

Dette udvidet resumé er udgivet i det elektroniske tidsskrift

Artikler fra Trafikdage på Aalborg Universitet
(Proceedings from the Annual Transport Conference at Aalborg University)

ISSN 1603-9696

<https://journals.aau.dk/index.php/td>

trafikdage
NY VIDEN & NETVÆRK



Billedtekst: Lancering af supercykelstien Avedøreruten med kaffe og morgenbrødsuddeling til pendlere i myldretiden.
Foto: Supercykelstisamarbejdet i hovedstadsregionen.

15 års kommunikationserfaringer med at få flere op på cyklen

Diana Bern Skyum, jm8t@kk.dk

Kommunikations- og presseansvarlig

Supercykelstisamarbejdet i hovedstadsregionen

Abstrakt

I anledningen af Supercykelstisamarbejdet i hovedstadsregionens 15-års jubilæum i 2024 er det interessant at se tilbage på de kommunikationsindsatser og -strategier, der har været med til at forme samarbejdet og udvikle projektet igennem 15 år.

For kommunikationsindsatsen har spillet en afgørende rolle i at sikre finansieringen, realiseringen og succesen af Supercykelstisamarbejdet og supercykelstierne i hovedstadsregionen. Men de kommunikative valg og retninger besluttet som regel internt, og de mange overvejelser undervejs bliver sjældent trukket frem i lyset, når de store resultater præsenteres.

Oplægget på Trafikdage vil betragte supercykelstiernes udvikling i et kommunikationsperspektiv og opridse den kommunikative rejse med højdepunkter, nedture og nøgleindsigter, som lignende projekter og samarbejder kan lære af. Fra samarbejdets start i 2009 med den indledende branding af et nyt infrastrukturkoncept i Danmark, over åbningen og modtagelsen af de første "supercykelstier", til den løbende forankring af projektet både internt i samarbejdets kommuner og eksternt hos brugere og interessenter og nationale politikere. Ved at åbne ind til maskinrummet kan lignende projekter, uanset om de er nyopstartede eller har flere år bag sig, forhåbentlig lære af erfaringerne fra 15 år med Supercykelstisamarbejdet og supercykelstier i hovedstadsregionen.

Skiftende fortællinger

Som et nyopstartet, frivilligt kommunalt samarbejde mellem en række kommuner og Region Hovedstaden har Supercykelstisamarbejdet fra starten haft et stort fokus på at forankre og brande både projektet og konceptet *supercykelstier*.

Ved samarbejdets opstart i 2009 var den indledende branding af Supercykelstisamarbejdet og supercykelstierne som en ny kategori af infrastruktur enormt vigtig for at få skudt samarbejdet i gang og taget hul på den til tider lange proces med at etablere supercykelstier. Samtidig var det afgørende at få spredt budskabet om, at det er muligt at cykle til arbejde, selv på længere afstande, så supercykelstierne også ville blive brugt og tiltrække nye cyklister.

I takt med at supercykelstierne er blevet etableret har der været et stort fokus på at udbrede kendskabet til rutenettet blandt andet gennem borgerrettede rutelanceringer, små og store events og medieomtale. Det har givet både positiv og negativ respons og har affødt et behov for at præcisere den grundlæggende fortælling.

Over årene er konceptet og samarbejdet blevet mere veletableret, og fortællingen og det centrale fokus for branding har udviklet sig. I dag er supercykelstierne som brand og som infrastruktur så veletableret, at der er plads til et langt større fokus på at få bragt cyklen som transportmiddel på lige fod med bil, bus og tog. I et kommunikationsperspektiv er der derfor kommet et større fokus på cyklens rolle og merværdi i centrale dagsordner som klima, sundhed, trængsel og samfundsøkonomi.

Erfaringer fra KOM-mixet

Præsentationen på Trafikdage vil komme omkring både gode og dårlige eksempler fra årene der er gået, som f.eks. det fokus på fart og hurtige cyklister i starten, der viste sig at spænde lidt ben for den brede forankring. Der vil også komme eksempler på de gode erfaringer fra forskellige test-en-elcykelforløb, borgmestercykel-udfordringer, lokale events, rutelanceringer og presseindsatser samt de visuelle virkemidler og forskellige kampagner gennem årene. Præsentationen vil også komme ind på, hvordan Supercykelstisamarbejdet konkret arbejder med at bringe cyklen som transportmiddel højere op på den politiske dagsorden.