Strona znajduje się w archiwum.

# Kampania edukacyjna, która dociera do każdego! Sprawdź wyniki Kampanii Kolejowe ABC II w 2022 r.

01.02.2023

## Styczeń to doskonały czas na podsumowanie poprzedniego roku. W 2022 r. Urząd Transportu Kolejowego, który realizuje Kampanię Kolejowe ABC II, udowodnił, że z edukacją dotyczącą bezpieczeństwa na kolei można dotrzeć zarówno do dzieci, jak i do dorosłych. Bohatera projektu, sympatycznego nosorożca Rogatka, zna już prawie cała Polska, a spoty promujące bezpieczeństwo obejrzało już 33,6 miliona Polaków.

Kampania Kolejowe ABC II to druga edycja ogólnopolskiego projektu informacyjno-edukacyjnego, która ma na celu szerzenie wiedzy z zakresu bezpieczeństwa na terenach kolejowych. Głównym bohaterem projektu jest nosorożec Rogatek, który promuje bezpieczeństwo m.in. na billboardach, w radiu czy w telewizji. W ramach Kampanii Kolejowe ABC II Urząd Transportu Kolejowego sprawnie dotarł do dzieci z

przedszkoli i szkół podstawowych oraz ich rodziców, nauczycieli i wychowawców. Informacje na temat Kampanii Kolejowe ABC II za sprawą samych spotów w telewizji zostały wyświetlone ponad 1,4 miliarda razy i dotarły łącznie do ponad 33,6 miliona osób, czyli do większości Polaków.W radiu treści o bezpieczeństwie na terenach kolejowych usłyszało ponad 6 milionów słuchaczy, a spoty w Internecie, na platformach VOD i YouTube zostały wyświetlone aż ponad 74 miliony razy.

Przez cały czas trwania Kampanii Kolejowe ABC II w 2022 roku w szkołach i przedszkolach prowadzone były zajęcia edukacyjne organizowane przez Urząd Transportu Kolejowego. Uczniowie mogli poznać najważniejsze informacje dotyczące bezpieczeństwa na przejazdach kolejowo-drogowych, stacjach, dworcach, zapoznać się ze znakami drogowymi i przypomnieć sobie najważniejsze zasady podróżowania koleją. Wszystkie lekcje były prowadzone w sposób interaktywny, dzięki czemu wiedza szybciej trafiała do młodych umysłów. W 2022 r. zajęcia odbyły się w 213 placówkach, co łącznie stanowi około 13 tysięcy minut interaktywnej nauki przez zabawę. W lekcjach wzięło już udział  prawie 6,5 tysiąca dzieci! Kampania Kolejowe ABC II była obecna w szkołach również poprzez platformę LIBRUS. Treści zostały wyświetlone tam przez rodziców i nauczycieli ponad 25 milionów razy. W 2022 r. w ramach Kampanii Kolejowe ABC II zorganizowane zostały również imprezy plenerowe. Łącznie w wydarzeniach w Zakopanem, Jastrzębiej Górze, Mikołajkach, Łebie i Wrocławiu udział wzięło 16 tysięcy osób. Wszystkie atrakcje, które pojawiły się podczas tych wydarzeń, zostały dobrane tak, aby zapewnić jak najlepszą zabawę dla całych rodzin. Do dyspozycji odwiedzających były m.in. gry edukacyjne i konkursy z nagrodami, kino 9D, warsztaty kreatywne, pokazy oraz koncerty znanych i lubianych polskich artystów. Dodatkowo podczas Zimowego Pikniku Rodzinnego we Wrocławiu na budynku dworca kolejowego został wyświetlony wideomapping 3D, który obejrzało ponad 10 tysięcy osób – około 1,2 tysiąca na miejscu, przed budynkiem dworca oraz prawie 9 tysięcy w formie transmisji online na żywo. Jednym z elementów wideomappingu 3D była zwycięska praca w konkursie „Kierunek – Bezpieczeństwo”,

który rozpoczął się wraz z pierwszym wrześniowym dzwonkiem. Zadaniem uczniów klas I-VI szkół podstawowych było przygotowanie prac plastycznych w formie rysunku lub makiety 3D. Zainteresowanie konkursem i jakość prac przerosła najśmielsze oczekiwania organizatorów. W ciągu zaledwie dwóch i pół miesiąca prawie 40,5 tysiąca uczniów stworzyło ponad 4 tysiące wspaniałych prac! Zwycięzcami zostali członkowie zespołu z klasy 2c ze Szkoły Podstawowej nr 2 im. Jana Wyplera w Rudzie Śląskiej.

Ważnym elementem Kampanii Kolejowe ABC II jest komunikacja w mediach społecznościowych. Dzięki tworzeniu treści, takich jak konkursy z nagrodami, łamigłówki, ciekawostki kolejowe, które angażują odbiorców, Urząd Transportu Kolejowego zachęcił całe rodziny do wspólnej nauki o bezpieczeństwie. Dodatkowo, dzięki dobrze dobranym influencerom udało się stworzyć platformę pozytywnej edukacji, która trafiła do wielu osób, niezależnie od ich wieku. Szczególnie aktywny okazał się TikTok, czyli jeden z najszybciej rozwijających się kanałów społecznościowych w Polsce. Profil Kampanii Kolejowe ABC II zgromadził na tej platformie ponad 1 mln wyświetleń, co w skali projektów edukacyjno-informacyjnych jest wynikiem bardzo imponującym. Na pozostałych mediach społecznościowych – Facebooku i Instagramie – również wzrosła liczba polubień. Facebook zgromadził łącznie ponad 70,7 tysięcy polubień, co świadczy o 57% wzroście. Na Instagramie profil Kampanii Kolejowe ABC II obserwuje ponad 7,4 tysięcy osób, co stanowi wzrost o 99% względem początku kampanii.

Kolejne działania realizowane przez Urząd Transportu Kolejowego będą docierać do coraz szerszego grona odbiorców. Na 2023 rok planowane są następne aktywności mające na celu poprawę świadomości społeczeństwa w zakresie bezpieczeństwa na kolei. Pojawią się nowe konkursy, wydarzenia na świeżym powietrzu, materiały edukacyjne, nowe spoty. Kontynuowane będą także zajęcia edukacyjne w szkołach i przedszkolach. Aby być na bieżąco, warto śledzić stronę Kampanii Kolejowe ABC II www.kolejoweabc.pl oraz profile w mediach społecznościowych, gdzie zamieszczane są najświeższe informacje dotyczące przyszłych kroków w

projekcie.

Instagram: @kolejowe_abc
Facebook: @kampania.kolejowe.abc
TikTok: @kolejowe.abc
Youtube: youtube.com