



Idékatalog til fremme af cykling på danske feriedestinationer

Udarbejdet på baggrund af projektet 'Veje til mere cykling på danske feriedestinationer'

Idékatalog til fremme af cykling på danske feriedestinationer
December 2024

Udarbejdet på baggrund af projektet 'Veje til mere cykling på danske feriedestinationer'

Samarbejdspartnere

Dansk Cykelturisme
VisitFaaborg/Faaborg-Midtfyn Kommune
Fanø Kommune
VisitOdsherred/Odsherred Kommune
COWI

Projektet er støttet af Vejdirektoratet med midler fra Cykelpuljen.

Indhold

Forord	3
Indledning	5
Om at fremme en adfærd	7
Metode til at fremme cykling blandt turister	10
Kommunikations- og adfærdstiltag	13
Gode råd til visioner og workshops	19

Forord

Trængsel på vejene og gader fyldt med parkerede biler er ikke kun et problem i og omkring de store byer i Danmark. Mange feriedestinationer har samme udfordringer.

Der ligger derfor en opgave i at fremme en mere bæredygtig transport på danske feriedestinationer, og cykling er en oplagt løsning. Data viser nemlig, at de fleste bilture på feriedestinationer er så korte, at de sagtens ville kunne klares på cykel – med eller uden motor.

I 2022 igangsatte Dansk Cykelturisme projektet ”Veje til mere cykling på danske feriedestinationer”, som er støttet af Vejdirektoratets Cykelpulje. Målet var at blive klogere på, hvorfor bilen er så populær, når vi har sluppet hverdagens tøjler, og hvad der står i vejen for, at vi tager cyklen.

Fordelene ved mere cykling og mindre bilkørsel er mange, både for destinationen, for klimaet, for folkesundheden og for turisterne. Man kan få en langt bedre ferieoplevelse, når man giver sig god tid og udforsker områder, der ikke nødvendigvis er tilgængelige i bil. Og det øger sandsynligheden for, at man får øje på flere lokale butikker, cafeer og mindre kendte attraktioner.

Samtidig ved vi, at et stigende antal gæster vælger Danmark, fordi de faktisk ønsker at cykle. Der er altså al mulig grund til, at kommuner og destinationer sætter fokus på cykelfremme nu.

God læselyst!

Jesper Pørksen, direktør
Dansk Cykelturisme



Indledning

Dette idékatalog er udarbejdet på baggrund af "Veje til mere cykling på danske feriedestinationer" og henvender sig primært til kommuner og destinationsselskaber. Vores mål er at inspirere til, hvordan man kan fremme cykling blandt turister på de danske feriedestinationer.

Idékataloget præsenterer:

1. Centrale perspektiver på arbejdet med at fremme en bestemt adfærd – i denne sammenhæng at flere turister vælger cyklen som transportmiddel, når de er på ferie i Danmark.
2. En konkret og afprøvet metode til at skabe adfærdsændringer og fremme cykling blandt turister.
3. En række tiltag og virkemidler, der kan få flere turister til at cykle på de danske feriedestinationer. Vi har valgt at fokusere på mindre kommunikations- og adfærdstiltag, som kan gennemføres for relativt få midler og med en overskuelig indsats.

Ideerne kan nemt tilpasses lokale forhold og problemstillinger, så I kan udvikle jeres egne løsninger.

Kort om projektet

Projektet er støttet af Vejdirektoratets Cykelpulje og gennemført af COWI og Dansk Cykelturisme i samarbejde med Odsherred Kommune, Faaborg-Midtfyn Kommune og Fanø Kommune.

Ideen til projektet opstod, fordi flere destinationer i Danmark melder om stigende udfordringer med biltrafik. Deres erfaringer bekræftes af målinger på de tre ovennævnte destinationer: Antallet af bilture stiger fra år til år. Og en stor del af turene er ikke længere, end at de fint ville kunne klares på en cykel.

Således er en tredjedel af alle bilture i det undersøgte område af Odsherred under 5 km. Over to tredjedele er under 15 km. På Fanø, som naturligt nok ikke indbyder til lange bilture, er næsten 9 ud af 10 bilture under 5 km. Det er en reel udfordring, som projektet adresserer med en innovativ tilgang til problemløsning.

