

# Baggrund for projektet

- 18 kommuner
- Region Hovedstaden
- Staten støtter med 30 %



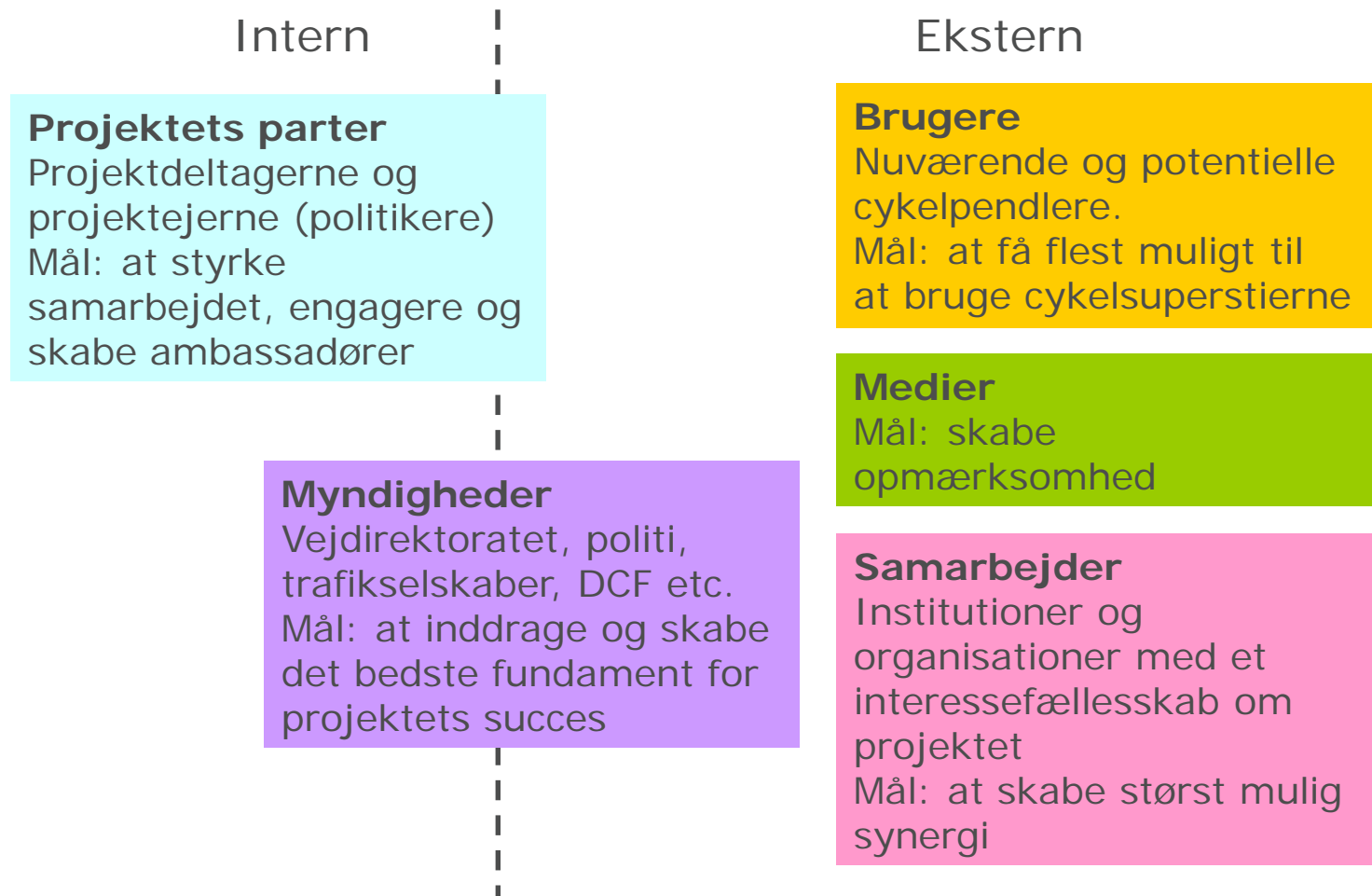
# Proces og samarbejde – hvad har vi lært?

