

## BUHL GL:~)BAL



### **- En kampagne for at skabe en bedre cyklistadfærd i København**

af Claus Buhl Ph.D, Buhl Global, 10. marts 2008

København vil være verdens bedste cykelby. Det er der mange gode grunde til. Dels er København allerede en af verdens mest cykel-befærdede byer. Dels er der masser af sundhedsmæssige, miljømæssige og trafikale perspektiver i at øge mængden af cyklister i København.

Bag ved denne ambition ligger der betydelige investeringer i anlæg og fysiske forandringer i Københavns trafikforhold. Så ambitionen om at blive verdens bedste cykelby er ikke blot noget snak, men også mange konkrete handlinger og forandringer allerede.

Men en ting er, hvad Københavns Kommune kan og vil gøre. Noget andet er, hvad cyklisterne selv kan og skal gøre. Og her er der en række alvorlige udfordringer: Op mod halvdelen af de københavnske cyklister føler sig utrygge over de andre cyklister. Og mange kommer til skade på grund af andre cyklisters adfærd. En morgentur fra Nørrebro Runddel til Nørreport er en opvisning af mange forskellige måder at opføre sig som cyklist på. Mange gode og hensynsfulde. Men også det modsatte. Med cyklister, der ikke ser sig for. Ikke rækker hånden ud før sving. Ikke rækker hånden op før stop. Ikke holder sig til at cykle på cykelstien men tager fortovet i brug efter forgodtbefindende. Ikke overholder trafiksignalerne. Ikke overholder vigepligten. Ikke holder sin plads i rækken, men zig-zagger sig frem.

København mangler simpelthen en tydelig og gensidig anerkendt cyklistkultur. En kultur bestående af sprog, normer og konkret adfærd for ordentligt opførsel og hensyntagen til hinanden og andre trafikanter.

Når der mangler en tydelig cykelkultur, så er det ikke et cyklistfænomen alene. Vi er ret sprog-, begrebs- og normfattige, hvad angår al trafik i Danmark. Hvad kalder man den bilist, der zig-zagger sig frem med overhalinger så snart, der er stiplede midterstriber? Hvad kalder man den bilist, der kører 20 km/t langsommere end tilladt på motorvejen, og skaber en lang kø bag sig? En bilist, der kører i den forkerte retning på motorvejen har vi begreb for: Spørgelsesbilist. Og så kan vi tale om adfærden, normdanne og gribe ind i forhold til adfærden. Men det er langt sværere, næsten umuligt, når vi ikke kan tale om det.

Derfor handler denne kampagne om at tale om at cykle i København. Tale om, hvor mange ambitioner og faktiske handlinger Københavns Kommune ligger inde med. Tale om, hvordan vi ønsker en ordentlig cykelkultur. Og tale med hinanden, cyklist til cyklist, om hvordan vi kan fremme en bedre cyklistadfærd på alle mulige måder. For vi er jo cyklister på alle mulige måder: Ham, der kun cykler til og fra arbejde. Hende, der gør det for sportens og motionens skyld. Ham, der cykler sine børn og deres kammerater i skole, Hende, der har cyklisme som en integreret del af livsstilen både med og uden høje hæle. Og så videre.

Ved at skabe en samtale om at cykle kan vi fremme en normdannelse omkring den cyklistadfærd, vi ønsker at styrke i København. Samtalen - og altså ikke den løftede pegefinger, som blot vil få folk til at vende det døve øre til - skaber et fælles ejerskab til den gode cyklistadfærd. Alle cyklistadfærdskampagnens

# BUHL GL:-)BAL

aktiviteter skal støtte op om dette fælles ejerskab til den positive cykelbevægelse i København: I bike CPH.

Kampagnen falder i 6 trin.

## **1. Etablering af rammen I bike CPH, april 2008**

Det første trin er at etablere en fælles ramme for alle cyklistaktiviteter i København. Københavns Kommune er ganske vist en meget diversificeret organisation, hvor mange forskellige instanser arbejder med cyklistforhold. Fra anlæg af nye cykelstier og cykelparkeringer over politiarbejde til cyklistprøver i folkeskolerne over støtte til World Cup'en i BMX på Nokken til uddeling af reflekser ved starten til den mørke tid ved Dronning Louises Bro. Disse mange aktiviteter lever idag i al væsentlighed hver for sig. For det er en række 'special-butikker' i Københavns Kommune, som leverer dem. Det skal vi ikke ændre på. Men udadtil vil vi samle alle aktiviteterne til et 'stor-magasin', der viser at København samlet har masser af tiltag til at gøre København til verdens bedste cykelby. Derved får vi mere ud af hver enkelt aktivitet: Synergi, øget synlighed, mere tydelighed omkring ambitionen over for cyklisterne.

Det greb, vi bruger, er at brande alle aktiviteter inden for samme ramme: I bike CPH. Alle aktiviteter, fra anlæg af cykelstier til events, brandes med I bike CPH. Når brofaget over Åboulevarden sættes på står der I bike CPH. Når vi laver en cykelhjælms-event står der I bike CPH på hjælmene. Når vi laver PR om nye tiltag afmelder vi med "det er det, vi forstår ved I bike CPH".

