



1133 Budapest, Kárpát utca 48.

telefon: +36 1 315 0590

e-mail: info@kerekpárosklub.hu

www.kerekpárosklub.hu

Lesz-e Tarlós-bringa Budapesten?

Október vége van, 2013 októberéé, és jövő tavasszal, ha igaz, Budapesten is beindul a közbicikli rendszer, BUBI néven.

Tud róla? Tudja, hogy mi is ez? Érdeklí? Szeretné használni? Vár már rá nagyon?

Mielőtt a géphez ültem, hogy megírjam ezt a cikket, a fenti kérdéseket feltettem néhány, az utcán szembejövő ismeretlen járókelőnek. A válaszok azt mutatták, hogy tudnak róla, hogy lesz valami „kerékpárkölcsonzó” Budapesten, de hogy ez mire is lesz való, kinek szól és milyen igényt kíván kiszolgálni, arról szinte senki sem tud semmit. Leginkább három-négy dolog jut eszébe a megkérdezetteknek: valami turisztikai szolgáltatás, pénzpazarlás, meg hogy „úgyis fél év alatt ellopják”, és legfőképpen: „ebben a városban nem lehet biciklizni, ki fogja ezt egyáltalán használni?”

A budapesti [közbringarendszer](#) története ugyan nem éri el a budapesti metrófejlesztés eposzának hosszát, de azért közelíti: 2009-ben vetették papírra az első sorokat, 2014 tavaszán meg talán már pont is kerül a végére.

A hosszú idő alatt készült megvalósíthatósági tanulmány, készült előzetes [közvélemény-kutatás](#) (ebben az MK maga is közreműködött), készült pályázat, ami sikeres is volt, és persze volt jó sok megbeszélés. Most, 2013 végén már van [nyertes](#) a rendszer elkészítésére és üzemeltetésére, készülnek a bringák, lassan az állomások is kikerülnek a helyükre, sőt, már [névadó szponzor](#) is van. Végre elkezdődött az érintett területeken az utak, pontosabban ezek közül néhány átalakítása olyanná, hogy azokon kerékpározni is lehessen kényelmesen és biztonságosan.

Ha ennyi minden történt, mitől van mégis az, hogy a város lakosságának nincs sok fogalma arról, hogy mi is készül? Attól, hogy elmaradt az előkészítés talán legfontosabb része, a bevezető kommunikáció. Nyilatkozat volt néhány, az éppen regnáló felelős vezető ízlése és habitusa szerint beszéltek a sajtónak a BUBI-ról. Még [marketing és kommunikációs tanulmány](#) is készült 2009-ben. De talán, nem meglepő módon, ettől még nem alakul ki a vágy és a pozitív érzelmi viszony a potenciális felhasználóban a közbringa iránt. Mert - ahhoz, hogy a rendszer sikeres legyen - erre van elsősorban szükség.

Ennek a cikknek természetesen nem lehet célja a hiányzó kommunikáció elvégzése, de még a szükséges tervezés sem. Arra szorítkozom, hogy bemutassam ennek fontosságát, hogy miért lenne hasznos a hatékony előkommunikáció és miért káros ennek hiánya.

2009 májusában Brüsszelben kerékpáros konferencián jártam. Ott ekkorra időzítették a [helyi közbicikli](#) indítását. A város tele volt a rendszer plakátjaival, mint kiderült, már majd egy éve. Párizsban sem akkor kezdték reklámozni a [Velib](#) névre keresztelt rendszert, amikor megindult, hanem sokkal korábban. És mindkét helyen elsősorban - természetesen - az érzelmekre igyekeztek hatni, a névvel, a használt színekkel, a szlogennel, mindennel.

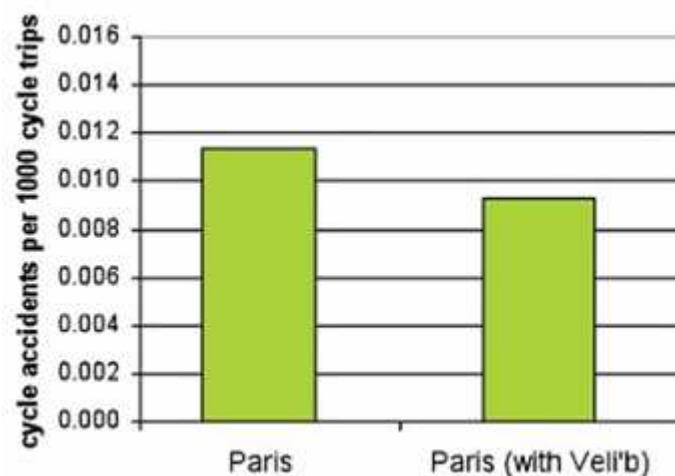


Időben döntöttek arról is, hogy kiknek is szeretnék ajánlani a közbiclik használatát, hogy kik is azok, akik hajlandóak lesznek autójukról kerékpárra váltani, hogy nekik mi a fontos, mik a motívumaik, milyen üzenetekkel lehet az ő közlekedési magatartásukat változtatni. Azt is jó előre meghatározták, hogy milyen funkciót szánnak a közbringának: a közösségi közlekedési rendszer teljessé tételét.