- Organisering



# Proces og samarbejde – hvad har vi lært?

- Målgrupper





# Koncept



## Vision

Hovedstadsregionen er verdens bedste cykelregion. Borgere i hele hovedstadsområdet har glæde af de realiserede cykelsuperstier og flere og flere lader bilen stå og cykler over både korte og længere afstande



## Overordnede formål for cykelsuperstinettet

- yde et højt serviceniveau til cyklisterne og forbinde kommunerne i hovedstadsområdet
- omfatte nyskabende løsninger for cyklister, som vælger at cykle over længere afstande
- skabe opbakning fra potentielle og nuværende brugere samt øvrige interessenter
- være synlig i offentligheden for at tiltrække brugere og fastholde ejerskab til at udvikle nettet



## Kvalitetsmål for brugernes oplevelse af cykelsuperstinettet

- Tilgængelighed
- Fremkommelighed
- Komfort
- Sikkerhed og tryghed



## Udmøntning af kvalitetsmål i et samlet koncept for cykelsuperstinettet

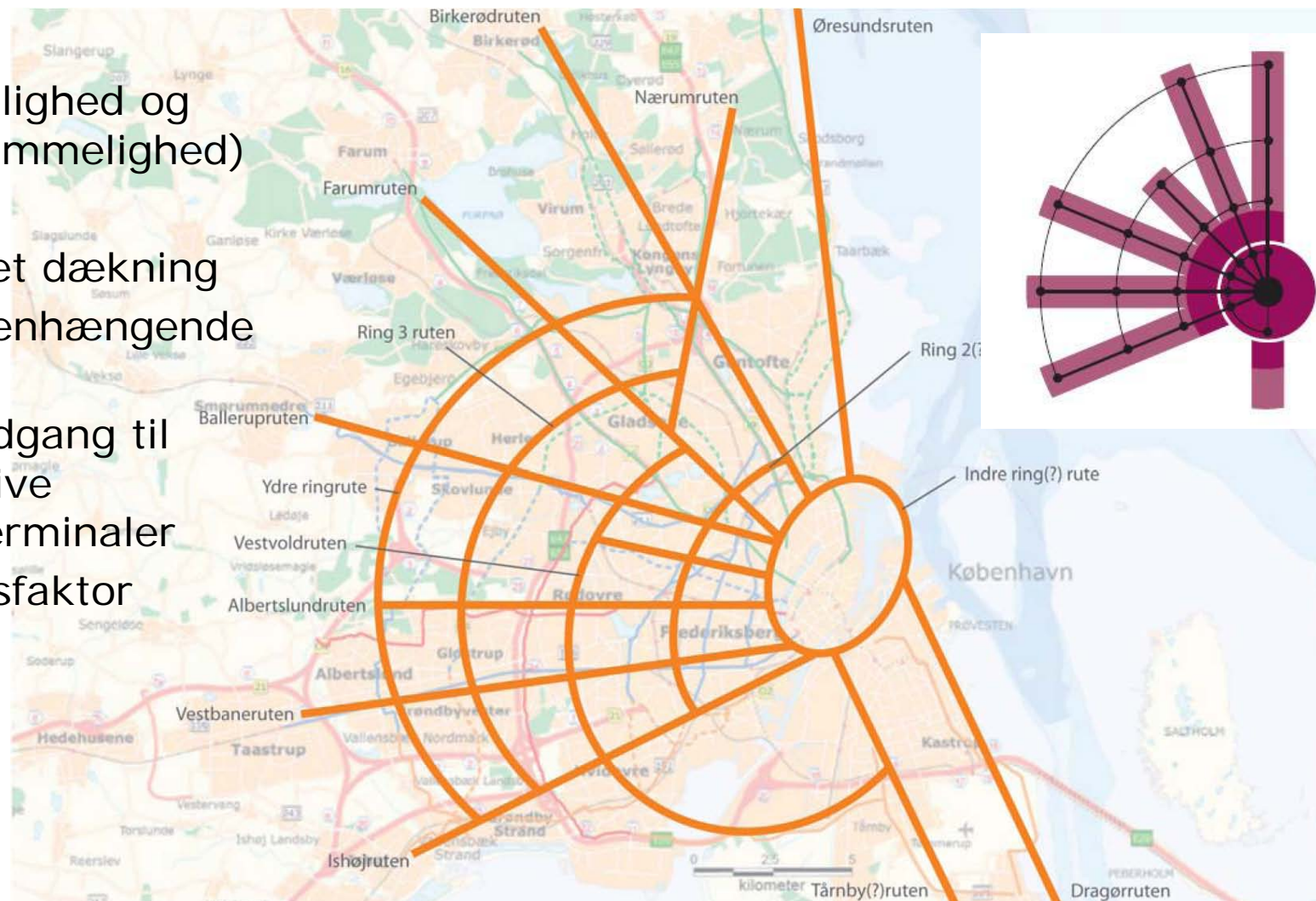
- Principper for rutevalg
- Principper for ruters udformning
- Principper for ruters identitet, skiltning og afmærkning
- Principper for supplerende tiltag