På udvalgte feriedestinationer i hver af de tre kommuner har vi i sommeren 2022 og 2023 udført målinger af turisternes transportvalg og gennemført en spørgeskemaundersøgelse og kvalitative interviews med turister på befærdede steder. I

sommeren 2024 har vi udført målinger af turisternes transportvalg og gennemført kvalitative interviews med turister i Odsherred og på Fanø.

På baggrund af det første års undersøgelser blev der udviklet en række kommunikations- og adfærdstiltag, der skal få flere turister til at cykle, når de er på ferie. Tiltagene er implementeret forud for andet års undersøgelser og gentaget forud for tredje års undersøgelser.

Alle tiltag er udviklet af og med kommunerne i en samskabende proces. De har bl.a. arbejdet med at forstå turisternes barrierer for at cykle på feriedestinationerne, identificeret målgrupper og drøftet adfærdsprincipper. Det har været et bevidst benspænd, at tiltagene skulle kunne gennemføres inden for et begrænset budget: Maks. 50.000 kr. på hver feriedestination.

De specifikke områder, hvor tiltagene er blevet afprøvet, er udvalgt efter en grundig analyse af samtlige danske feriedestinationer. Dermed har vi sikret, at de er repræsentative.

Om at fremme en adfærd

Dette idékatalog handler om at fremme en konkret adfærd blandt en bestemt målgruppe: At flere turister vælger cyklen som transportmiddel, når de er på ferie i Danmark. Alle mennesker har erfaringer med mere eller mindre vellykkede forsøg på

at ændre vaner. Og netop de mindre vellykkede forsøg er værd at notere sig, når man skal iværksætte tiltag, der skal få flere turister til at cykle. For nye vaner handler også om at fremme en bestemt adfærd.

Motivation og viden er ikke nok

Studier indenfor adfærdsforskning viser, at mennesker ikke altid handler så rationelt, som vi tror. Det betyder, at motivation og viden ikke nødvendigvis er nok til at skabe en ny vane. Det ved alle, der har forsøgt at ændre kost- eller motionsvaner: Selvom vi er motiveret til at spise flere grøntsager, og vi kender gevinsterne ved at løbe en tur, kan det alligevel være svært at ændre sin adfærd.

Ifølge den amerikanske psykolog Daniel Kahneman skyldes det den måde, mennesker behandler information og træffer beslutninger på.¹ Kahneman har udviklet den anerkendte 'System 1 og System 2'-teori, som forklarer

mekanismen bag menneskers adfærd – og barriererne for at fremme en bestemt adfærd. Der er to forskellige måder, vi træffer beslutninger på.

System 1 refererer til menneskets hurtige og intuitive tankeproces. Det er den del af vores sind, der reagerer på baggrund af mønstre, instinkter og erfaringer. System 1 arbejder automatisk og bruges til at udføre dagligdagsopgaver uden store mentale krav.

System 2 er vores mere bevidste, analytiske og begrundede tankeproces. Det er en mere langsom, viljestyret og energikrævende tankegang, hvor vi aktivt overvejer information, bruger logik og reflekterer. System 2 bruges

til komplekse kognitive opgaver, der kræver opmærksomhed og koncentration – fx at træffe velovervejede beslutninger.

Ved at anerkende og forstå både System 1 og System 2 kan man forbedre sin tilgang til at fremme en bestemt adfærd – og dermed højne chancen for succes. For når ønskede adfærdsændringer mislykkes, skyldes det ofte, at de så at sige er planlagt ud fra, at målgruppen anvender system 2 – altså er reflekteret omkring sine beslutninger. Men i stedet er system 1 i brug: De handler helt, som de plejer.

¹ Daniel Kahneman: At tænke - hurtigt og langsomt (orig.titel: Thinking, fast and slow), dansk udgave 2013.

