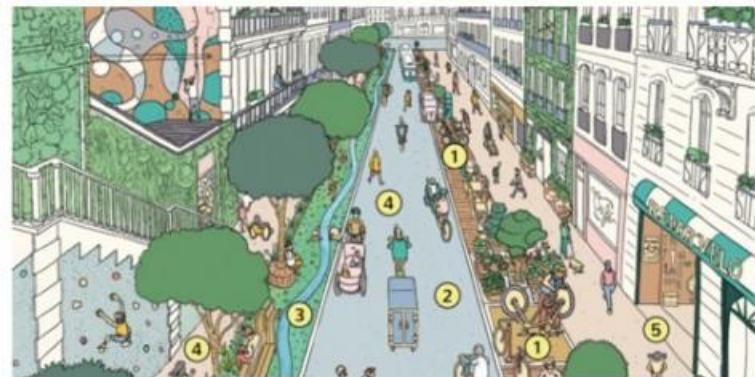
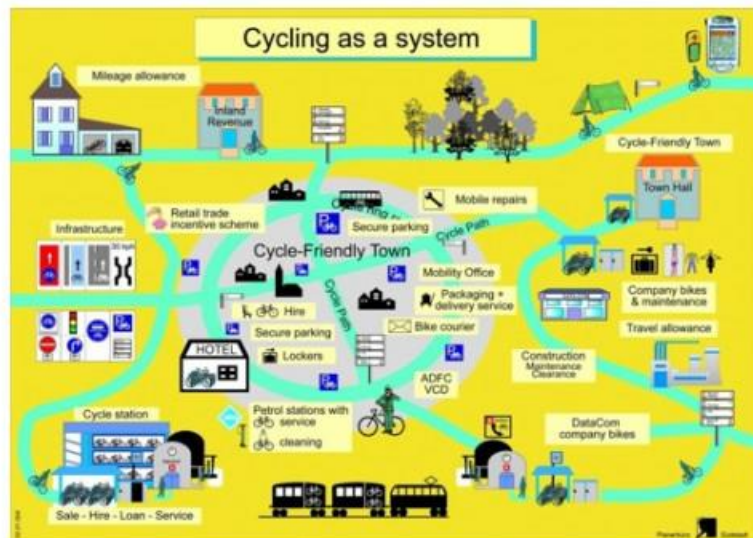
Věra Palkovská, primátorka Třince

Více www.dobramesta.cz

DVĚ VARIANTY, DVĚ CESTY, DVA SCÉNÁŘE SMART ČESKO A MĚSTA KRÁTKÝCH VZDÁLENOSTÍ



Partnerství
pro městskou
mobilitu



Čtvrthodinová Paříž



Více: <https://www.akademiamobility.cz/smart-cesko>

Více: <https://www.akademiamobility.cz/aktuality/1200/co-muze-mit-spolecneho-pariz-s-mesty-jako-jsou-litomysl-hodonin-nebo-most>

NA CO SE PTÁME



Mobilita je součástí životního stylu



Vliv dopravy na životní prostředí a na naše zdraví



Bezpečnost

Bezpečnost - musíme jít „Za hranice Vize nula“



09. 05. 2020 | Spolek Partnerství pro městskou mobilitu, z.s. se zájmem sledoval diskusi na facebooku téma „nehodovost cyklistů v číslech“: https://www.facebook.com/ibesip/posts/3014354491936771?comment_id=3019323631439857 Celá diskuse odhalila jednu skutečnost – jakou silu mají čísla a jejich interpretace. Spolek Partnerství pro městskou mobilitu, z.s. přichází s originální odpovědí... [číst dále](#)
Štítky: Nehodovost a bezpečnost

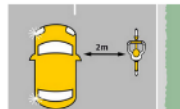
Jednoduché řešení na živější ulice a bohatší město? Oslo a Helsinky nabízejí recept.



23. 02. 2020 | Města, která chtějí pro své občany relativně rychle zlepšit bezpečnost v ulicích, stále častěji sahají také po plošném snižování rychlosti. 30 km/h a tomu přizpůsobený design ulic pomáhá jak s hlukem, tak i nehodovostí a celkovou plynulostí provozu. V Helsinkách loni nezabili řidiči v autech jediného chodce ani člověka na kole. Zní to možná morbidně, a přitom... [číst dále](#)

Štítky: Nehodovost a bezpečnost, Spokojenost a kvalita života, Bezpečnost

Nová pravidla silničního provozu v Německu



06. 01. 2020 | Větší bezpečnost chodců a cyklistů, omezení a zákazy pro motoristy a hlavně výrazně tvrdší postihy pro ty neukázněné. To je společný jmenovatel pro změny v silničních zákonech, které chystá na rok 2020 Německo. Nová pravidla jsou nastavena tak, aby poskytovala větší ochranu zranitelným účastníkům silničního provozu, jako jsou cyklisté a chodci. Zpomalení kamionů... [číst dále](#)

Štítky: Nehodovost a bezpečnost, Bezpečnost, Politika, Strategie, Regulace

Více: <https://www.akademiamobility.cz/fakta--cisla>

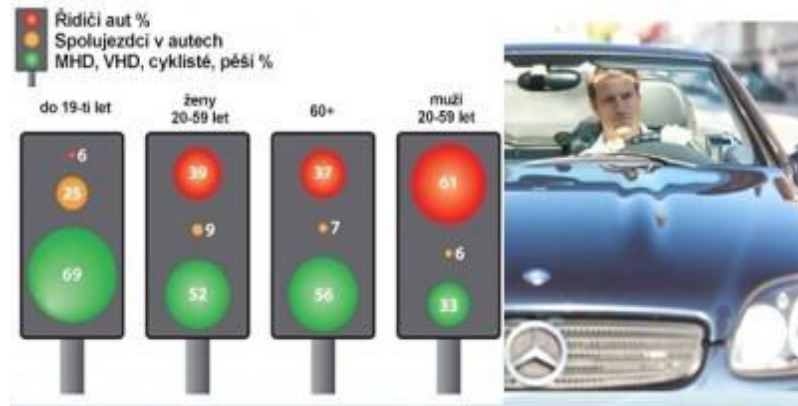
JAK SE PTÁME

Vnímání problémů ve městě I.

