



Sziasztok, Halász Áron vagyok, 5 éve Kerékpárosklub tag, a Cyclechic.hu egyik alapítója és szerkesztője. Nagyjából hat éve járok rendszeresen biciklivel. A Critical Mass már kezdeteikor beszipantott és azóta merülök egyre mélyebbre a bringás aktivizmusban.

Ha kérdeznék, mindig azt mondom, hogy a bringa csak egy közlekedési eszköz, számomra viszont sokkal többet jelent: imádom a magam erejéből, szabadon, mindentől függetlenül közlekedni, imádom, hogy mindig felfedezek valami újat a városban és folyamatosan kapcsolatban tudok lenni a körülöttem élőkkel. Szerintem a bicikli egy tökéletes eszköz arra, hogy fenntarthatóbb, élhetőbb és jókedvűbb településeink legyenek, másképpen nem is lehet igazán sok embernek együtt élni.

Az utóbbi években elég sok mindenben pörögtem: több ezer embert megmozgató csillagtúrákat szerveztem a Critical Mass-ek kezdőpontjaira, egy CM-en összejött csapattal kampányt csináltunk a biztonságos bringalakatolásról. 2007-ben alapítója voltam a Kerékpárosklub egyik első területi szervezetének Észak-Pesten. A csapatban már nem vállalom tisztséget, de segítek, amiben tudok. Legutóbb kiharcoltuk, hogy használható bringatárolók kerüljenek a Pozsonyi útra, a jövőben pedig remélhetőleg részt vehetek Újlipótváros bringabarátságát átalakításának tervezésében. 2009-ben a koppenhágai példa alapján többen elkezdtek csinálni a Cyclechic.hu oldalt, amit azóta is szerkesztek. A Cycle Chic nem csak egy blog, hanem egy nemzetközi mozgalom, ami közelebb hozza a városlakókhoz a bringázást. Lebontjuk a sztereotípiákat, inspirálunk, példákat mutatunk, újfajta módon népszerűsítjük a bringás közlekedést. Egyszerű bringás streetstyle oldálnak tűnhet, de igazából folyamatos tanulás, vizionálás, munka, szervezés és befektetés van mögötte. Programokat és kampányokat szervezünk, és egyúttal nemzetközi hírnevet szerzünk a budapesti bringás boom-nak. A koncepció lényege, hogy a való életből bemutatott példák segítik leghatékonyabban lebontani azokat a félelmeket, előítéleteket, amelyek miatt a potenciális kerékpárhasználók eddig nem próbálták ki ezt a közlekedési eszközt. Ha a célközönségünk olyan valós személyeket lát kerékpárral közlekedni a szoknyás kamaszlánytól az öltönyös üzletemberig, aki akár ő is lehetne, könnyebben képzei magát is hasonló szituációba, mintha egy idegen szubkultúrával

találkozna. A visszajelzések alapján a dolog működik, én pedig imádom nézni, ahogy egyre többen jönnek szembe biciklin és ez talán miattunk is van. A Cyclechic.hu keretében szerveztünk programokat többek közt multicégeknek, fesztiválokra voltunk jelen, az Autómentes Napon a BKK-val közösen szervezett bringás divatbemutatóra 8 országból jöttek vendégek és az MK mellett olyan partnerekkel dolgoztunk, akiken keresztül eddig megszólíthatatlan közönséget értünk el. A bringás aktivizmus több konferenciára is elvitt. Előadhattam a TEDxYouth@Budapesten, jártam a 2009-es londoni CivicWeb eseményen és a Kerékpárosklub képviselőjeként a dublini VOCA találkozón is.

Miben szeretnék segíteni a Kerékpárosklubnak?

Van két BA diplomám az ELTE-ről, az egyiket filmszakon szereztem olasz nyelvi minorral, a másikat kommunikáció és média szakon. Jelenleg 25 éves vagyok, a riksázás és a korai diákmunkák mellett eddig médiatermékek előállításán dolgoztam. A MOHA országos online és offline egyetemista magazin szerkesztő-újságírójaként főleg társadalmi és lifestyle témákkal foglalkoztam, május óta pedig az atlatszo.hu-nál írok cikkeket és készítek videókat. Korábban a Kerékpárosklubnak, a CM-nek és a Bringázz a Munkába kampánynak is hasonló dolgokban segítettem, a Cyclechic.hu pedig igazi szemléletformáló eszköz, ami folyamatos tartalom-előállításból és közösségi médiajelenlétből áll, az offline programokról nem is beszélve. Ebből következően a szemléletváltás, a külső kommunikáció területén szeretnék jobban segíteni a klubnak, de ez nem választható el teljesen a belső kommunikáció és a szolgáltatások fejlesztésétől sem.

Fő célként én sem látok mást, mint amit eddig meghatározott a Kerékpárosklub: a biciklis közlekedés népszerűsítését és egy országos méretű, sikeres szolgáltató és érdekképviselő szervezet felépítését. Olyan szervezetét, amely nagy létszámú tagságával képes eltartani magát és megfelelő erőt tud felmutatni a szakmai és lobbis munkák támogatására.