Det kræver planlægning at cykle på en feriedestination

De fleste mennesker anvender System 1, når de cykler i hverdagen. For cykling stiller ikke store mentale krav – det er blot at hoppe op på cyklen og køre af sted. Det interessante er, at cykling på en feriedestination ofte vil aktivere System 2. Ikke på grund af selve aktiviteten, men på grund af de praktiske omstændigheder.

Det kræver nemlig planlægning at cykle på en ferie. Man skal f.eks. først undersøge, om destinationen overhovedet er velegnet at cykle på. Man skal også beslutte, om man vil have sin egen cykel med, eller om man hellere vil leje en. Og vores resultater fra spørgeskemaundersøgelsen og interviews i dette projekt viser, at de fleste slet ikke tænker på cykling som alternativ til bil, når de planlægger deres ferie.

Det er en reel udfordring for kommuner og destinationsselskaber, der vil fremme cykling blandt turister. De skal både kunne påvirke turisternes transportvalg i planlægningsfasen, og når de er ankommet til feriestedet. Og turister er en vanskelig målgruppe, for bortset fra stamgæster og sommerhusejere kommer de sjældent tilbage til den samme feriedestination år efter år. Derfor er der hvert år nye turister, hvis transportvalg man skal påvirke.

Samarbejde med lokale aktører

Når turister besøger de danske feriedestinationer, er de stort set altid i berøring med en række lokale aktører: feriehusudlejere, hoteller, campingpladser, turistbureauer, restauranter, butikker, museer, gårdbutikker osv. Til gengæld har de sjældent direkte kontakt med den kommune, som feriedestinationen ligger i. Derfor er det nødvendigt at inddrage aktørerne i projekt 'cykelfremme'.

Samarbejdet mellem en kommune og lokale aktører kan foregå på forskellige måder. Kommunen kan være den primære drivkraft og udvikle tiltagene, så aktørerne primært skal lægge deres platform, navn eller fysiske lokalitet til. Kommunen og de lokale aktører kan også udvikle og gennemføre tiltagene sammen og i fællesskab finde ud af, hvordan de bedst muligt inspirerer turisterne til at vælge cyklen som transportmiddel. Det kan også primært være de lokale aktører, der er drivkraften i samarbejdet, så kommunen blot understøtter tiltagene.

Det centrale er, at turisterne bliver eksponeret mest muligt for tiltagene, så effekten bliver så stor som muligt.

Vejrguderne har altid det sidste ord

Man er nødt til at tage vejret med i betragtning, når man skal vurdere, om det er lykkedes at fremme cyklingen på en destination eller ej. Det er ikke særlig sjovt at cykle i blæst, regn og kulde, heller ikke når man er på ferie. Så måske er jeres tilsyneladende nyttige tiltag virkningsfulde, når vejret er godt.

En interessant dagsorden

Det er ikke nogen let opgave at fremme cykling på de danske feriedestinationer. Der findes ikke nogen løsninger, der på kort tid kan få hovedparten af turisterne til at cykle. Men opgaven er ikke umulig, og for flere af de aktører, der har været med i dette projekt, har det været interessant at erfare potentialerne ved kommunikations- og adfærdstiltag.

Mindre tiltag kan naturligvis ikke skabe varige forandringer i menneskers transportvaner fra et år til det næste. Den slags tager tid. Men de kan være en inspirerende og lærerig vej til at fremme cykling på de danske feriedestinationer – en dagsorden, som stadig flere turister også bakker op om.

I interviews tilkendegiver mange af dem, at der er en række – ofte lavpraktiske – barrierer, der afholder dem fra at cykle, når de er på ferie. Og det ærgrer dem. En turist på Fanø siger:

”Cyklen kan helt sikkert noget andet end bilen. Når du sidder i en bil, tænker du på praktik, og hvilken rute der tager kortest tid. På en cykel nyder du dine omgivelser på en helt anden måde. Men det er selvfølgelig lettere at pakke en bil med al vores habengut, når vi skal på stranden. Så det ville være fedt, hvis det var nemt at få adgang til en ladcykel, så vi kan transportere madpakkerne, strandlegetøjet og alt det andet i den”.