Problematické oblasti ve městě



- Parkování suverénně nejpalčivější problém například kategoriemi (kromě studentů)
- Studenti jsou více nespokojeni s MHD a bezpečností
- V „Jiné“ např. pořádek a čistota, kvalita parků, třídění odpadu



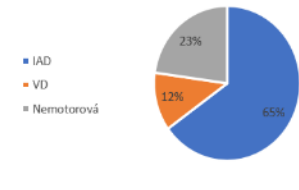
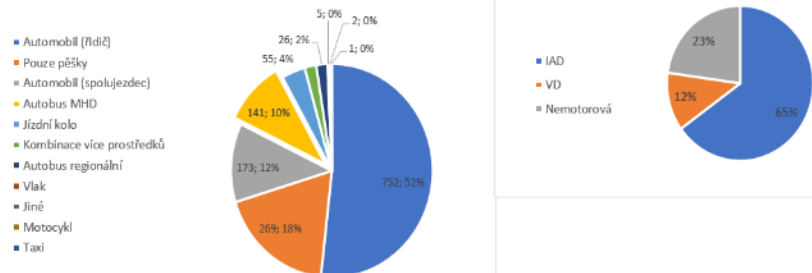
Dopravní problémy

Jaké jsou výrazné nedostatky v dopravě



- Studenti akcentují komfort a jednoduchost placení v MHD, komfort MHD není prioritou pro žádnou další skupinu
- V „Jiné“ např. možnost úhrady parkování kartou, návaznost cyklostezek, velký provoz skrz město

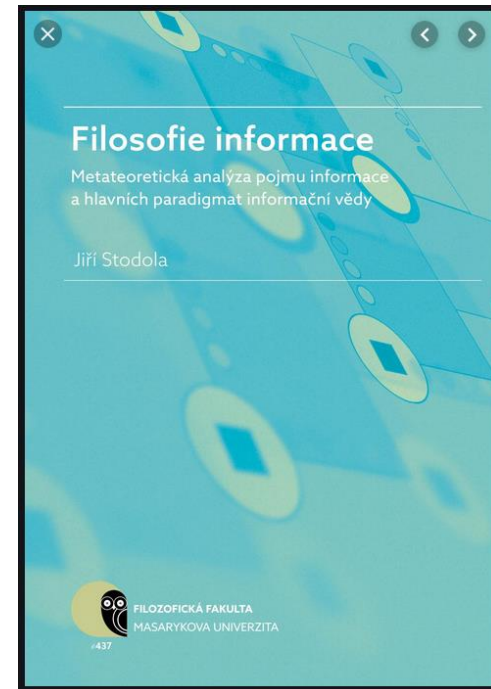
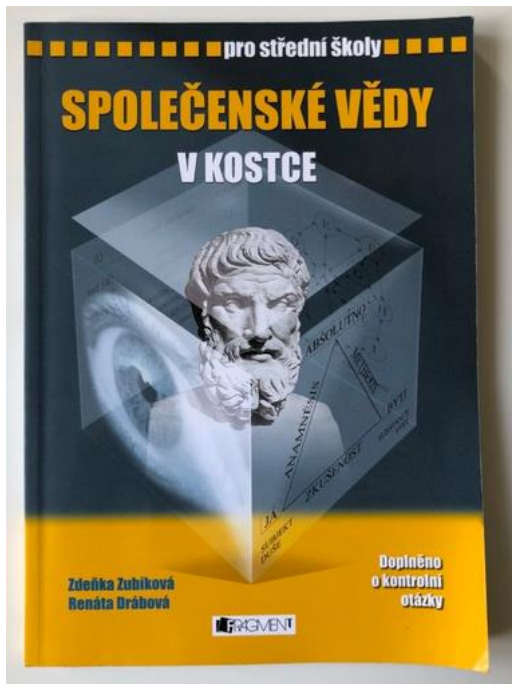
Dělení přepravní práce na cestách 1 - 3 km délky



Obsah

- Předmluva - omluva
- 1. krok
- **KROK 2: SHROMAŽDUJTE VÝCHOZÍ ÚDAJE**
- 3. krok
- 4. krok
- 5. krok
- 6. krok
- 7. krok

Prostě ptáš se na člověka ...



Výchozí údaje, otázky



Projekt SEGMENT přináší následující soubor otázek, který pomáhá určit, co potřebují data, která plánujete shromáždit:

1. Kdo jsou lidé, u kterých chcete dosáhnout změny chování? (věk, pohlaví, životní styl, kde bydlí, co dělají, nebo nedělají)
2. Co nebo kdo je podle vás ovlivňuje? (sociální skupiny, média, užívané výrobky či služby)
3. Jaké přínosy jim podle vás zajišťuje problematické chování? (co získávají? Jak si myslíte, že své problematické chování vnímají?)
4. Co by jim podle vás zabránilo přijmout nové chování? (Existují zde nějaké překážky? Jaké jsou vynaložené náklady?)
5. Jak je kontaktujete? (Jste s nimi v kontaktu prostřednictvím jiných služeb či aktivit?)
6. Jaké informace či průzkumy o těchto lidech máte k dispozici? (Máte nějaké statistiky nebo průzkumy trhu – ať už přímo od vás, nebo od jiných zdrojů?)

Pilotní studie pro sběr dat

Reorganizace Georg-Schumann-Strass

- Rovnoprávnost pro všechny uživatele dopravy
- Dočasné testování – nenákladné a rychlé

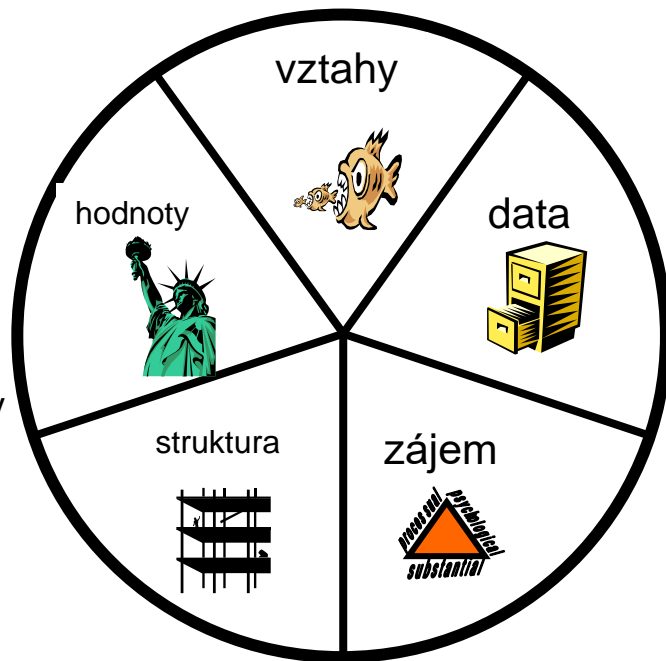


Výchozí údaje

Analýza konfliktu

Původ konfliktu

- vztahy
- hodnoty
- data
- strukturální faktory
- zájmy



Příklad: Data jako překážky v komunikaci

Velký objem složitých dat

- vyžaduje čas a specifickou přípravu
- je častou příčinou diskuzí a konfliktů
- všichni účastníci musí mít přístup k datům
- před jakýmkoliv rozhodnutím je zcela zásadní provést sběr dat a evaluaci

Komunikační strategie pro zvládnutí velkého objemu dat:

Paradigma „hledat“:

Nechat účastníky, aby se ptali, na co chtějí

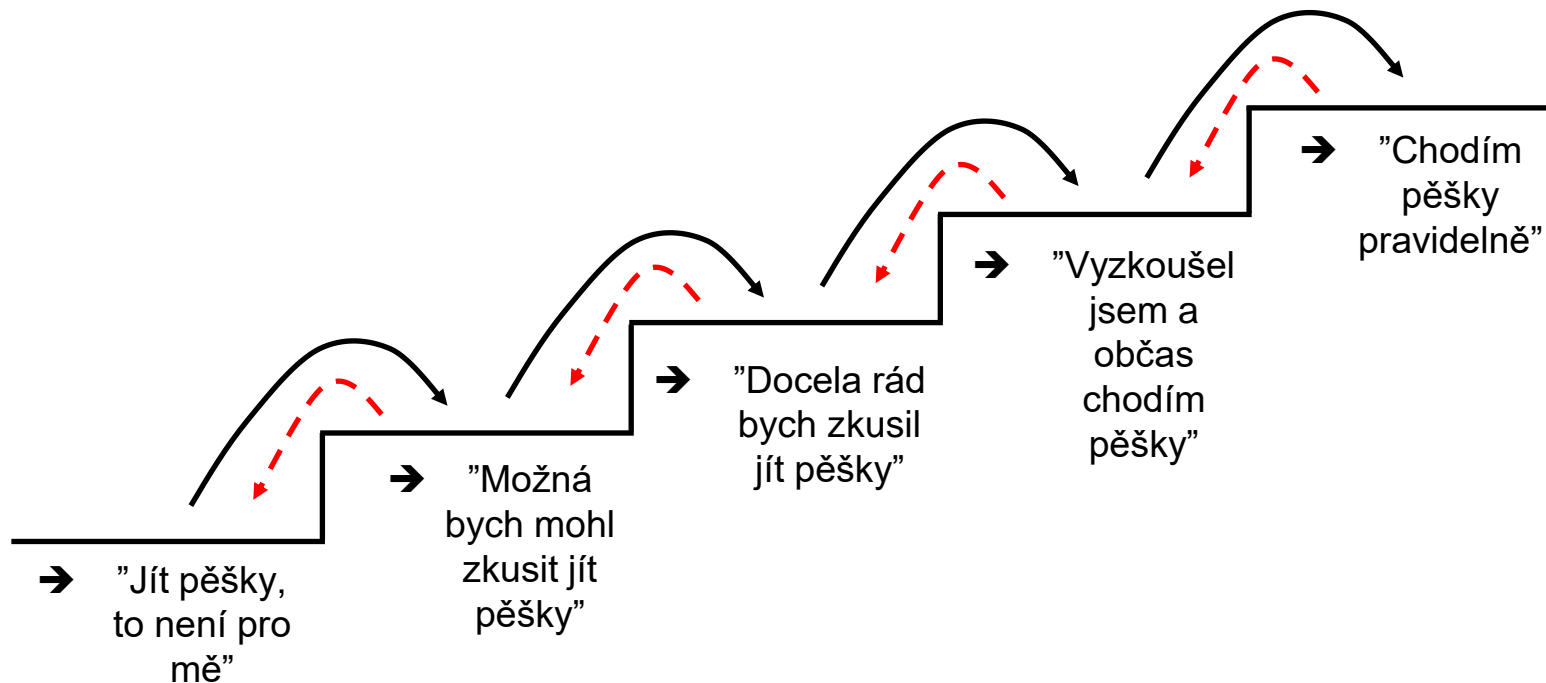
Paradigma „ukázat“:

Dát veškeré informace k dispozici a nechat účastníky, aby je zkoumali



Celkově má tedy smysl se zaměřit na ty segmenty, které jsou „připraveny a ochotny“ podstoupit změnu. Konkrétní volba segmentů však závisí na současném stavu dopravní infrastruktury a na plánovaných změnách tvrdé infrastruktury a dopravních služeb. Existuje například skupina osob, které budou chodit pěšky a jezdit na kole, pokud cítí, že je jim to umožněno, a proto vyžadují budování nové infrastruktury, která jim v tom pomůže. **Pokud tedy součástí nějaké kampaně nejsou i práce na nové infrastruktuře, nemá pravděpodobně cenu se na tuto skupinu obyvatel zaměřovat.**

TEORIE ZMĚNY?!



Je téměř jisté, že poselství a aktivity v rámci kampaně se budou město od města velmi lišit, a to i v případě, že jsou zaměřena na stejnou sociální skupinu. Proto je třeba kampaně upravit podle současné dopravní situace a společenských norem v dané lokalitě.

Obsah

- Předmluva - omluva
- 1. krok
- 2. krok
- **KROK 3: DEFINUJTE CÍLOVÉ SKUPINY**
- 4. krok
- 5. krok
- 6. krok
- 7. krok

CÍLOVÉ SKUPINY?

Vypovídají průzkumy o všem?

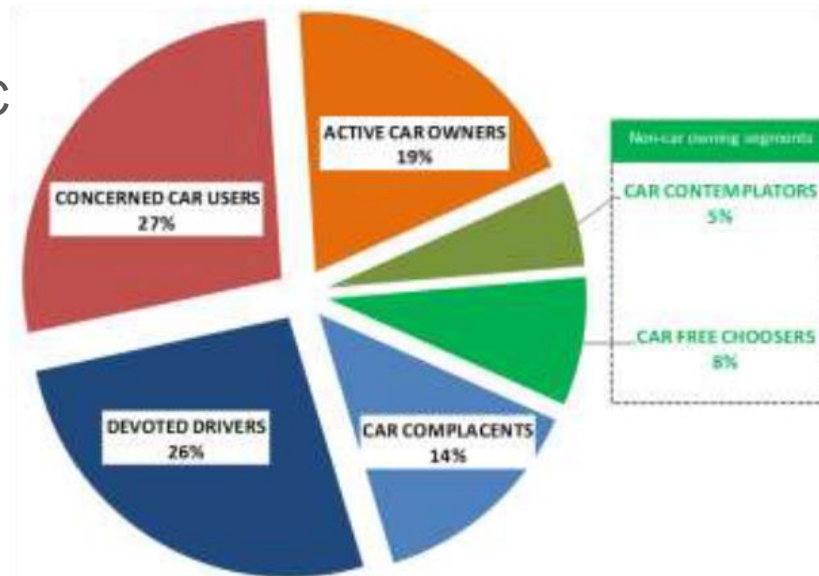


Muž, 50 + let, VŠ, nejvyšší příjem, britský původ, křesťanská škola

CÍLOVÉ SKUPINY?

Almada, Portugal
Source: SEGMENT project

1. ODDANÍ ŘIDIČI
2. SNAHA O VYLEPŠENÍ VLASTNÍ IMAGE
3. NESPOKOJENÍ UŽIVATELÉ MOTOROVÝC
4. AKTIVNÍ USILOVAČI
5. PRAKTIČTÍ CESTOVATELÉ
6. VYZNAVAČI AUT
7. ZÁVISLÍ NA VEŘEJNÉ DOPRAVĚ
8. DOBROVOLNĚ BEZ AUTA



See more at: https://ec.europa.eu/energy/intelligent/projects/sites/iee-projects/files/projects/documents/segment_final_publishable_report_en.pdf

CÍLOVÉ SKUPINY?

Jak vzniká motivace?



Energie



Cvičení



Běhat

Potřeba

Očekávání

Chování

Přání

Spouštěč

Vyhodnocení
efektu

Fit



Nazout boty



CÍLOVÉ SKUPINY?



Persony

Sasha

ASTUTE, CONFIDENT,
SAVVY, KNOWLEDGEABLE

SMART SHOPPER

GOAL Shopping smart to get more for her money

“ I don't have stacks of money so I need to make the most of what I have.

FRUSTRATION Struggling to believe she's found the best price

“ I often spend too long looking for the best price on something. I'm never satisfied that I've got the cheapest price.

SATISFACTION Getting a bargain online

“ I enjoy savings so much it's starting to feel like a game. I love beating the system.