A hatékony reklám alapja, hogy a reklámozó maga is hisz a terméke előnyeiben. Mintha nálunk éppen ez hiányozna, mintha nem lenne meggyőződve a BUBI lehetséges pozitív hatásairól a város felelős vezetése. Londonban, ahol a köznyelv a [rendszer](#)t a polgármesterükről Boris-bike-nak hívja, nem kérdés a vezetés elkötelezettsége, kampányaik fontos része a város politikai elkötelezettségének bemutatása.

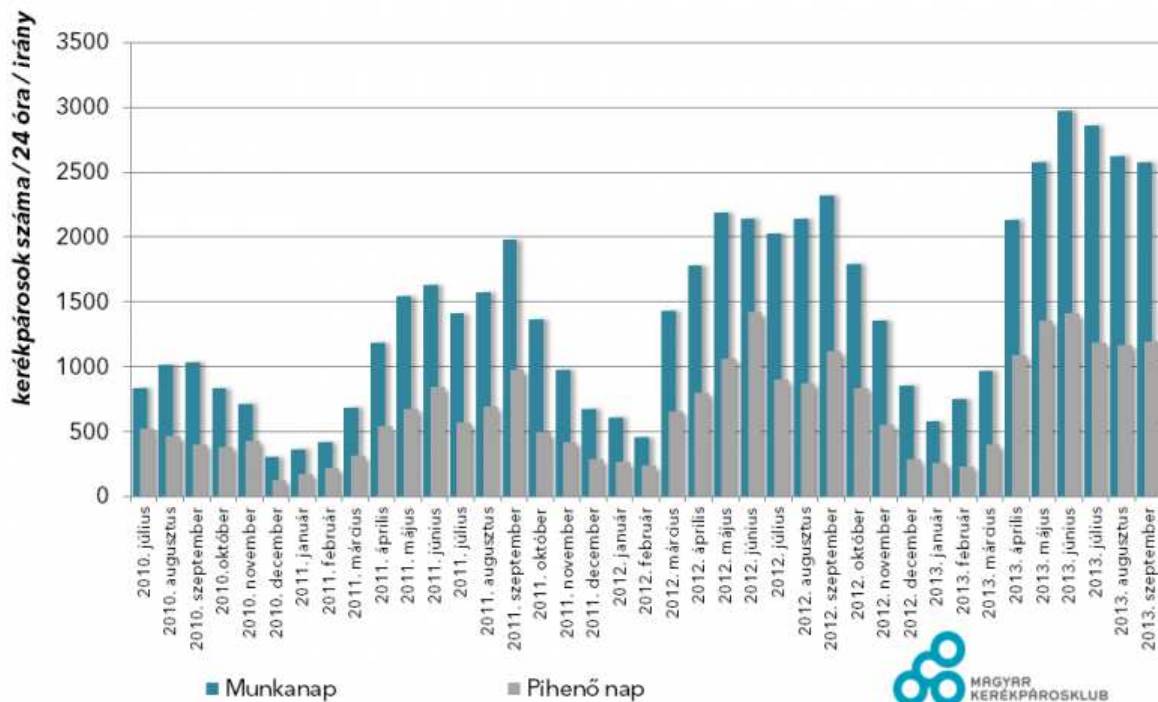


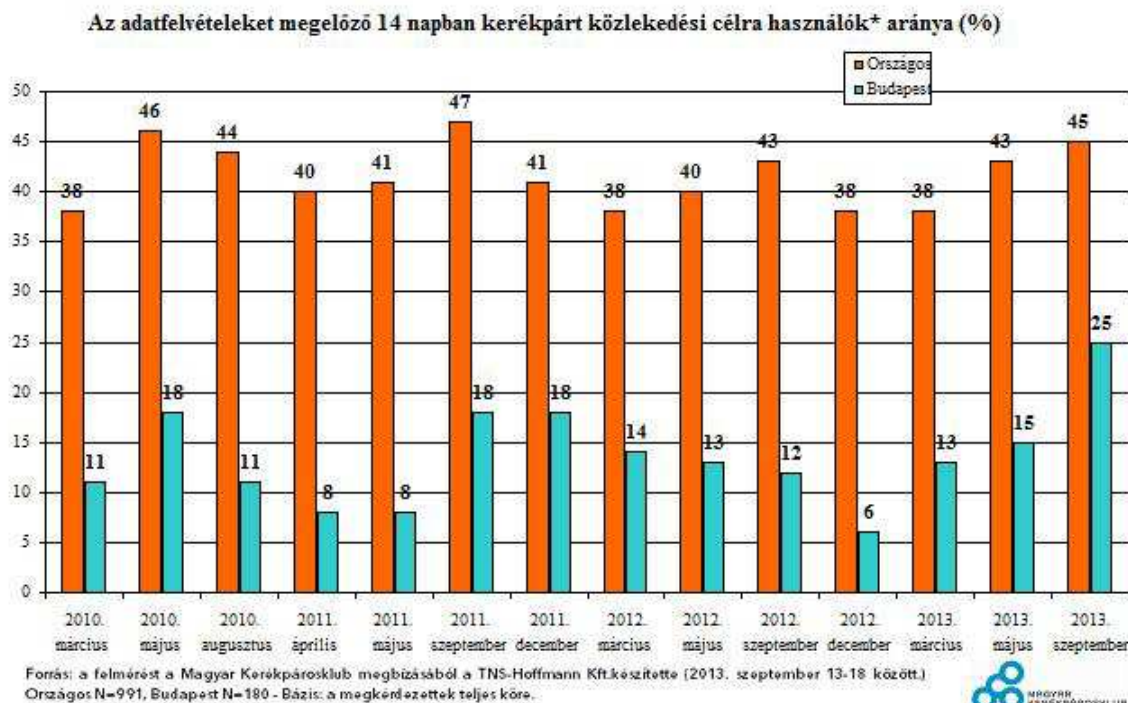
Talán még abban sem hisznek itthon, hogy pozitív hatása lenne a város általános közlekedési helyzetére, ha megjelenne végre az 1000 kerékpár (remélhetőleg később még sokkal több) és annak sok ezer használója? Vagy hogy csökkenne a kerékpáros (és nem kerékpáros) balesetek száma (!), mint történt például Párizsban és sok más helyen is?



Talán az egész folyamat lassúságának, a szükséges nyilvánosság - az előzetes kommunikáció hiányának az az oka, hogy a politikai és szakmai vezetés nem gondolja komolyan, hogy Budapesten lehet kerékpárral közlekedni. Pedig csak ki kell nézni az utcára, vagy meg kell nézni az - amúgy igen szűkösen rendelkezésre álló - mérési adatokat.

Múzeum körúti kerékpársáv átlagos napi forgalma [egy irányban]





Budapest a többi nagyvároshoz képest, ahol közbringarendszert indítottak, kiemelkedően szerencsés helyzetben van: a Critical Mass mozgalom és az abból kinőtt szakmai civil munka eredményeként nagy ütemben nő a kerékpárhasználat, elsősorban a fiatalok körében. (Párizsban