

Bilag 1

Fællesindstilling, Teknik- og Miljøforvaltningen, Sundheds- og Omsorgsforvaltningen
Færre Korte Bilture

Effekt ved sammenlignelige indsatser

Malmø – Inga löjlige bilresor

- *Hovedbudskab:* halvdelen af alle bilrejser i Malmø er ”løjerligt korte” (2007)
- *Kanaler:* traditionelle medier (fx event, konkurrence, annoncer og presse) og utraditionelle medier (fx levende reklametafler og myldretidscyklister med kampagneslogans)
- *Målgruppe:* 1) bilister 2) eksisterende cyklister som ambassadører
- *Mål:* Primært opmærksomhed på fordelene ved alternativer til bil



Levende reklametafler med cyklister tiltrak folk til kampagnens event og formidlede budskabet om, hvor mange ture under 5 km, der foregår i bil



Carolina vandt en cykel til familien i konkurrencen om årets mest tossede biltur – hendes bidrag lød: ”Min pappa tar bilen från lägenheten vid Triangeln till Möllevångstorget för att köpa ekologisk svamp!”.

Effekt/evaluering af Inga löjlige bilresor

300 tlf-interview:

- 40 pct. har lagt mærke til kampagnen (især opnået via presse og annoncer)
- 94 pct. mener, det er positivt at kommunen gennemfører kampagner for at mindske biltrafik
- 21 pct. mener, at deres syn på bilrejser er ændret som følge af kampagnen
- 15 pct. oplever, at de kører mindre i bil pga. kampagnen
- Andelen af korte bilture i Malmø er ifølge rejsevaneundersøgelser faldet fra 50 pct. til 38 pct. i løbet af kampagnens levetid

København – Tilflytterkampagne

- **Hovedbudskab:** Velkommen til København – her er gode muligheder for at cykle
- **Kanaler:** direkte henvendelser og event (velkomstbrev med pop-up cykelkort, klistermærker med dogmer for god cyklistadfærd samt invitation til et arrangement med mulighed for at 'teste' cykelbyen).
- **Kombinations-kampagne:** Indsatsen mod tilflyttere blev kombineret med en indsats for at forbedre cyklistadfærden generelt i København (se *Karmakampagne* nedenfor).
- **Målgruppe:** Tilflyttere til Københavns Kommune mellem 20 og 35 år
- **Mål:** At øge andelen af tilflyttere, der vælger cyklen som primært transportmiddel
- **Støtte:** Projektet var tildelt støtte fra Vejdirektoratet



Københavns Kommune sendte velkomstpakker til 12.000 nye københavnere med hilsen og gode cykel-tips, klistermærker med cykeldogmer, pop up-cykelkort samt invitation til cykel-arrangement.



Ved arrangementet på Halmtorvet kunne tilflytterne teste cykelbyen og hente cykelgaver



Effekt/evaluering af tilflytterkampagne

600 tlf-interview:

- 20 pct. flere i påvirkningsgruppen end kontrolgruppen har i høj grad lyst til at cykle i fremtiden.
- De direkte henvendelser gav tilflyttere fællesskabsfølelse
- Tilflyttere oplever at cyklister er højt prioriteret i København - og velkomstpakken har bidraget positivt hertil
- 9 ud af 10 tilflyttere hilser det velkomment, at Københavns Kommune udsender materiale vedr. cykelmuligheder i byen til tilflyttere

København – Karmakampagne

- *Hovedbudskab:* God adfærd på cykelstierne giver bedre oplevelser til alle
- *Via:* karmarazziaer, teater-indslag, cykeldogmer udstillet i byrummet, Facebook, presseindsats og cykel-arrangement
- *Målgruppe:* Primært cyklister i København
- *Mål:* At skabe opmærksomheden omkring adfærd på cykelstierne på en positiv måde og dermed mere hensyn og bedre flow.



Hej Cyklist!

Lidt sødt som tak for at du spreder god karma i trafikken. Og du må godt spise det hele – du cykler jo...

facebook.com/ibikecph



50 'karmaspottere' spottede cyklister med særlig god adfærd og belønnede dem med chokolade eller dogmeklistermærker



Københavns cykeldogmer blev vist i byrummet og på Facebook.com/Ibikecph, mens teatergruppen Brændende Kærlighed spredte god karma på cykelstierne

Effekt/evaluering af Karma-kampagne

Hall-test (kvalitative interview i forbindelse aktiviteterne)

Karma-razziaer:

- De adspurgte borgere syntes, det var godt og tiltrængt, at der blev sat fokus på udfordringen med adfærd på cykelstierne med en positiv metode
- Langt de fleste syntes, cyklisternes adfærd er en udfordring – men meget få ser sig selv som en del af problemet...
- 50 pct. af de borgere, der så karmaspotterne, angav, at det sandsynligvis vil påvirke deres adfærd i positiv retning. Mindst lige så mange angiver, at de vil fortælle det videre.