Ehhez azonban több fronton kell összeszednie magát a klubnak. Elsősorban átláthatóvá és szerethetővé kell válnia. Jelenleg egy kis belső mag számára sem biztos, hogy világos a szervezeti felépítésünk, a feladat és hatáskörök leosztása. Egy érdeklődőnek egyenesen lehetetlen választ kapnia azokra a kérdésekre, amelyek felmerülhetnek benne a szervezeti felépítés, a finanszírozás tekintetében, de azt sem könnyű megtalálnia, hogy aktivistaként milyen módon tudja energiáit becsatornázni a szervezetbe. Pedig a kontent megvan, csak valamiért ezt nem tudtuk eddig megfelelően kommunikálni.

Minél több embert be kell vonni a helyi érdekképviselőkbe, viszont az igazi erőforrás azokban a tömegekben van, akik a biciklit szimpla közlekedési eszköznek tekintik, és nem azonosulnak a „bringás léttel”. A kerékpáros közlekedők legnagyobb része márpedig ilyen. A Kerékpárosklub brand pozíciójának újragondolásával, különböző célközönségek eltérő megszólításával egy kívülről kicsit geek-nek tűnő harcos szervezet helyett egy szerethető, cool márkába sokkal több embert tudnánk bevonni. Azok számára kell szerethetővé tenni a szervezetet, akik nem kívánnak aktivistáskodni, de mégis feláldoznák egy átmulatott este árát a tagságért. És mit kapnának cserébe? A populárisabb vonal felé nyitó Kerékpárosklub egy olyan szervezet lenne, aminek neve elválaszthatatlan a bringás közlekedés minden ágától. Az általa képviselt gondolatok egy folyamatosan megújuló városi érzést képviselnek, ami

azoknak is vonzó, akik akár nem is ülnének soha bringára. A Kerékpárosklub egy olyan szervezet lehetne, mely olyan szolgáltatásokat és élményeket nyújt, amiért megéri befizetni a tagsági díjat. Jó helyre csatornázza a tettvágygal érkezők energiáit, de mégsem követel meg olyan mértékű azonosulást, amitől sokan idegenkedhetnek.

A biciklis közlekedés egyetlen hiteles hazai szervezeteként mindenhol jelen kellene lennie a Kerékpárosklub brandnek, ami bicikli. Szakmai rendezvények, közösségi programok, bulik – szakértelemtől a közönség eléréséig az eddigieknél sokkal hatékonyabban kellene akár cégek, közösségek számára azt nyújtania a klubnak, amiért érdemes hozzá fordulni. Ma már mindenhol ott van a bicikli, nélküle alig lehet eladni valamit, ami menő. Viszont miért nincs jelen ezeken a felületeken a Kerékpárosklub? Egy szerethető és cool brand a legszárazabb szakmai fórumoktól kezdve az éjszakai partykig mindenhol ott kell, hogy legyen, ami bicikli.

A bringázás és a város fejlődése iránt érdeklődők számára jó lenne, ha a Kerékpárosklub nyújtana egy olyan szerkesztett online felületet, ahol külföldi cikkek feldolgozásával és saját tartalom előállításával a leghaladóbb gondolatok, városgazdasági trendek és akár szakmai-tervezési anyagok a Copenhagenize.com-hoz hasonlóan könnyen feldolgozható módon tudnák felnyitni a társadalom szemét a változásokra. A „város”, az urbanisztika témája egyre népszerűbb, nekünk csak egy profi felületen kéne egyesíteni a meglévő tudást és gondolatcsírákat, amik a honlapon, a Criticalmass.hu-n, a Cyclechic.hu-n eddig is megjelentek.

A Kerékpárosklub környékén nagyon sok kreatív, gondolkodó ember van, akiket eddig nem tudtunk bevonni a közös munkába, vagy a rossz kommunikáció miatt elvesztettünk, ezért gördülékenyebbé kell tenni a belső kommunikációt. Meg kell találni a módot, hogy a külvilág is értesüljön a klub munkacsoportjaiban folyó munkáról, szakmai érveinkről, az egyes tervek elkészítésének és megvalósulásának folyamatairól. A területi szervezetek sokszor nehezen tudják a levelező listáikon kívülre is eljuttatni a náluk folyó munka hírét. Utóbbin valamelyest segít az új hírlevél, de még több segítséget kell megadnia egy kommunikációs csapatnak ahhoz, hogy hatékonyabb legyen a helyi ügyek kommunikációja. Ehhez pedig az online felületeinket is újra kell gondolni a honlaptól kezdve akár egy új szemléletű felület kialakításáig.

A magyarországi bringaboom óriási lehetőségeket ad az ország fenntarthatóságának, jobb környezetű, mosolygósabb és élhetőbb települések kialakulásának. Az újonnan induló uniós forrásokból a településeknek jó infrastruktúra építésére, a Kerékpárosklubnak pedig saját működésére kell minél többet lehívnia. Rossz gazdasági helyzetben az olcsó és fenntartható közlekedésbe invesztálás mindenkinek megéri, ami viszont egy erős tagságú országos szervezet nélkül nem érhető el. A Kerékpárosklub ezért él át történelmi pillanatokat és nagyon szeretném, ha ezt a lehetőséget nem szalasztanánk el. Ezért jelentkezem elnökségi tagnak.