# Koncept for udmøntning af kvalitetsmål

## Rutevalg

(Tilgængelighed og fremkommelighed)

- Ensartet dækning
- Sammenhængende net
- Nem adgang til kollektive trafikterminaler
- Omvejsfaktor





# Koncept for udmøntning af kvalitetsmål

## Ruters udformning

(Fremkommelighed, komfort, trafiksikkerhed og tryghed)

- Stityper (separat sti, langs veje, lokalveje)
- Strækninger (bredde, belægning, adskillelse fra fodgængere, synlighed)
- Steder med krydsende trafik (signalkryds, øvrige veje og stier, busstoppesteder)



# Eksempel på princip for ideel / basis udformning



# Koncept for udmøntning af kvalitetsmål

## Ruters identitet, skiltning og afmærkning

(Tilgængelighed, fremkommelighed, komfort og sikkerhed/tryghed)





# Koncept for udmøntning af kvalitetsmål

## Drift og vedligehold

(Komfort og fremkommelighed)

- Målet er én samlet drifts- og renholdelsesstrategi
- "Giv et praj"
- Ambassadører
- Vejarbejder og lignende - krav til midlertidige foranstaltninger og reetablering
- Snerydning prioriteres



# Koncept for udmøntning af kvalitetsmål

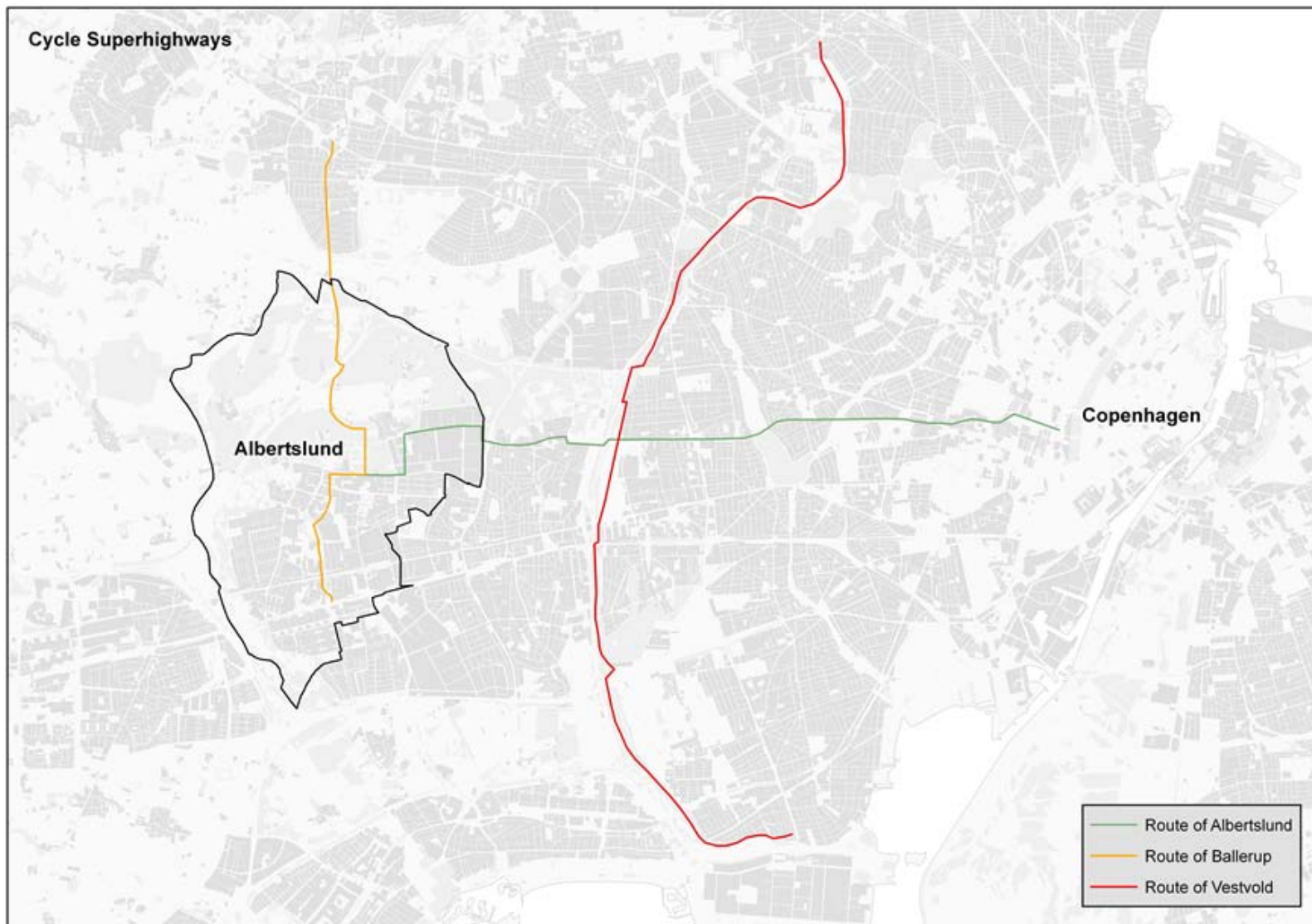
## Supplerende tiltag

(Tilgængelighed, fremkommelighed og komfort)