PERCENTAGE OF CUSTOMER BASE



WEEKLY ONLINE SPEND



ANNUAL HOUSEHOLD INCOME

Sasha is 34, married and has a two year old child. She currently works as a part-time office manager and lives in the suburbs of Bristol.

HER FAVOURITE BRANDS



Isobel

MATERIALISTIC, GENEROUS,
SPONTANEOUS, IMPULSIVE

IMPULSE SHOPPER

GOAL Getting a good deal on everything

“ I really like shopping and bargain hunting. I'm guilty of buying things I don't need because they're cheap.

FRUSTRATION Not finding bargains

“ I like shopping in-store to find a bargain. I often get lost working out the best deals online.

SATISFACTION The thrill of a bargain

“ I love shopping, even if it's not for me. I've got two cupboards full of gifts to give.



PERCENTAGE OF CUSTOMER BASE



WEEKLY ONLINE SPEND



ANNUAL HOUSEHOLD INCOME

Isobel is 36 and lives with her partner and 6 month old child in the suburbs of Newcastle. She works as a shop assistant.

HER FAVOURITE BRANDS



Julia

RESERVED, CAUTIOUS,
PLANNED, WARY

CAREFULLY CONSIDERED SHOPPER

GOAL Being careful with the monthly budget

“ It's my responsibility to make sure everyone in my family has what they need and our money stretches.

FRUSTRATION A lack of real discounts and deal sites

“ I don't really trust deal sites. I worry that the quality of what I buy will be compromised.

SATISFACTION Having money left over at the end of the month

“ When I have money left over from the monthly budget I love putting some away for savings and gifts.



PERCENTAGE OF CUSTOMER BASE



WEEKLY ONLINE SPEND



ANNUAL HOUSEHOLD INCOME

Julia is 47. She's married with three children and lives in the suburbs of Learnington Spa, where she works as a nurse at the local maternity hospital.

HER FAVOURITE BRANDS



Rob

TIME POOR, SAFE,
IMPATIENT, HABITUAL

COMFORTABLE CLASSIC SHOPPER

GOAL Shopping quickly at trusted brands

“ Saving money is too much hassle. I don't have time to hunt around for deals.

FRUSTRATION Too many irrelevant offers

“ I don't browse. If I find what I want and buy it. No point worrying about a few quid here and there.

SATISFACTION Shopping and online quickly on a needs must basis

“ I bought shoes online and 30% was taken off automatically. No hunting for the discount.



PERCENTAGE OF CUSTOMER BASE



WEEKLY ONLINE SPEND



ANNUAL HOUSEHOLD INCOME

Rob is 44. He's married with two young children and lives in a large village on the outskirts of Basingstoke. He works as a primary school deputy head teacher.

HIS FAVOURITE BRANDS



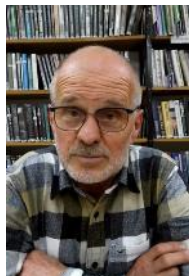
CÍLOVÉ SKUPINY?



<https://www.youtube.com/watch?v=ukXTRFLCCWU>



<https://www.youtube.com/watch?v=bWeZW5RGGI4>



<https://www.youtube.com/watch?v=xJvHPHpkto>



<https://www.youtube.com/watch?v=LJn5-UDKj1Q>



<https://www.youtube.com/watch?v=kwPaOGnjDd0>



Miroslav Sepe



Ajla Štoreškar



Jan Kozamarek



Maia Karlsson



Jasna Dredžević



Elena Özenci



Darja Virent and daughter Ana



Filip Kežlić and Blaž Stančič



Silvia Pavčić



Zlata Vuković



Nika Brnović



Polina Kurikina



Mihai Pomgariu



Gregor Rodinogluht

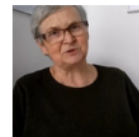


Evelina Zafra

Nacházíte se: Příběhy

Co si myslí o dopravě seniorka z Chomoutova?

21. 05. 2020 | Podívejte se na krátké video. [Číst dále](#)



Zeptali jsme se starosty Horky nad Moravou

19. 05. 2020 | Záměr si můžete poslechnout zde. [Číst dále](#)



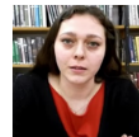
Co si myslí o dopravě senior a podnikatel z Chomoutova?

15. 05. 2020 | Podívejte se na krátké video. [Číst dále](#)



Zeptali jsme si mladé manažerky

13. 05. 2020 | A co nám říkáte se dozvíte zde. [Číst dále](#)



Zeptali jsme se primátora města Olomouce

11. 05. 2020 | Našemu primátorovi jsme položili pár otázek. Jeho myšlenky se můžete přečíst zde.



Obsah

- Předmluva
- 1. krok
- 2. krok
- 3. krok

- **KROK 4. KONKRÉTNÍ AKTIVITY, NÁPADY, DISKUSE**

- 5. krok – indikátory (můžete si vše spočítat, na to dnes není čas)
- 6. krok – monitoring samotné akce (na to dnes není čas)
- 7. krok – vyhodnocení (na to dnes není čas)

Obsah

KROK 4. KONKRÉTNÍ AKTIVITY, NÁPADY, DISKUSE

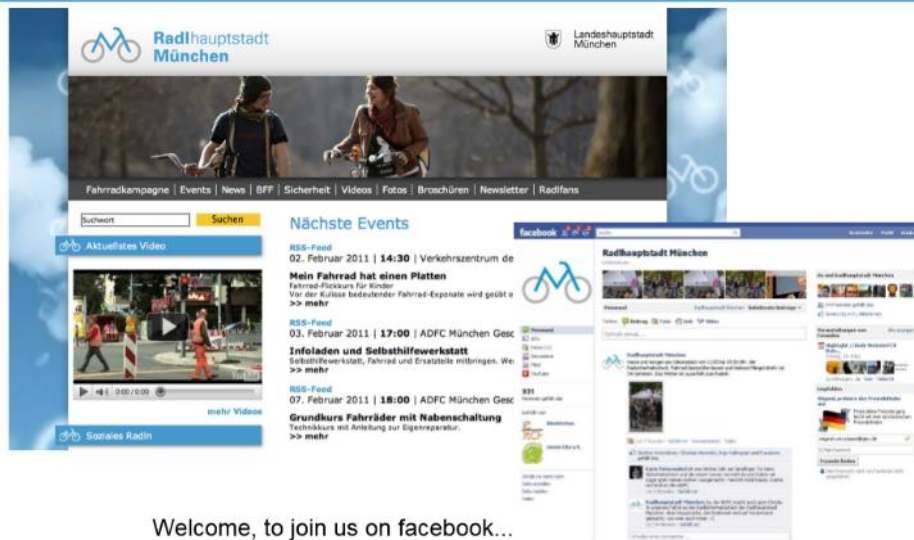
- Celkový komunikační plán
- Projekt Metamorphosis
- CityChangers
- Jak se připravíme na Evropský týden mobility?
- Diskuse k výstavě
- Inspiromat

A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Celkový komunikační plán



Homepage: www.radlhauptstadt.de



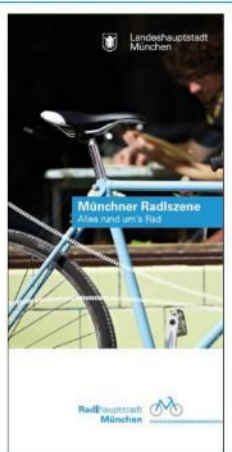
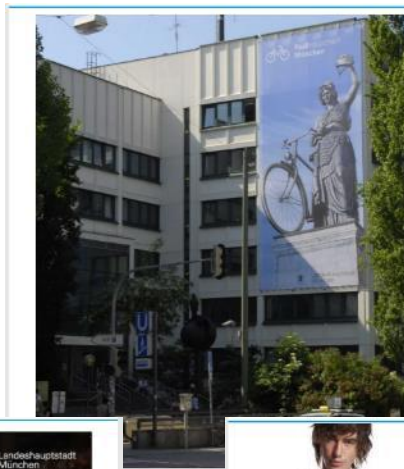
Welcome, to join us on facebook...

