



Kampania „Rowerem do pracy” nie traci rozpędu

2020-07-03

W połowie czerwca ruszyła IV edycja miejskiej kampanii „Rowerem do pracy”. Choć pandemia opóźniła jej start, a praca zdalna uziemiła wielu pracowników, to organizatorzy nie narzekają na brak chętnych. Do akcji przyłączy się w tym roku ponad 110 pracodawców. Efekty są wymierne: rok temu co piąty uczestnik przyznał, że zanim przesiadł się na dwa kółka, do pracy dojeżdżał samochodem.

Kampanię pod hasłem „Rowerem do pracy, czyli dom, rower, praca... i tak w kółko” od 2017 r. organizuje Wydział Gospodarki Komunalnej UMK. Jest ona skierowana do krakowskich i podkrakowskich firm i instytucji, które troszczą się o zdrowie i sprawność fizyczną swoich pracowników, a także dbają o poprawę jakości życia w mieście poprzez ograniczenie ruchu samochodowego. Cel akcji to zachęcić jak największą liczbę pracowników do korzystania z rowerów jako środka transportu do pracy i z powrotem.

W pilotażowym roku 2017 w kampanii wzięło udział 50 pracodawców, a w każdym miesiącu na rowerze do pracy jeździło około 300 osób. W 2018 r. było to już 82 pracodawców i 1080 osób dojeżdżających jednośladem. W 2019 r. padł kolejny rekord: 137 pracodawców i 2400 rowerzystów.

Te liczby mówią wiele: w 2019 r. w każdym miesiącu na rowerze do pracy jeździło średnio 2400 osób, czyli ponad dwa razy więcej niż w 2018 roku. Co więcej, wyniki ankiety przeprowadzonej w 2019 r. pokazały, że ponad 20 proc. uczestników podróżowało do pracy samochodem przed przystąpieniem do kampanii.

Edycję 2020 trochę pokrzyżował stan epidemiczny. Zamiast 1 maja akcja ruszyła w połowie czerwca. Udział w niej zadeklarowało ponad 110 pracodawców. To i tak dużo jak na specyficzne okoliczności tego roku, związane m.in. z przejściem wielu firm na pracę zdalną.

Przypomnijmy: na najlepszych uczestników, podobnie jak w latach ubiegłych, czekają upominki ufundowane przez Gminę Miejską Kraków. To m.in. drobne akcesoria rowerowe (np. zapięcia do rowerów) czy vouchery do sklepów rowerowych i sportowych.

Nieodłącznym elementem kampanii są edukacyjne spotkania dotyczące tematyki transportowej i rowerowej z pracownikami instytucji biorących udział w akcji. Od 2017 r. takie spotkania odbyły się u około 35 pracodawców w gronie blisko 750 pracowników. Na spotkaniach poruszane są m.in. zagadnienia związane z podziałem zadań przewozowych w Krakowie czy tendencjami transportowymi wśród mieszkańców (m.in. niebezpiecznie wzrastający odsetek samochodowego ruchu indywidualnego). Bardzo ważnym elementem spotkań są kwestie dotyczące krakowskiego transportu publicznego i jego promocji. Kluczowym zagadnieniem jest promocja ruchu rowerowego w perspektywie jakości życia w Krakowie oraz zasady bezpiecznej jazdy na rowerze w mieście.