”Projektet har arbejdet med en interessant og relevant dagsorden på en meget overskuelig måde. Tiltagene har været nemme, enkle og sjove at arbejde med, og de har gjort, at vi er begyndt på at skabe en adfærdsændring blandt sommerhusgæsterne. Og det vigtigste er, at projektet også har bidraget til en adfærdsændring i administrationen i kommunen og hos os selv. Det er meget mere værdifuldt, end hvor mange flere der cykler på Gudmindrup Strandvej”.

– Claus Rex, Turistchef hos Odsherred Kommune

Metode til at fremme cykling blandt turister

I det følgende præsenteres en afprøvet metode til at fremme cykling blandt turister på danske feriedestinationer. Den består af syv trin, som I kan lade jer inspirere af – enten som en samlet metode eller ved at udvælge enkelte trin.

Der er tre ting, I skal huske:

1. Det vigtigste er at gøre noget. Hvis I iværksætter et mindre, målrettet tiltag, har det potentiale til at ændre turisternes transportvalg og dermed adfærd.
2. Vær bevidst om, hvilken konkret adfærd I ønsker at skabe, og klarlæg barriererne for den.
3. Definér jeres succeskriterier. Der er en række gevinster ved at arbejde med fremme af cykling, og det er vigtigt, at I afklarer, hvad der er vigtigst for jer, og hvordan I vil vurdere, om I er lykkedes med projektet.

I det omfang, det er muligt og relevant, kan I koble arbejdet med at fremme cykling blandt turister på en udvalgt feriedestination til andre dagsordener eller igangværende projekter. Det kan skabe synergi at samle fælles kræfter.

1

Skab visioner for øget cykling på feriedestinationen

Forestil jer en feriedestination med langt færre biler. Hvilke muligheder giver det?

Læs mere på side 19

2

Planlæg en samskabelsesworkshop

En samskabelsesworkshop er en interaktiv proces, hvor deltagerne spiller en vigtig rolle.

Læs mere på side 20

3

Gennemfør workshopen

Samskabelsesworkshopen skal inspirere deltagerne og give dem ejerskab til projektet og succeskriterierne. Sørg for at skabe en åben og inkluderende atmosfære, hvor alle kan bidrage og føle sig hørt.

Læs mere på side 21

4

Involvér andre i dagsordenen

Efter samskabelsesworkshopen vil det formentlig være hensigtsmæssigt at involvere andre i projektet – interessenter i organisationen og/eller eksterne aktører.

5

Følg op på de aftaler, der blev indgået

Vend tilbage til de aftaler, I indgik på samskabelsesworkshopen, og sørg for, at I lykkes med at realisere jeres målsætninger.

6

Implementér de foreslåede tiltag

Vær særligt opmærksomme på at kommunikere, både i lokale medier og på sociale medier. Tænk over, hvordan turisterne får kendskab til tiltagene.

7

Evaluer effekten af de implementerede tiltag

Sørg for at følge op på, om jeres tiltag virker – f.eks. med opfølgende målinger, undersøgelser og dialog med lokale aktører.



Kommunikations- og adfærdstiltag

I det følgende præsenteres en række konkrete tiltag, der kan fremme cykling blandt turister på danske feriedestinationer. Nogle af dem er afprøvet i dette projekt, andre er ikke.

Tiltagene tager afsæt i teorier og praksisser om nudging og adfærdsdesign, altså: Hvordan påvirker man menneskers adfærd og får dem til at træffe fordelagtige beslutninger ved at skabe bedre valgmuligheder og støtte de ønskelige beslutninger?

Viden om barrierer for turisters cykling

De tiltag, der er afprøvet i dette projekt, er udviklet ud fra vores viden om, hvorfor turisterne ikke cykler på feriedestinationerne.

I projektets første år undersøgte vi turisternes transportvalg på de tre udvalgte feriedestinationer: Vi gennemførte en spørgeskemaundersøgelse og kvalitative interviews blandt turister, talte parkerede cykler og biler på udvalgte parkeringspladser og etablerede maskinelle tællinger af cykel- og biltrafik på udvalgte strækninger.