Cycling-related logos from other cities



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Celkový komunikační plán



A TEŽ PÁR NÁMĚTŮ

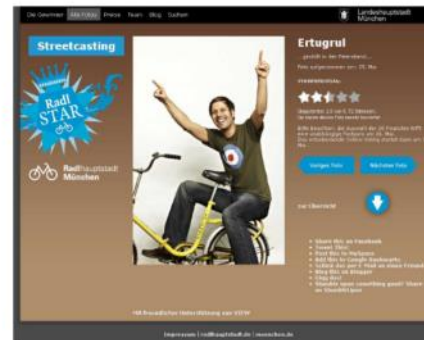
Celkový komunikační plán



Partnerství
pro městskou
mobilitu

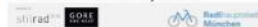


- Online-Voting on www.radlstar.de



Wähle deinen  und gewinne!

Bis 12.8.2010 auf www.radlhauptstadt.de



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Celkový komunikační plán



The Bicycle Film Festival Munich



Suchwort Suchen **Bicycle Film Festival**

München sucht den Radler!

Das BFF kommt erstmals nach Deutschland!

Das Bicycle Film Festival (BFF) wurde im Jahr 2001 in New-York von Brandt Barbur gegründet. Mittlerweile wird das BFF in 40 Städten weltweit mit über 220.000 Besuchern ausgerollt. Es veranschaulicht dem Trend, dass für immer mehr Menschen das alltägliche Fahrradfahren ein Ausdruck ihres individuellen Lebensstils ist.

Im zehnten Jahr seines Bestehens macht das BFF erstmals Station in Deutschland: das **BFF Munich** findet vom 02. bis **05. Dezember 2010 im Felsenpark** statt. Diese Location vereint drei attraktive Veranstaltungsorte: Die Filmvorführungen finden in der Kneipe mit 1200 Sitzplätzen statt, für Party und Get-Together ist das Kneipen-Café ideal und das Programm mit Show-Bühnen und Infoständen ist in der darüber gelegenen **Mezzag** untergebracht. Festivalbesuche, die an allen Tagen möglich sind, können Sie vorab online erwerben. Die Tickets sind auf 7€ Stück besetzt. Das Begleitprogramm ist kostenlos und kann unabhängig von den kostenpflichtigen Filmvorführungen besucht werden.

Das Festival bildet den dreijährigen Abschluss der Radhauptstadt Fahrradkampagne der Landeshauptstadt München.

Filme und Rahmenprogramm

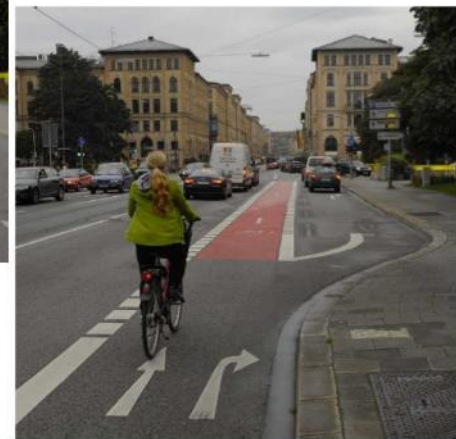
Woh:

Ziel:

Opt:



Infrastructural improvements



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

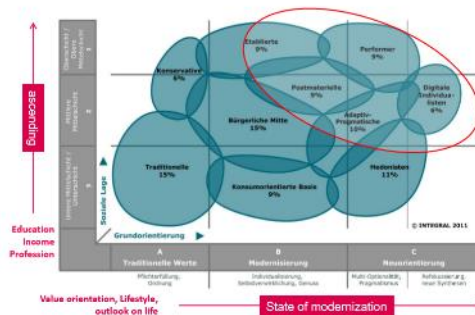
Celkový komunikační plán



Cycling culture



Who are our „friends“?



Visual language



Launching the brand

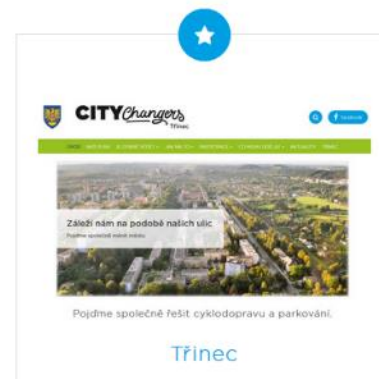
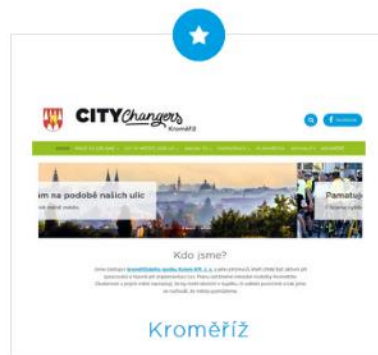
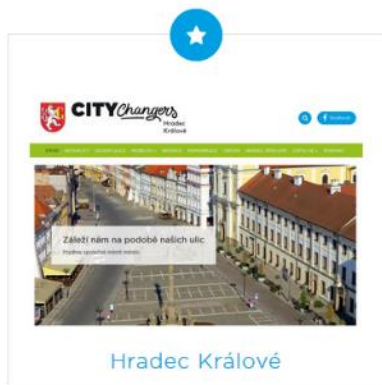
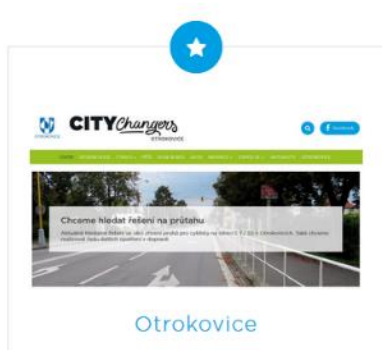


A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Poznámka – web bez souvislostí nemá cenu



Partnerství
pro městskou
mobilitu





METAMORPHOSIS

O čem bude řeč? Komunikace musí mít náplň, obsah



Příležitost
é otevření
ulic



Změny
veřejného
prostoru



Výuka a
vzdělávání



Posílení
aktivní
mobility



Místa
krystalizace



Procesy
plánování a
propojení s
principy
SUMP

DŮSLEDEK SUMP 2.0.

Proměna veřejných prostor na
místo pro život



Cíle

Tvořte prostředí přátelské pro děti



HOW WE TALK ABOUT PUBLIC SPACE

Otevírání, nebo uzavírání ulic?