- Servicefunktioner

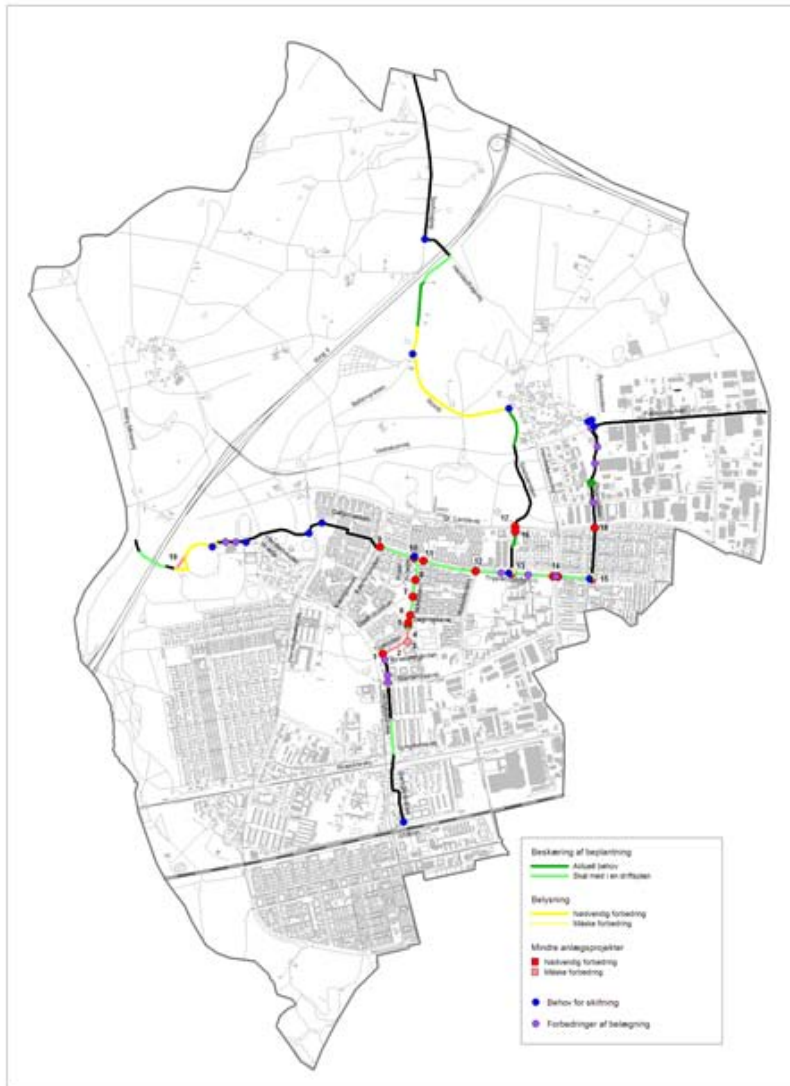


# Implementering – Hvor er vi i gang?



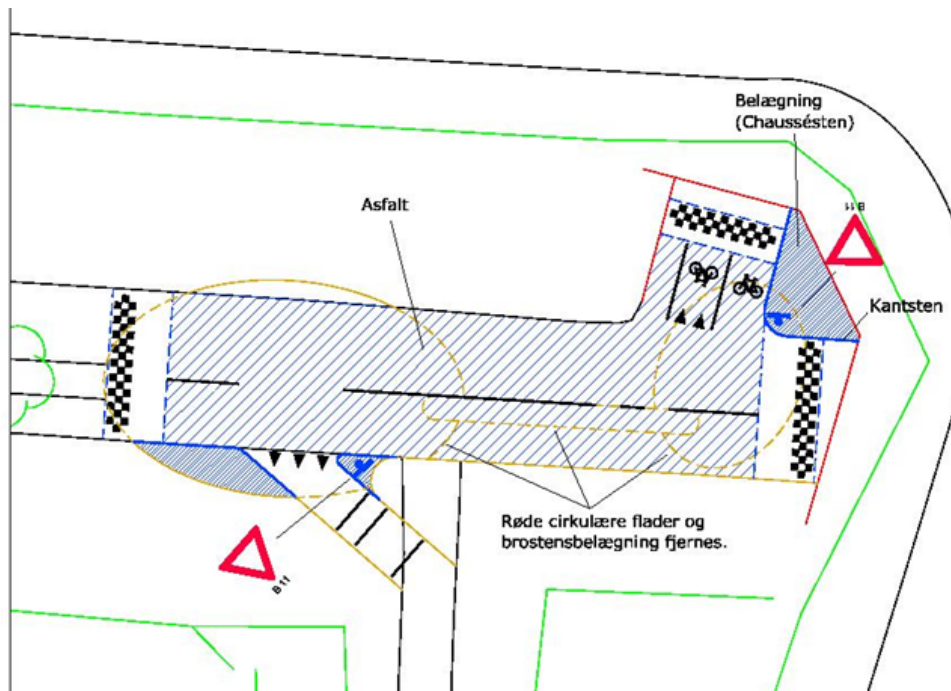


# Albertslundruten – Hvad gør vi?





# Trippendalsstien - Krydsninger

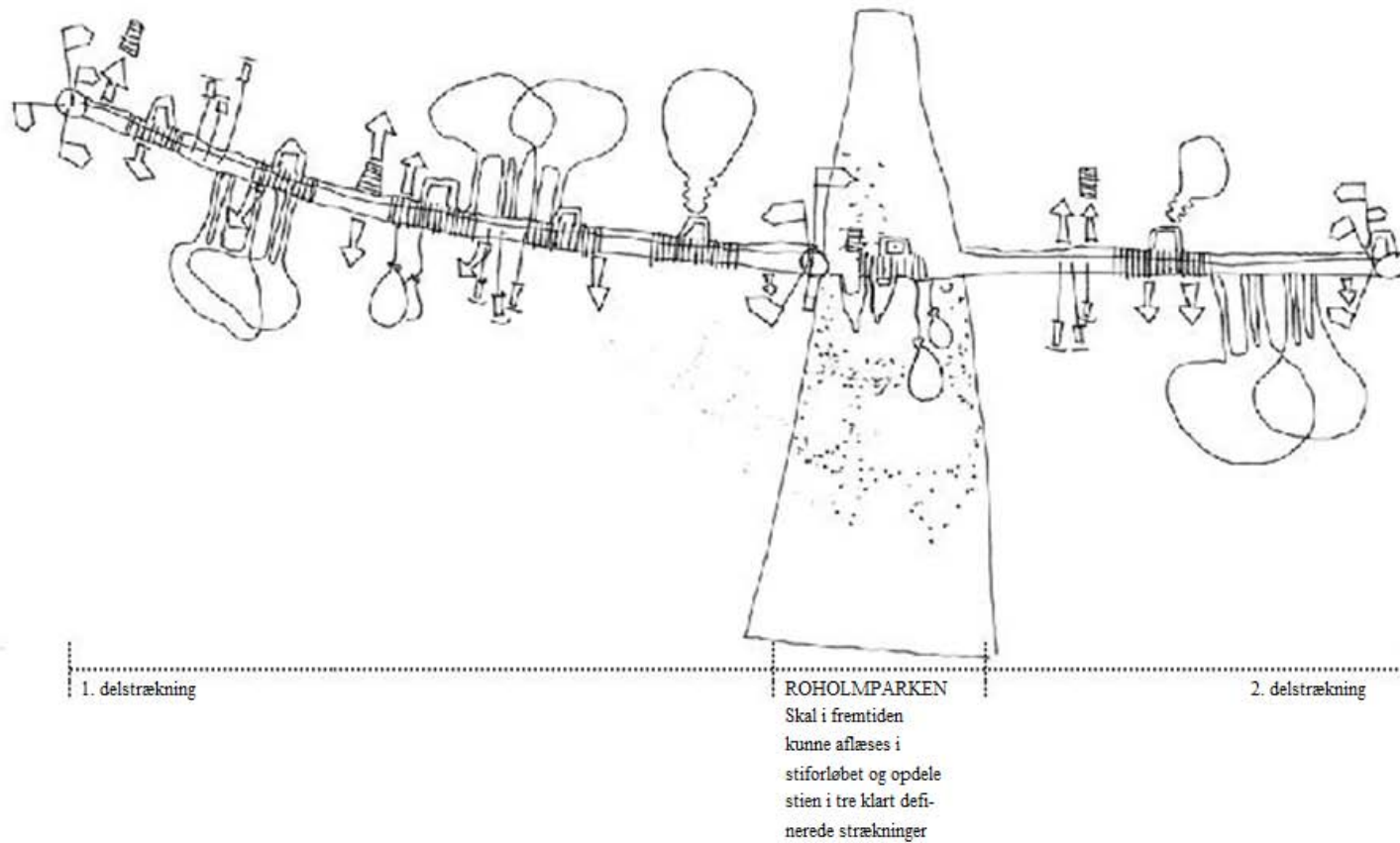


- Krydsende skoletrafik
- Hævet flade
  - Lang rampe på cykelsuperstien
  - Kort rampe og vigepligt for krydsende
- "Rumleriller" ved nedkørsel til sti
- Særlig belysning af krydsning og tunnel





# Trippendalsstien



# Fokuspunkt – Sammenhæng ml. by og sti

Trafik og  
beplantning →



Her ligger en  
dagligvarebutik, et  
pizzeria og en  
daginstitution  
omkring en plads



← Beplantning og måske  
forkælelse (cykelpumpe)

# Fabriksparken

Fra kantsten  
ca. 2 meter til:

- Busperron
- Græsribat
- Belysning



Fra bagkant  
2,5 meter til:

- Enkeltrettet  
fællessti
  - Uden  
niveauspring
  - Med "grøn  
bølge"
  - Fin asfalt



# Fabriksparken

Fra kantsten  
ca. 2 meter til:

- Busperron
