

Trafikplan for Århus Midtby – hvordan inddrager man borgerne?

v/Brian Høj, Vejkontorets planlægningsafdeling Århus Kommune

Indledning

Dette oplæg til Trafikdagene omhandler Århus Kommunes arbejde med en trafikplan for Århus Midtby.

En trafikplan for en by af Århus' størrelse får indflydelse på mange mennesker og stiller særlige krav til borgerinddragelsen. Oplægget vil især fokusere på processen i forbindelse med planen, hvor der har været afprøvet nye metoder til at inddrage borgerne. Hensigten har været at skabe et bredere grundlag for at kunne udarbejde en trafikplan for Århus Midtby – en plan, der tegner århusianernes ønsker til fremtidens trafik i Midtbyen.

I oplægget vil indgå erfaringer og resultater fra 2 debatperioder.

Baggrund og status

Trafikplanen for Århus Midtby tager sit udspring i Byrådets ønske om at fredeliggøre en større del af Midtbyen for unødigt biltrafik for sideløbende at forbedre fremkommeligheden for de øvrige trafikarter. I de senere år har biltrafikken været stagnerende, men med udsigt til en række større byomdannelsesprojekter i Midtbyen forventes et øget trafikalt pres på byen. Situationen har således skabt behov for at samle nogle strategiske overvejelser i en trafikplan.

På baggrund af en indledende idedebat i foråret 2003 foreligger der nu et forslag til en trafikplan, som udsendes i offentlig høring i foråret og forventes endelig vedtaget ved udgangen af 2004.

Forslaget tager udgangspunkt i to overordnede mål:

- Biltrafikken til og fra Midtbyen (på tværs af Ringgaden) må ikke stige
- En større del af den samlede trafik i Midtbyen skal foregå på cykel eller med kollektive trafikmidler

Der er tale om relativt ambitiøse målsætninger, som både kræver tid og penge at få realiseret. Med en samlet investeringsramme på ca. 700 mio. kr. er der ikke tale om en plan, der realiseres over en nat. Planen forventes at udstikke rammerne for de kommende 15-20 års investeringer i Midtbyen.

Processen

I forbindelse med den *indledende idedebat*, afholdt på grundlag af et skriftligt debatoplæg, blev der igangsat en række aktiviteter, der alle havde til hensigt at udbrede kendskabet til og interessen for den kommende trafikplan. Formidlingen af planen og en aktiv indsats for at øge kendskabet til debatoplægget skulle sammen med de konkrete aktiviteter føre til, at det ikke kun var Tordenskjolds soldater der bidrog til debatten, men også hr. og fru Jensen.

I samarbejde med byportalen aarhus.dk blev der bl.a. via e-mail udsendt et nyhedsbrev om trafikplanen til aarhus.dk's mere end 11.000 abonnenter. I nyhedsbrevet var der mulighed for at besvare et spørgeskema som var knyttet op til debatoplægget og dets problemstillinger. Via links til tekst og kort i debatoplægget udnyttede undersøgelsen muligheden for at sætte geografi på. Over 1.000 århusianere svarede på spørgeskemaet, hvoraf 300 havde fundet vej til spørgeskemaet via trafikplanens hjemmeside.

Den særlige trafikplan-hjemmeside, der blev udviklet til lejligheden, har i det hele taget spillet en meget central rolle i debatten. Her har borgerne kunne se ideoplægget, nyheder, debattere, udfylde spørgeskemaer mv. Med over 70 skriftlige indlæg er det via hjemmesidens debatmodul lykkedes at få borgerne til at diskutere trafikale forhold med hinanden.

En del af årsagen til sitets succes skal formodentlig findes i, at der blev gjort en del ud af at tydeliggøre hjemmesidens eksistens bl.a. via links fra aarhus.dk. Siden blev i øvrigt indstillet til EU's særlige pris for eEurope Award 2003.

De øvrige hovedaktiviteter i ide-debatten har haft mere traditionel karakter. Der er bl.a. blevet foretaget en repræsentativ telefoninterviewundersøgelse og nedsat følgegruppe og studiekreds. Den repræsentative telefoninterviewundersøgelse har taget udgangspunkt i generelle problemstillinger, men de to

brugerundersøgelser viser i øvrigt samme tendenser, f.eks. at de bløde trafikanter er en højt prioriteret trafikantgruppe i Midtbyen og at biltrafikken ønskes dæmpet.

I forbindelse med den kommende debat om forslaget til en trafikplan er der igen planlagt en række mere eller mindre utraditionelle initiativer. Med hjælp fra et lokalt kommunikationsfirma, tager disse udgangspunkt i en overordnet formidlingsstrategi med følgende overskrifter:

- Bred borgerinddragelse kræver massiv synliggørelse
- Involvere og engagere frem for blot at informere
- Byens fremtidige udvikling i centrum
- Konkretisering gør visionerne vedkommende
- Eksempler og scenarier synliggør visioners konsekvenser
- S sammensat målgruppe kræver sammensat formidling

Som for idedebatten er det overordnede mål at forbedre det politiske beslutningsgrundlag ved at nå ud til flere borgere og få et indtryk af den generelle opbakning til planen.

Udvalgte aktiviteter skal synliggøre debatten ligesom en særlig læsevenlig udgave af trafikplanen skal være med til gøre planen forståelig og interessant for menig mand. Hovedaktiviteterne er en scenariekonkurrence og en høring på Rådhuset afholdt i bedste "Højlands Forsamlingshus – stil" med deltagelse af kendte århusianere og kommunale politikere.

Resultatet af aktiviteterne og offentlighedsperioden vil blive gennemgået i oplægget. Vil det lykkedes at aktivere den almindelig århusianer, når linierne til fremtidens trafik i Århus skal fastlægges?