

ECOMM 2010 jälkiseminaari 18.5.2010

Ryhmäkeskustelujen yhteenveto

TEEMA1: Työmatkaliikenne – liikkumisen ohjauksen keinot työpaikoilla

- Hyödyt esiin
 - o Liikkumisen ohjauksen hyödyt (kustannussäästöt, päästöt, imago, hyvinvointi) yrityksille ja työntekijöille pitää tuoda esiin. Tämä voisi olla valtakunnallisen tiedotuskampanjan tehtävä. Aiheelle pitäisi saada näkyvyyttä valtakunnan päämedioissa (esim. HS, Aamulehti) sekä yritysmaailmalle kohdennetuissa medioissa (esim. Kauppalehti)
 - o Tiedotuskampanja voi ammentaa ulkomaisista esimerkeistä, mutta myös Suomessa on tehty pilotteja ja yritykset ovat oma-aloitteisesti tehneet jo paljon. Nämä pitäisi koota ja tuoda esiin.
 - o Paikallinen taso: vaikuttavuus
- Julkisella sektorilla ja kaupungeilla keskeinen rooli
 - o Julkinen sektori voi näyttää itse esimerkkiä
 - o Julkinen sektori / valtakunnan tasolla voisi myöntää yrityksille kestävän liikkumisen sertifikaatteja
 - o Kaupungeilla / seudullisilla organisaatioilla on merkittävä rooli käytännön yritysyritysteistyössä
- Väärät kannustimet kitkettävä pois
 - o Työsuhdeautoilun tukemista ja ilmaista työpaikkapysäköintiä vähennettävä. Tämä edellyttäneen lainsäädännön muutoksia tai muuta sääntelyä.
 - o Toisaalta autoilun rajoittamisen rinnalle tuotava muita tasa-arvoisia työsuhde-etuja: työsuhdepolkupyörät, työsuhdejoukkoliikennelippu. Näiden hyödyntämisen esteitä on aktiivisesti pyrittävä poistamaan.
- Liikkumisen suunnittelu kytkettävä osaksi toimintajärjestelmää
 - o Johdon aktivointi, uudelle työntekijälle tietoa liikkumisen kaikista vaihtoehdoista, aktiivisten työntekijöiden hyödyntäminen, viranomaisyhteistyö, tutkimus- ja tuotekehitys, liikkumisen teema osaksi henkilökunnalle suunnattuja tapahtumia (esim. virkistyspäiviä).
 - o Liikkumisen ohjaus pitäisi kuitenkin yrittää tehdä yrityksille mahdollisimman helpoksi ja antaa mahdollisuus edetä pienin askelin.
- Muita esiintulleita asioita
 - o Pyöräilyfasiilitteetit kuntoon: pyöräpysäköintipaikkoja riittävästi ja sosiaalililat
 - o Hyväntekeväisyyskilometrit
 - o Last miles - loppumatka asemalta/pysäkiltä töihin

TEEMA 2: Alueet ja kaavoitus – liikkumisen ohjaus osana aluesuunnittelua ja kaavoitusta

- Jaettu tila / Shared Space / kävelykadut
 - o Suomessa ongelmana on talvi ja sopimaton liikennekulttuuri.
 - o Voisiko tila olla jaettu vain osan vuodesta (kesäaikaan)?
 - o Tapahtumien intensiteetin ja kävelijöiden määrän täytyy olla riittävä.
 - o Liikennekulttuuri voi muuttua tilan jakamisen myötä. Jaettu tilaa edellyttää jaettua vastuuta.
 - o Kokeilualueiksi ehdotettiin mm. Pohjois-Esplanadia ja Bulevardia Helsingissä
 - o Jotta pyöräilijät ja autoilijat voisivat jakaa saman ajoradan, keskustan nopeusrajoituksia pitäisi alentaa.
- Rohkeutta alueiden suunnitteluun ja niitä koskeviin päätöksiin
 - o Uudelle alueelle joukkoliikenne, pyöräily- ja jalankulkuyhteydet ja palvelut lähelle ja toimiviksi heti alussa.
 - o Liikkumisen ohjaus jo alkuvaiheessa: tavoitteiden asettaminen kulkutapaosuuksille, alueiden brändäys kestävän liikkumisen alueiksi
 - o Pyöräily avainliikennemuotoa
 - o Ei kauppojen suuriyksiköitä, palvelut kävely- ja pyöräilyetäisyydellä
 - o Aikasäästöfaktoja (liikenteen nopeuttamisen ei tuo aikasäästöjä systeemitasolla) on korostettava
- Kokonaisvaltaisuus
 - o Osittaisoptimoinnista kokonaisoptimointiin (eri hallinnonalojen yhteistyö)
 - o Kokonaisvaltainen pysäköintipolitiikka