Dermed kunne vi identificere konkrete barrierer for cykling, som selvfølgelig er lokale, men som også gælder for tilsvarende feriedestinationer. Derfor kan I sagtens tage afsæt i barriererne, men vi anbefaler, at I supplerer med egne undersøgelser.

På baggrund af barriererne har vi derefter udviklet kommunikations- og adfærdstiltag, som vi har afprøvet på feriedestinationerne.

Fanø

BARRIERER FOR CYKLING

Turisterne anvender især cyklen til rekreative ture, hvor formålet er selve cykelturen. Modsat de lokale bruger de ikke cyklen som transportmiddel til indkøb eller til stranden. Her tager de fleste bilen.

KOMMUNIKATIONSTILTAG

Der er lanceret en adfærdsændrende kampagne på Visit Fanøs Facebook-side, hvor budskabet er, at der er en stærk cykelkultur blandt beboerne på Fanø og at Fanøs små veje ikke er bygget til biler. På dansk og tysk opfordrer kampagnen turister og sommerhusejere til også at bruge deres cykler til praktiske gøremål.



Falsled

BARRIERER FOR CYKLING

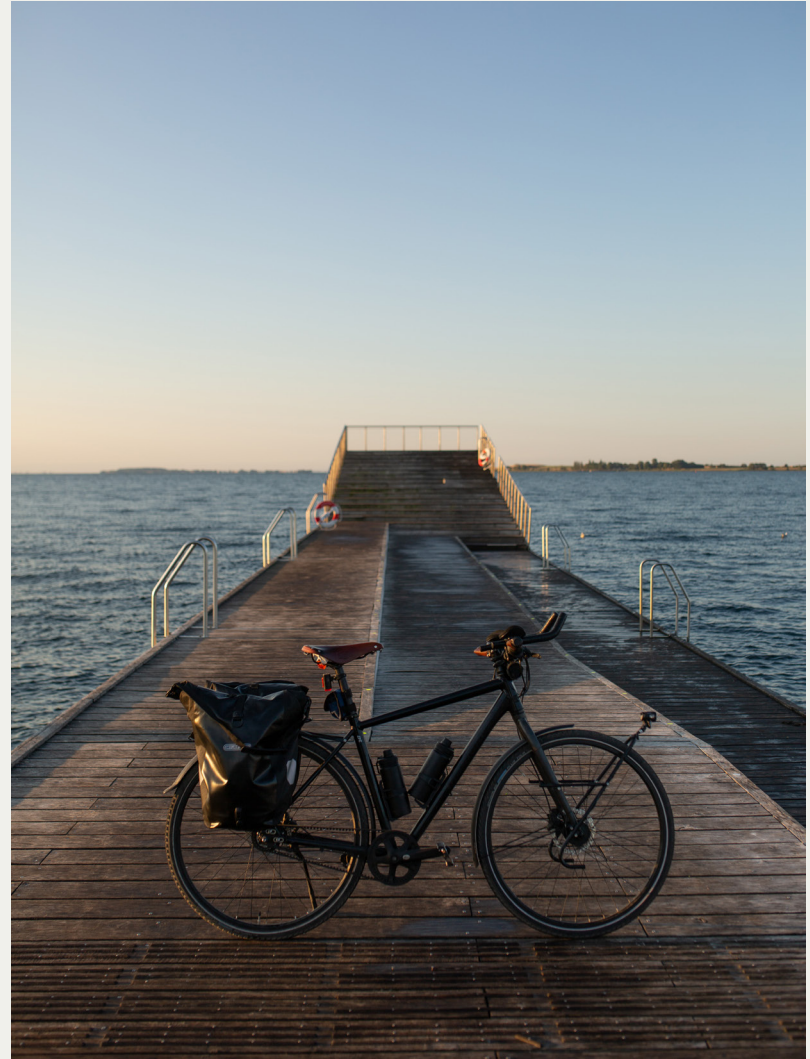
Mange besøger Falsled med andre formål end at cykle. Når de så ser, at der er gode cykelmuligheder i området, som de ønsker at afprøve, så mangler de cykler.