- Græsribat
- Belysning



Fra bagkant  
2,5 meter til:

- Enkeltrettet  
fællessti
  - Uden  
niveauspring
  - Med "grøn  
bølge"
  - Fin asfalt

# Fabriksparken - Fremkommelighed

## Signalanlæg:

- Samordning
- Busprioritering

**Grøn bølge ved ca  
25 km/t**



**Rigtig hastighed  
vises ved dynamisk  
skiltning.**

# Brand, kommunikation og kampagner - hvordan får vi fat i pendlerne?

- Brand - logo



Seriøst - Ambitiøst - Enkelt - Opsigtsvækkende



# Brand, kommunikation og kampagner - hvordan får vi fat i pendlerne?



- Brand - ambition



# Brand, kommunikation og kampagner - hvordan får vi fat i pendlernerne?



- Brand - synlighed og anvendelighed
  - Enkelt
  - Mange udfoldelsesmuligheder
  - Let at få øje på og genkende
  - Let at navigere efter
  - Skiller sig ud fra mængden
  - Viser at det er noget særligt



# Brand, kommunikation og kampagner - hvordan får vi fat i pendlerne?



- Brand - navn



- Cykelreference i navnet
- Starter med C - logik ift. logoet
- Provokerende med split at kendt ord → opmærksomhed, tankevirkosomhed
- Identificerer cyklen som super transportmiddel
- Super = (ud) over - borgerne får noget ekstra
- Stier – stadig troværdigt på de strækninger, hvor vi kun opgraderer i mindre grad
- International reference til Londons Cycle Super Highways





# Brand, kommunikation og kampagner - hvordan får vi fat i pendlerne?

- **Fase 1 - startfasen** (afsluttet) - opstilling af arbejdsprogram og kommunikationsstrategi, indledende workshops og møder mv.
- **Fase 2 - analysefasen** - indsamling og bearbejdning af data, vurdering af linjeføringer og opstilling af konceptmodeller.
- **Fase 3 - resultat- og evalueringsfasen** - afrapportering, formidling, diskussion og evaluering af resultater.
- **Fase 4 - kampagnefasen** - Cykelsuperstjerne er færdige og skal tages i brug af flest mulige.
- **Fase 5 - driftsfasen** - Vedligeholdelse, forbedring og markedsføring af Cykelsuperstjerne.