TEEMA 3: Liikkumisen ohjaus vapaa-ajan toiminnassa ja tapahtumissa sekä palveluissa

- Kaupat tukemaan kestävästä liikkumista
 - o Apeldoornin kokeilu ilmaisen joukkoliikennelipun tarjoamisesta tiettyä ostomäärää vastaan on helposti sovellettavissa myös Suomessa (ks. ECOMM 2020 esitelmä Nils de Vries: Involving the private sector in promoting public transport). Esimerkiksi Stockmannille voisi ehdottaa konseptia. Stockmann soveltaa samaa käytäntöä jo pysäköintiin.
 - o Joukkoliikennelipun lisäksi kaupungit voisivat tarjota vartioitua pyöräpysäköintiä.
 - o Kaupat voisivat tarjota aktiivisemmin tavarantoimituspalveluja tai mahdollisuutta noutaa joustavasti.
 - o Kevyen liikenteen väylästä kattavammaksi kauppakeskusten ympäristössä
 - o Parkkipaikkaverot kauppoille, jotka tarjoavat ilmaista pysäköintiä.
- Tutkimustietoa ostosmatkojen kulkutavoista keskusta-alueilla
 - o Pitäisi tehdä tutkimus Helsingin keskusta-alueen ostosmatkojen kulkutavoista, jotta voidaan perustella kävelykeskustan kehittämistä (kävelijät, pyöräilijät ja joukkoliikenteen käyttäjät ovat hyviä asiakkaita!)
 - o Nostetaan esiin yrityksille ja kaupalle suunnatuissa medioissa edellä mainittua kotimaista tutkimusta sekä ulkomaisia tutkimuksia keskusta-alueiden ostosmatkojen kulkutavoista → kampanja kävelykeskustan puolesta kauppiaiden suuntaan
- Tapahtumanjärjestäjiltä vaadittava liikkumisen ohjausta
 - o Lupaviranomaiset voisivat vaatia määrätyn kokoluokan ylittäviltä tapahtumilta liikkumissuunnitelman tekemistä.
 - o Keinoja: lipun hintaan sisällytetty joukkoliikennelippu, vartioitu pyöräpysäköinti, liikkumisinformaation tarjonta tapahtuman markkinoinnin yhteydessä (toistuvuus), liityntäpysäköinti, ylimääräiset joukkoliikennelinjat), jälkitapahtumat (esim. junavuorojen odottelua varten).
- Viranomaisilla ja joukkoliikennetoimijoilla merkittävä rooli kaupan ja tapahtumien liikkumisen ohjauksen toiminnan edellytysten luomisessa.

TEEMA 4: Markkinointi liikkumisen ohjauksessa

- Kestävän liikkumisen markkinointiin on panostettava enemmän
 - o Tarvitaan markkinoinnin ammattilaisia
 - o Brändäyksen jatkokehittäminen hyvien esimerkkien pohjalta (VR:n kivimiehet, Jokeri-bussi) → Länsimetro, Kehärata, yms.
 - o Markkinoinnissa hyödynnettävä ilmaisia kokeiluja
 - o Eri toimijoiden välistä markkinointiyhteistyötä on parannettava (mm. joukkoliikennetoimijat)
- Markkinointi uusille asukkaille ja muissa murrosvaiheissa
 - o Infopaketti uusille asukkaille (esim. joukkoliikenne + kuntosali + ...)
 - o Mahdollisuus rajatulla jaksolla ilmaiseen joukkoliikenteen kokeiluun
 - o Asunnonvälittäjät ja rakennuttajat mukaan liikkumisen markkinointiin asunnonhaun yhteydessä
 - o Tietorekistereiden ja paikkatietojen hyväksikäyttö joukkoliikenteen markkinoinnissa
 - o Uusien raide-/bussilinjojen markkinointi vaikutusalueella asuville
- Muita esiintulleita asioita
 - o Hinnoittelu mukana markkinoinnissa (sisäisellä lipulla halvempi seutumatka, keikkalippu samassa, yhdellä lipulla 2 matkaa, jne.)
 - o "Bussiemäntä /-isäntä": auttaa reitinvalinnassa, auttaisi liikuntarajoitteisia, satunnaisia matkustajia, runoilua, teatteria, aforismeja, ...
 - o Neuvomiskykyisille kuljettajille palkankorotusta