NUDGING OG ADFÆRDSTILTAG

En campingplads har nu 14 cykler til udlejning og et B&B har fire. Cyklerne koster 120 kr. pr. døgn i leje.

KOMMUNIKATIONSTILTAG

Der er udarbejdet to brochurer med forslag til ture, som er adskilt fra biltrafikken. De bliver uddelt i cykeludlejningen og på et lokalt overnatningssted.





Odsherred

BARRIERER FOR CYKLING

Sommerhusejere og turister oplever de primære færdselsårer i området – Lyngvejen og Gudmindrup Strandvej – som utrygge pga. biltrafik. Mange af sommerhusejerne får ikke klargjort cyklerne efter vinteren.

FYSISKE TILTAG

Der er sat vejvisning op, der viser en god cykelrute til Gudmindrup Strand.

KOMMUNIKATIONSTILTAG

Der er trykt postkort med ruten til Gudmindrup Strand. Postkortet har været trykt i en lokal avis og omdelt centrale steder.

NUDGING OG ADFÆRDSTILTAG

Restaurant Burgerhjørnet tilbød gratis minigolf til cyklister en uge i juli.

NUDGING OG ADFÆRDSTILTAG

I påsken og lige inden sommerferien blev der afholdt et "Fix min cykel"-event på Brugsens parkeringsplads, hvor en cykelsmed hjalp med mindre reparationer. Eventet blev omtalt i en lokal avis og på Facebook.

Andre tiltag til inspiration

Hvis man ikke har planlagt det på forhånd, er det ikke særlig sandsynligt, at man cykler en tur på sin ferie. Derfor er det vigtigt, at destinationer og aktører gør opmærksom på mulighederne, inden gæsterne ankommer. Derudover er det selvfølgelig vigtigt at udvikle og forbedre cykelmulighederne på destinationen, og her spiller kommunerne også en vigtig rolle.

De følgende tiltag fra ind- og udland er ikke en del af projektet.

Gratis opladning af elcykler

Lokale cykelambassadører (kendte, lokale cykelryttere/cyklister)

Cykelferie fra telt til telt

Attraktioner belønner gæster, der kommer på cykel, til fods eller med offentlig transport

Færdigpakkede cykeloplevelser

Cykelskattejagt for børnefamilier

Events (cykelløb, social rides)

Sikker cykelparkering

Ladcykler til udlån på feriedestinationer

Cykellegebaner, pumptracks m.m.

Bilfrie zoner/dage

Infotavler med ruter og oplevelser, henvendt til cyklister

Et cykelpas, som kan stemples hos aktørerne, evt. med præmier

Cykler til gæster i feriehuse og tips til cykelture inden ankomst

Cykelservicestationer til småreparationer

Afmærkede cykelruter



Gode råd til visioner og workshops

I det følgende præsenterer vi en række gode råd til, hvordan man kan skabe visioner for øget cykling på feriedestinationer, og hvordan man gennemfører en samskabelsesworkshop.

Visioner for øget cykling på feriedestinationer

Hvilke muligheder kan øget cykling og/eller reduceret biltrafik på en feriedestination skabe? Spørgsmålet er et godt sted at starte, og svarene kan I fx finde ved at:

1. Søge inspiration i andre kommuners arbejde og løsninger.
2. Invitere til en brainstorm, hvor I forestiller jer, at en feriedestination er blevet bilfri, eller at biltrafikken er halveret. Drøft spørgsmål som: Hvordan ønsker vi at bruge de overflødige parkeringspladser? Hvilken betydning vil det have for stemningen på feriedestinationen? Hvordan kan den øgede cykling komme turistaktører og andre erhvervsdrivende til gavn?
3. Indkalde borgerne til et dialogmøde, hvor I drøfter deres tanker om emnet.