szinte nem is létezett hétköznapi kerékpáros közlekedés, a VELIB adta meg az első lökést, annak megindulta eredményeként ma már nagyon sokan veszik elő saját kerékpárjukat, hogy mondjuk munkába menjenek vele.) Ez egy olyan előny, ami könnyebbé teszi a BUBI beindulását, de nem helyettesíti az előzetes kommunikációs kampányt. Nem érdemes megspórolni ennek a költségeit. Ha a kerékpárok kikerülnek az utcára, és senki sem használja azokat, mert nem is várták, nem is örülnek neki, hamar tönkre is mennek, hiába a „vandálbiztosság”. És még egy dolgot nem érdemes tenni: a szükséges előzetes kommunikációt a szerencsés névadó szponzorra bízni. Hiába az elkötelezettsége, az ő érdeke mégiscsak elsősorban a saját név ismertségének növelése. Nem véletlen, hogy például Londonban sem a névadó Barclay's bank finanszírozta az indulás előtti kampányokat, csak az üzemelést vették át, és az ezzel kapcsolatos marketing költségeket.



1133 Budapest, Kárpát utca 48.

telefon: +36 1 315 0590

e-mail: info@kereparosklub.hu

www.kereparosklub.hu

Hogy a 2014 tavaszán induló BUBI nevét átírja-e a város lelkes lakossága Tarlós-bringává, nem tudni, nem is feltétele a sikernek. Hogy ismert, népszerű és használt közlekedési eszközzé válik-e, az attól függ, hogy a Fővárosi Önkormányzat fontosnak és hasznosnak tartsa a város fejlődéséhez, és ehhez mérten reklámozza, népszerűsítse, mégpedig azonnal, már így is sok időt veszített 2009 óta.

Kapcsolat:

László János, elnok@kereparosklub.hu, +36 30 964 6016