Cykel-gøgl:

- 86. pct. af de adspurgte fandt det morsomt
- 33 pct. mente, at folk ændrede adfærd på stedet (smilede, slappede af, sagtede farten).
- De adspurgte definerede primært god cyklistadfærd ved 1) at orientere sig/give plads, 2) at bruge tegn/overholde regler

Presse-afkast

Ovenstående københavnske kampagner gav ved en relativt lille indsats stor gennemslagskraft i medierne – både generel omtale og formidling af dogmerne for takt og tone på cykelstierne:

Politiken DK website header showing navigation tabs for NYHEDER, KULTUR, SPORT, DEBAT, IBYEN, TJÆK, TUREN GÅR TIL, POLITIKEN TV, FOTO, BLOGS, and IBYEN DK. It also features a search bar and a 'Det sker IBYEN' section.

Kommunen giver karmagaver til artige cyklister



DYDSMONSTRER. God opførsel på cykelstierne belønnes i de næste to uger. - Foto: Thomas B...

Hensyn og overskud bliver belønnet på byens cykelstier de næste to uger

Another screenshot of the Politiken DK website header, showing the same navigation structure as the first screenshot.

Københavns Kommune lærer nyt til flyttere at cykle

A screenshot of a newspaper article from Politiken DK. The headline reads 'Tager du hensyn til andre cyklister?' and 'Cykl pænt og få chokolade'. The article discusses the importance of being considerate on the roads and offers a reward of chocolate for good cyclists.

POLITIKEN

Another screenshot of the Politiken DK website header, showing the navigation menu and a 'Tidspunkt' section.

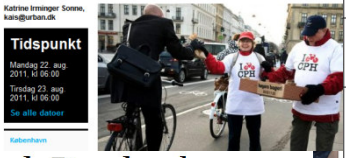
Klarlund: Den danske cykelkultur er bevaringsværdig



København er så cyklistvenlig, at det giver verdensberømmelse. Succesen medfører et øget behov for hensyntagen.

A screenshot of the AOK website header, featuring the AOK logo and navigation options like Restaurant og café, Takeaway, Natteiv, Shopping, Musik, Film, Scene, and Uds.

Karmarazzaer belønner hensynsfulde cyklister



Når man først har lært at cykle, glemmer man aldrig det. Men Københavns Kommune vil gerne gøre det nemt for dem, der er på vej til at lære at cykle.

A screenshot of the nyheder website header, featuring the nyheder logo and navigation options like Restaurant og café, Takeaway, Natteiv, Shopping, Musik, Film, Scene, and Uds.



Ny i KBH? Lær at cykle!

Cykelstierne i København er fyldt og på vej til at blive endnu mere populære. Derfor vil Københavns Kommune gøre det nemt for dem, der er på vej til at lære at cykle.

Det betyder, at der vil være flere cykelstier og flere cykelstier, der er tilgængelige for alle. Dette vil gøre det nemt for dem, der er på vej til at lære at cykle.

A screenshot of a website for 'Om Cyklistforbundet'. The website features a navigation menu with options like Viden, Ture, Aktiviteter, Politik, Afdelinger, and Bliv medlem. It also has a section for 'Intro til cyklernes København'.

Another screenshot of the 'Om Cyklistforbundet' website, showing the 'Intro til cyklernes København' section. The text discusses the benefits of cycling and the importance of being considerate on the roads.

A screenshot of the 'Om Cyklistforbundet' website, showing a section with various news items and updates.

Lovlydige cyklister skal have en præmie

De fræser ind over forlovet, cykler mod ensretningen og drejer pludselig til højre eller venstre - uden at give tegn. Københavns cyklistoplysning sig om, at de er helt alene i trafikken, men nu vil kommunen bestemme sig til bedre 'cykelkarma'.

Fokus på god stil - Københavnerne cykler mere end nogensinde, og det er en kæmpe gevinst for vores by. Men det skaber også nogle udfordringer, når der skal være plads til flere på cykelstierne.

Derfor vil kommunen gøre det nemt for dem, der er på vej til at lære at cykle. Dette vil gøre det nemt for dem, der er på vej til at lære at cykle.

A screenshot of the 'Om Cyklistforbundet' website, showing a section with various news items and updates.