At vi vælger I bike CPH skyldes det flere ting. Dels er det et glimrende logo og slagord. Det læner sig tydeligt op af I Love NY, og fortæller dermed om storby, positivitet og engagement. Og det er ganske veletableret allerede i bybilledet. Dels er det brugerorienteret. Det handler om at du, som er cyklist, skal have mere ud af at cykle i København. Og kan få det, hvis du engagerer dig i den positive cykelbevægelse, I bike CPH. Endelig er logo og ordlyd internationalt og derfor lige til højrefoden i mere turist-markedsføringsmæssig henseende.

## **2. Højresvings-adfærd i I bike CPH-regi, april/maj 2008**

Højresvingsulykkerne har præget pressen i det forløbne år. Det er desværre alt for godt stof, når en lille dreng bliver kørt ihjel på vej til skole. Men det er også derfor en nødvendig kampagne at starte ud med. Der er både brug for men også lige nu lydhørhed over for, at højresvingende bilister og lastbiler er noget, som kræver en særlig cyklistadfærd. Det er ikke kun bilisterne, som skal kigge sig godt for og give klare signaler. Det skal cyklisterne også, og det sætter vi fokus på i denne aktivitet. Som vi samtidig gør til den første aktivitet, der ligger under I bike CPH-rammen. Vi får dermed startet relanceringen af I bike CPH med en vigtig adfærdsændrende aktivitet. Men vi vil samtidigt tage respektfuldt hensyn til samarbejdet mellem Frederiksberg og København omkring denne aktivitet.

## **3. Intern relancering af I bike CPH i Københavns Kommune, maj/juni 2008 og frem**

I bike CPH er ikke opfundet til denne kampagne. Og har haft en anden rolle tidligere, - mere som et slagord, mindre som en ramme med en række konkrete indholdselementer i sig. Det vil vi nu ændre på og gøre medarbejderne i kommunen opmærksomme på. Samtidig med at vi vil invitere dem til at komme med i bevægelsen for at gøre København til verdens bedste cykelby. Ved at cykle selv. Ved at hjælpe andre med at komme igang. Ved at komme med gode ideer til, hvordan København kan blive en endnu bedre cykelby.

## **BUHL GL:-)BAL**

Indholdsmæssigt vil den interne relancering være båret af en præsentation af, hvor meget der allerede er i gang af aktiviteter. Og være styret af den overordnede vision om at blive verdens bedste cykelby. Vi præsenterer så at sige 'stor-magasinet' for første gang her.

De primære medier vil være intranet, samarbejder mellem Center for Trafik og andre afdelinger i kommunen, mulighed for at købe/vinde I bike CPH merchandise (T-shirt, emblem, cap, taske) samt en avis, der fortæller om 'stor-magasinet's' mange tilbud og aktiviteter til de københavnske cyklister. Og med opfordringen til at være med i samtalen og i delingen af de gode ideer til bedre cyklistadfærd.

### **4. Kortlægning af de københavnske cyklisters adfærd, april/maj 2008**

Som tidligere nævnt forudsætter adfærdspåvirkninger, at der kan være normdannelse: Dette er rigtigt, dette er forkert. For at det kan lade sig gøre må adfærdsformerne være identificerede og gjort til noget, vi kan samtale om. Vi kan ikke kommandere os til en bedre adfærd, den skal samtales og anerkendes frem. Derfor vil vi samtidig med udviklingen af den interne og eksterne relancering af I bike CPH iværksætte en kvalitativ undersøgelse af adfærdsformer og deres mulige norm- og sprogdannelse. Undersøgelsen skal bruges som solidt vidensgrundlag for de kommende adfærdsaktiviteter, så vi bruger penge og foretager konkrete indsatser der, hvor vi kan få størst effekt. Undersøgelsen laves af sociologen Henrik Dahl fra Niras konsulenterne.

### **5. Ibikecph.dk, opstart april/maj 2008 herefter løbende fremover**

Uanset hvor kloge vi bliver på cyklisternes adfærd. Og uanset hvor mange indsatser kommunen sætter i værk, så sker der ingen varige adfærdsændringer, hvis ikke cyklisterne selv tager en betydelig del af adfærdsopgaven på sig. Det er cyklisterne selv, som skal forandre sig. Som skal være mere hensynsfulde. Som skal opføre sig mere hensigtsmæssigt i trafikken, etc. Det kan vi ikke alene kommunikere os ud af. Eller anlægge os ud af. Cyklisterne skal selv melde sig ind i den positive cyklistbevægelse. Og som centrum for den bevægelse vil vi skabe et site på internettet, som samler alle gode kræfter: Københavns Kommune, politikere, cyklister, samarbejdspartnere. I en fælles samtale, viden- og idedeling til hvordan København bliver en endnu bedre cykelby.

Sitet vil rumme en række funktionaliteter som skal hjælpe med at fremme den gode cykeladfærd. Lige fra at cyklisterne selv er med til at diskutere de cyklisttyper, som den kvalitative undersøgelse har identificeret, til at de selv finder på og udfører nye gode ideer til bedre cykeladfærd: Fra at samle alle karreens skolebørn til en fælles 'cykelbus' hen til skolen til at dele gode cykelruter i København med hinanden.