Planlægning af en samskabelsesworkshop

En samskabelsesworkshop er en interaktiv proces, hvor deltagerne spiller en vigtig rolle. Derfor er det vigtigt at skabe en åben og inkluderende atmosfære, hvor alle kan bidrage og føle sig hørt. Her er nogle trin, I kan følge i planlægningen:

1. **Formål og mål:** Formålet med workshoppen er at fremme cykling blandt turister på feriedestinationer. Målene er:
 - _ at få klarlagt, hvilken konkret adfærd I ønsker at fremme
 - _ starte på at udvikle konkrete kommunikations- og adfærdstiltag, der kan fremme den ønskede adfærd
 - _ fastlægge jeres succeskriterier.
2. **Deltagere:** Skriv potentielle deltagere op på en liste og sørg for at inddrage in- og eksterne interessenter, der kan bidrage med ekspertise og forskellige perspektiver.
3. **Workshopdesign:** Beslut formatet og varigheden. Hvilke aktiviteter passer bedst til formålet og målet? Det kan være en blanding af præsentationer, gruppediskussioner, brainstorming, mini-projekter osv.

4. **Facilitator:** Udpeg en dygtig workshop-facilitator, der kan styre processen, skabe et åbent og tillidsfuldt miljø og sikre, at alle deltagere bliver hørt og involveret.
5. **Tidsplan:** Husk at lægge pauser ind mellem de forskellige aktiviteter og sæt god tid af til gruppeinteraktion, diskussion og refleksion.
6. **Materialer og ressourcer:** Sørg for, at I ikke kommer til at mangle whiteboards, skrivebordsartikler, præsentationsværktøjer, adgang til relevant information osv.
7. **Kommunikation:** Husk at inkludere workshoppens formål i invitationen, samt at vedhæfte relevant materiale, så deltagere kommer godt forberedte.

Gennemførelse af en samskabelsesworkshop

Syv spørgsmål er vigtige, når man skal afholde en inspirerende workshop, hvor deltagerne får ejerskab til projektet:

1. På **hvilken feriedestination** ønsker I at fremme cyklisme blandt turister? Vælg et sted, hvor det er attraktivt at cykle. Det er lettere at få turister til at cykle, hvis de fastboende også gør det.
2. Hvilken **konkret adfærd** ønsker I at skabe – hvad er målet? Skal så mange som muligt cykle kortere ture? Skal flere tage cyklen med på ferie, eller har I fokus på cykeludlejning? Vil I have flere turister til at vælge jeres destination, fordi I tilbyder rekreative cykelruter? Eller skal de i højere grad bruge cyklen som transportmiddel på ferien? Osv.
3. **Hvilke barrierer** hindrer denne konkrete adfærd? Barrierer er ofte konkrete og lavpraktiske. F.eks. at cykeludlejningen ikke ligger centralt, at det er svært for en familie at transportere indkøb og oppakning på en cykel, eller at de ikke kan finde gode cykelruter, der er adskilt fra biltrafik.
4. Er der behov for **før-målinger**, inden I iværksætter tiltagene? Det kan både være kvantitative målinger som slangetællinger og parkeringstællinger og mere kvalitative målinger som interviews og spørgeskemaundersøgelser.
5. **Hvilke aktører** kan hjælpe med at fremme cyklisme blandt turister på den udvalgte feriedestination? Hvis man vil påvirke turisternes transportvalg, skal man samarbejde med de aktører, der er i kontakt med dem.
6. Hvad er **jeres succeskriterier**? En målbar stigning i antallet af cyklistere? Dialog om cykling på feriedestinationen? Øget samarbejde mellem lokale aktører? Større opmærksomhed på cykling i kommunen eller destinationsselskabet? Politisk opbakning til at fremme cykling og/eller reducere bilisme?
7. Hvordan vil I **følge op** på workshoppen? Planlæg en opfølgning, så I kan evaluere resultaterne og skridtet fra idéer og output til handling og implementering.



Billedkreditering

side 1: Niclas Jessen

side 4: Thomas Høyrup Christensen

side 12: Michael Fiukowski and Sarah Moritz

side 14: Kim Wyon

side 15: Michael Fiukowski and Sarah Moritz

side 16: Camilla Hylleberg

side 18: Niclas Jessen

side 22: Michael Fiukowski and Sarah Moritz

Design og layout

Dansk Cykelturisme

Kontakt

www.cykelturisme.dk