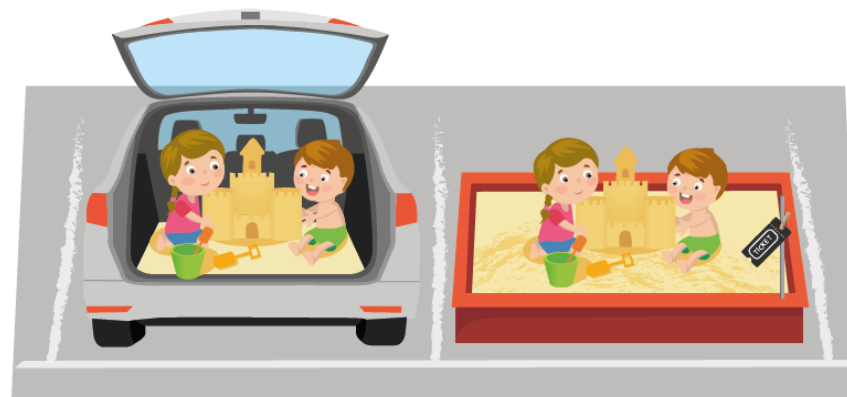
Smetanovo nábřeží a Berliner Sperrstunde - ulice pro děti. proč se u nás hovoří o uzavírání ulic pro auta, a v Berlíně otevírání ulic pro děti?
<https://nazory.aktualne.cz/komentare/a-co-deti-maji-si-v-praze-kde-hrat-v-berline-na-ne-mysli/r~794de97a9a7611eab0f60cc47ab5f122/>



NAZORY.AKTUALNE.CZ

A co děti, mají si v Praze kde hrát? Berlín pro ně dočasně uzavírá celé ulice | Aktuálně.cz

Omezený přístup a možnosti využití



povoleno



zakázáno





SUSTAINABLE URBAN
MOBILITY PLAN



CHILDREN ARE AMBASSADORS



FROM CAR PARKING - TO RESTING



USE SOFT MEASURES
AND HARD MEASURES

Příklad z projektu METAMORPHOSIS

Sousedské snídaně

Graz: malé a nízkonákladové



Příklad z projektu METAMORPHOSIS

PLUS.MINUS – Tvořme veřejný prostor

Příklad 2: Větší a investičně náročnější



Příklad z projektu METAMORPHOSIS

PLUS.MINUS – Vytváříme společně prostor

Záměr:

Proměna parkoviště v komunitní prostor

Opatření:

uzavření parkoviště na 10 dní
společná výstavba dřevěné instalace a aktivní využití místa

PRINCIP CITYCHANGERS



Nominujte:

**Měníme města.
Jsme CityChangers.**



Chci podepsat výzvu



Více: <https://www.dobramesta.cz/vyzva>
www.citychangers.eu

CityChangers - to jsou lidé realizující změny



Měníme města.
Jsme CityChangers.



Citychangers hledá patrony

Představujeme CityChangers



*„Cesta do práce nebo do školy
nemusí být nutné zlo a ztráta času.“*

Tomáš Hradil, starosta Krnova

Proč jsem podepsal výzvu
CityChangers?

Čtěte na www.dobramesta.cz

Můžete se také připojit ke společné výzvě za udržitelnou mobilitu a přihlásit se tak k **Evropskému týdnu mobility 16. - 22. 9. 2020.**

**Měníme města.
Jsme CityChangers.**



Citychangers hledá patrony



STAROSTA MĚSTA LITOMYSLE

DANIEL BRÝDL

V Litomyšli 07.01.2020

Vážené dámy, vážení pánové,

obracím se na Vás jako na majitelky a majitele nemovitostí, případně provozovatele obchůdků a služeb na Smetanově náměstí. Tato lokalita je k mé velké radosti živým srdcem Litomyšle. Záměrem stávajícího zastupitelstva je tomuto obchodnímu, kulturnímu a historickému centru města pomáhat. Vážíme si investic soukromníků do domů na náměstí a chceme ve spolupráci s Vámi řešit a vyřešit problémy, které Smetanovo náměstí trápí.

Kvůli tomu v minulosti vznikla komise Rady města Litomyšle Naše náměstí, v níž ve spolupráci s některými z Vás a odborníky řešíme, co jako město můžeme udělat. Níže si dovoluji stručně představit některá témata, kterými se zabýváme.

V roce 2020 připravujeme propagační kampaň, která má návštěvníkům Litomyšle ukázat cestu do Smetanova náměstí jako největšího „obchodního centra“ v regionu. Chceme tak podpořit místní soukromníky i turistický ruch. K propagaci chceme využít plochu na RC Kotelna a do budoucna i nové webové stránky.

Plánujeme další snížení vizuálního (reklamního) smogu a zavedli jsme změnu tržního řádu, díky které dojde k omezení vystaveného zboží pouze na jednu stranu podšíň. Vznikne nám volný prostor o šířce dva metry. Litomyšlané i turisté tak budou moci v klidu korzovat podloubím, prohlížet si nabízené zboží, ale zároveň bude podloubí průchodnější a vizuálně čistší. Na dodržování pravidel budou dohlížet dvě vyčleněné policistky z MP Litomyšl.


Po konzultaci s architektem Adamem Gebrianem a na základě příkladů ze zahraničí preferujeme (finančním zvýhodněním) v případě předzahrádek nábytek přímo na chodnících, bez dřevěných podestů bez ohrádek – v tomto směru jsme změnili ceník záboru veřejného prostranství a zahrádky odpovídající těmto představám mohou být umístovány s 50% slevou ze stávajících cen záboru. Zároveň chceme požádat provozovatele, aby z estetických důvodů měli předzahrádky nikoli celoročně, ale pouze v turistické sezóně.

Na začátku roku také došlo ke změnám v parkování na náměstí. Obyvatelům centra a majitelům nemovitostí v historickém centru jsme i nadále připraveni poskytovat zvýhodněný parking, v případě ostatních preferujeme krátkodobé parkování, kdy si lidé mohou v klidu nakoupit, vyřídít vše potřebné a následně uvolnit místo dalšímu. Naší snahou je, aby se zejména lidé zaměstnaní v provozovně naučili parkovat na záchytných parkovištích a na Smetanově náměstí tak byl nepřerušovaný provoz s nabídkou dostatečných parkovacích míst pro zákazníky a obyvatele této lokality. Parkování je možno od ledna plátné aplikací MPLA a do centra náměstí chceme umístit parkovací automat akceptující platební karty. V současné době neplánujeme omezení parkování na náměstí, po vybudování dálnice D35 bychom rádi využili stávajícího průtahu městem, kde mohou vzniknout na části silnice stovky nových



CITYCHANGERS - PROJEKTY

Evropský týden mobility 2020, tak k jakým opatřením se zavážeme?



Nominujte svůj projekt do galerie CityChangers

Když nahrajete soubory a odešlete tento formulář, bude zaznamenáno jméno a fotka spojené s vaším účtem Google. Nejste jarda.dobramesta@gmail.com? [Přepnout účet](#)

***Povinné pole**

Do jaké kategorie chcete svůj projekt nominovat? *

Do kategorie „Podáří se?“ nominujte projekty, které probíhají a chcete se „zavázat“ k jejich dokončení. V kategorii „Dokončené projekty“ se můžete pochlubit s případovými studii s konkrétními výsledky.

Podáří se?