Sitet vil benytte sig af alle internettets kommunikationsmæssige muligheder. Lige fra levende billeder (det kan være en optagelse af hvordan brofaget over Åboulevarden bliver sat på - direkte oploadet til sitet fra mobiltelefonen), for lyd (det kan være en konkurrence om at finde på den særlige cykelklokke-lyd, som I bike CPH-bevægelsen bruger) til fotos og ord (det kan være blogs, hvor fx borgmester Klaus Bondam samtaler med sitets brugere om kommunens ambitioner og kommende tiltag).

Sitet er det digitale centrum for cyklistbevægelsen I bike CPH. Det er her al viden og alle aktiviteter omtales og diskuteres. Det er her alle stakeholdere og samarbejdspartnere mødes. Og det er her, at helt nye ideer og tiltag kan fødes og føres ud i det konkrete cyklist-liv. Sitet udvikles i samarbejde med en række eksterne samarbejdspartnere, og udføres teknisk af Social Square.

## **BUHL GL:-)BAL**

### **6. Ekstern lancering af I bike CPH over for københavnske cyklister, fra juni 2008 og herefter løbende fremover**

Det, vi har fortalt internt i Københavns Kommune, fortæller vi herefter eksternt. Vi vil fortælle om, hvad ambitionen og visionen er for København som verdens bedste cykelby. Vi vil give eksempler på, hvordan ambition og vision allerede er i færd med at blive realiseret. Og vi vil invitere til at blive en del af denne positive cyklistbevægelse. En invitation der gælder alle: Børn, voksne, faste cyklister, forsigtige cyklister, politi og andre stakeholdere.

De primære medier vil være stort set samme avis, som i den interne kampagne, merchandise og andre aktiviteter i det københavnske rum, hvor cyklister færdes. Samtidig gør vi udstrakt brug af presse og pr-arbejde. Det konkrete skrive- og pressearbejde laves primært af kommunens egne kommunikationsfolk, men kan også trække på et samarbejde med kommunikationsvirksomheden Operate.

Kampagnen fortsætter over sommeren og i resten af 2008. Lidt efter lidt tager kampagnen form efter de adfærdsresultater, som analysestudiet har fundet frem til, samtidig med at kampagnen suger næring af de gode ideer og tiltag, som cyklisterne selv har fundet på og samtalt om på sitet [ibikecph.dk](http://ibikecph.dk). Vi sikrer samtidigt, at de resultater og ideer, som kommer frem i denne kampagne sammenholdes med erfaringer og viden, som idag ligger hos samarbejdspartnere som Rådet for Større Færdselssikkerhed, Havarikommissionen og andre.

I løbet af denne del af kampagnen vil det vise sig, at der er særlige adfærdsformer, som cyklisterne helt nødvendigt skal gøre noget ved. Og som Københavns Kommune kan sætte noget ekstra kraft bag ved. Hvad det konkret viser sig at blive er endnu for tidligt at gætte på. Men det kunne fx være forholdet mellem cyklister og lastbiler. Forholdet mellem visuel og auditiv signalgivning. Eller forholdet mellem de forsigtige cyklister, ældre og børn, og de semi-professionelle og ofte lettere anarkiske cykelakrobater.

På dette tidspunkt i kampagnen vil aktiviteter på sitet, ude i gaderne, på uddannelsesinstitutioner, i kommunen og på arbejdspladser begynde at hænge sammen som fælles tiltag. Og som ideer og adfærdsformer som kopieres mellem deltagerne i den positive cykelbevægelse I bike CPH. Og vil under brandet I bike CPH blive oplevet at være støttet af såvel fysiske forandringer af cyklistforhold i København som af mere kampagnemæssige og eventorienterede tiltag.

Kampagnen fortsætter ind i 2009. Det er sigtet at sitet [ibikecph.dk](http://ibikecph.dk) bliver mere og mere videnstungt, ideo- og samtalefyldt, således at den positive cykelbevægelse selv former flere og nye gode adfærdsformer i trafikken. Dette vil vi støtte op om, ved at knytte Københavns Kommunes mangfoldige andre trafik- og cyklistaktiviteter til dem.

Igennem kampagneforløbet er vi altså gået fra at Københavns Kommune er den, der har haft flest initiativer, den bedste viden og påtaget sig anførerrollen til at det er den samlede cyklistbevægelse I bike CPH, som driver de positive adfærdsændringer frem. Sitet [ibikecph.dk](http://ibikecph.dk) har således ingen slutdato, men vil blive et stadig bedre kendt og brugt samtale- og ideudvekslingssted for cyklister i København. Samtidig vil brandet I bike CPH blive et brand, som vil være kendt og anerkendt også ud over Københavns grænser.

For yderligere information om tankerne bag I bike CPH-kampagnen, kontakt:

Claus Buhl, tel 2729 4000, [buhl@buhl.dk](mailto:buhl@buhl.dk)