Dokončené projekty

[Další](#) Strana 1 z 4

Nominujte svůj projekt do galerie CityChangers

Když nahrajete soubory a odešlete tento formulář, bude zaznamenáno jméno a fotka spojené s vaším účtem Google. Nejste jarda.dobramesta@gmail.com? [Přepnout účet](#)

***Povinné pole**

Dokončené projekty

Název projektu *

Vaše odpověď

Stručný popis projektu *

Stručně popište, v čem váš projekt spočívá (maximálně 250 znaků).

Vaše odpověď

Problém *

Popište problém, který ve svém městě nebo své obci řešíte. Proč jste se rozhodli řešit zrovna tento problém? Vycházeli jste z nějakých dat nebo statistik?

Vaše odpověď

A jak bylo řečeno úvodem
Komunikace potřebuje vizualizaci



ZAČNĚME S PŘÍPRAVOU ETM 2020



ZAČNĚME S PŘÍPRAVOU ETM 2020

Letošní téma „Bezemisní mobilita pro všechny“
je zachována jako budoucí cíl

Tematické pokyny ve všech jazycích EU
budou k dispozici do léta

Města nejsou povinna používat
jakýkoli konkrétní slogan nebo výzvu k akci

EXPERT GROUP ON URBAN MOBILITY MEETING
18 MAY 2020



ZAČNĚME S PŘÍPRAVOU ETM 2020

...a příklady grafického přizpůsobení:



Maskoti jako obvykle



Někteří nosí roušky (MHD)



Všichni nosí roušky

ZAČNĚTE S PŘÍPRAVOU ETM 2020

Evropský týden mobility 2020

TÉMA: Zero-emission mobility for all
Bezemisní mobilita pro všechny

SLOGAN: Tvůj styl, tvoje volba!



ZAČNĚTE S PŘÍPRAVOU ETM 2020

Inspirujte se: [Katalog opatření pro ETM](#)



ZAČNĚTE S PŘÍPRAVOU KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ

PŘIPRAVUJEME VÝSTAVU, SPOLUPRACUJ S NÁMI NA JEJÍ PŘÍPRAVĚ



Komunikace = Jedinečnost měst



CITYChangers
Třinec



f facebook

[ÚVOD](#) [NÁŠ PLÁN](#) [JE DOBRÉ VĚDĚT](#) [JAK NA TO](#) [PARTICIPACE](#) [CO MOHU UDĚLAT](#) [AKTUALITY](#) [TŘINEC](#)

Nacházíte se: [Participace](#) / [Komunikační plán](#)

Komunikační plán města Třince

Naše komunikační strategie je i vaší



Třinec i ty

... tři kroky napřed

Komunikace = Jedinečnost měst



Evropský týden mobility 2020

V Třinci by proběhla jednodenní akce spojená s „Dnem čistoty“ (obdoba uklidíme Česko), která by byla v souladu s hlavním tématem „Bezemisní doprava pro všechny“ a s hlavním sloganem „Tvůj styl, Tvoje volba“.

Stakeholdři:

Magistrát města Třince,
příspěvkové organizace města,
regionální i celostátní média,
místní, regionální i ostatní vystavovatelé a prodejci,
školy a umělci,
...a v neposlední řadě MSK.

Uzavřena bude část ulice Lidické mezi náměstím TGM a náměstím Svobody (stejně jako v roce 2019).

Na náměstích a uzavřené komunikaci by proběhlo několik aktivit:

- Výstava a ukázka caro kol (nákladních kol), caro elektrokol, výstava různých elektromobilů, elektroskútru, elektrovozítek, které primárně mohou sloužit pro logistické a komunální služby ve městech, výstava cyklistického příslušenství, díky kterému lze na kole převézt téměř jakýkoliv nákup. (brašny, pouzdra, vozíky za kolo, nosiče, košíky,...) Zvýšený počet rozvozů zboží objednaných přes e-shopy je v době koronaviřu aktuální téma v každém městě. (V případě možností i vozidla s vodíkovým pohonem.) Car sharing, Bike sharing.
- Ve spolupráci s třineckými supermarkety připravit výměnu nevyhovujících stojanů na kola u jejich provozoven s ohledem na správné zamykání kola a na rozdíly mezi krátkodobým a dlouhodobým parkováním kol.
- Zkrášlení podchodu na ul. Žižkově žáky a bývalými absolventy základní umělecké školy. Vymalování šedého podchodu jako způsob jak zkrášlit veřejný prostor a jak zatraktivnit cesty pro pěší.

- Zkrášlení vybraného rozvaděče VO – Ilustrace na téma aktivní mobilita, veřejný prostor a parkování. Obdobně jak v roce 2018 byl zkrášlen rozvaděč na nám. TGM.
- Realizace zelené stříšky na autobusovém přístřešku zastávky Lyžbice, Terasa, Kosmos. Ukázka realizace s technickým popisem včetně specifikace přínosu pro veřejný prostor a prostředí pro život.
- Beseda pro studenty středních škol na téma City Changers. Jak měnit města a jak měnit myšlení. Beseda v souladu s nově připravovanou metodikou SUMP 2.0 a realizována díky Partnerství pro městskou mobilitu.
- Soutěže pro žáky základních škol. Školy budou soutěžit mezi sebou o to, která škola v době od 14.9. do 18.9.2020 bude mít větší procento jízdy do školy a ze školy jiným způsobem než autem a na motorce. Zapojí se žáci, učitelé i provozní zaměstnanci. Vítězná škola dostane odměnu (nové stojany na kola u školy, apod.). Nejlepší třída navíc dostane volný vstup na koupaliště.
- Zapojení a propagace mobilní aplikace od ČEZU „Pomáhej pohybem“. Uživatel má možnost vlastním aktivním pohybem určovat které projekty a v jaké výši má Nadace ČEZ finančně podpořit. Obyvatelé města tak mohou „hlasovat“ o vybraných projektech pro bezmotorovou dopravu. Více na www.pomahejpohybem.cz.
- Díky penězům ČEZU město pořídí služební kola a elektrokola.

Doprovodné činnosti budou hlavně tvořit:

- výroba plakátů (20 ks) plus banner na web a sociální sítě
- letáky a prospekty (500 kusů) témata letáků: moderní cyklistika, nákladní cyklodoprava, bezpečné parkování kol, design ulice a city changers, zelené střechy a sucho. Letáky budou k dispozici u vystavovaných objektů.
- Potřeby pro soutěže a besedu.
- Organizace „Slavnosti“ – stánky s jídlem a pitím, případně hudební produkce ZUŠ, zajištění bezpečnosti.

Komunikace = Jedinečnost měst

- Proč nevyužít místních zvyků?

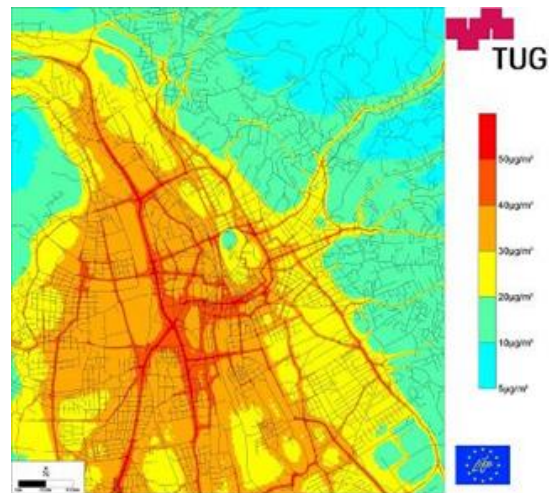
UHERSKÉ HRADIŠTĚ
SLAVNOSTI VÍNA



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Jak sdělit výzvu, informaci

- Racionální výzvy (výkonnost, bezpečnost atd.)
- Emocionální výzvy (humor, láska, šok, vina atd.)
- Morální výzvy (smysl pro komunitu atd.)



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Jak sdělit výzvu, informaci

- Použijte argumenty, s nimiž většina lidí souhlasí.



5 minut do začátku vyučování



5 minut po začátku vyučování

A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Jak sdělit výzvu, informaci



Odesílatel a příjemce musí poselství chápat stejným způsobem!



“Je to jen pár metrů.”



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

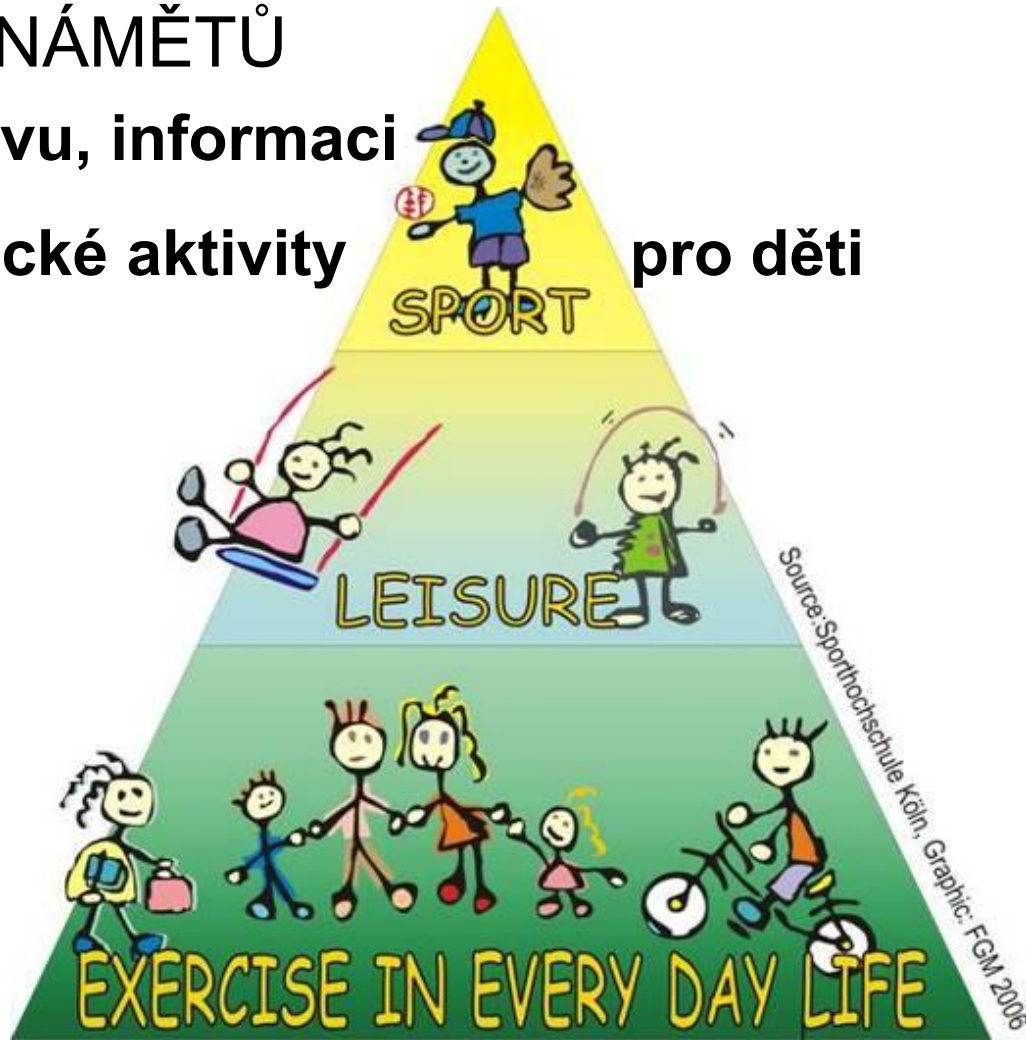
Jak sdělit výzvu, informaci

Pyramida fyzické aktivity

pro děti



Partnerství
pro městskou
mobilitu



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Jak sdělit výzvu, informaci

S rostoucím automobilovým provozem se sice zlepšila naše mobilita, ale jsou zde negativní dopady na děti:

- ✓ **Bezpečnost v provozu**
- ✓ **Zdraví**
- ✓ **Společenský rozvoj**
- ✓ **Svoboda pohybu /
dopravní kompetence**

1950: město dětí



DNES:
město aut

A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Jak sdělit výzvu, informaci



- Použijte argumenty, s nimiž většina lidí souhlasí.
- Snažte se, aby žádoucí chování bylo nějakým způsobem zvláštní.
- Používejte pozitivní zprávy a neautoritativní způsob komunikace.
- Pro kampaně určené pro konkrétní místa použijte téma týkající se hlavních problémů v daném místě (např. ve školách zdraví a bezpečnost dětí, ve firmách zdraví zaměstnanců a vyšší produktivita).

A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Kopf an – Motor aus
Před jízdou přemýšlej



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Gscheid mobil – dopravní kampaň zaměřená na skupinu seniorů, Mnichov



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Kampaň za rychlostní limit 30 km/h, Graz



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Pardálové v ulicích – Parkuji, kde chci



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Bezpečnost:

„Zabít dítě autem je nepopulární“?

- rychlostní limity
- vymáhání



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Bezpečnost:

„Zabít dítě autem je nepopulární“?

- rychlostní limity
- vymáhání

„Respektujte prosím rychlostní limit – žijí zde děti“



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Hraní rolí:

Dva z vás plánují kampaň „10 000 kroků“. Cílem kampaně je podpora pěší dopravy jako zdravého a ekologického způsobu, jak se pohybovat ve vnitřním městě, které nabízí centrální obchodní čtvrť s obchody, kavárnami a restauracemi.

Zdroj: <http://www.helmstedter-tageblog.de>



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Bolzano by Bike – Každoroční cykloparty

Město Bolzano každoročně pořádá dvoudenní cyklistickou akci.

Do závodu mezi městskými částmi se registruje kolem 4500 účastníků.

Všichni účastníci, děti i celé rodiny mohou podél 18km trasy sbírat body na kontrolních stanovištích.

Na konci každého dne je tombola s atraktivními cenami.



A TEĎ PÁR NÁMĚTŮ

Cyklista týdne

Každý týden 3-5 náhodně vyfotografovaných cyklistů, kteří projíždějí městem, zodpoví otázky o tom, proč jezdí na kole.

Fotografie s odpověďmi jsou otištěny v novinách.

Lidé pak telefonicky nebo emailem zvolí svého favorita (osobu / prohlášení). Jak cyklista, tak voliči mohou získat cenu.

Kromě toho každý týden noviny publikují článek na téma „cyklistická doprava ve městě“.





Místo pro vaše nápady...