

# 1/3 = 2

1 ud af 3 gæster på 2 hjul

EN STRATEGI FOR MERE CYKELTURISME I NORDSJÆLLAND



# 1 ud af 3 gæster på 2 hjul

## En strategi for mere cykelturisme i Nordsjælland

Den aktive ferie efterspørges af stadig flere. Cykelturisme er i vækst i hele Danmark, og det er en efterspørgsel, som Kongernes Nordsjælland med vore strande, skove, mange attraktive cykelruter og fine faciliteter er godt rustet til at imødekomme.

Allerede nu er det hver fjerde gæst, der cykler under sit ophold i Kongernes Nordsjælland. Men vi kan gøre det endnu bedre. Og vi *skal* gøre det endnu bedre. Det kan nemlig dokumenteres, at

- Cyklende turister har et højt forbrug
- De har et højere aktivitetsniveau
- De har en større tilfredshed med feriedestinationen
- De bliver dermed bedre ambassadører for Nordsjælland som feriemål

VisitNordsjælland betragter derfor indsatsen for at fremme cykelturismen som strategisk vigtig for destinationen. Strategien har titlen ”1 ud af 3 (gæster) på 2 (hjul).”

Vores **mission** er at gøre Kongernes Nordsjælland mere tilgængelig for turister og gæster, der vil stige på cyklen under deres besøg. Bedre cykelmuligheder giver nye gæster endnu en god grund til at vælge Kongernes Nordsjælland.

Vores **vision** er, at hver 3. gæst frem mod 2020 skal cykle under sit besøg i Nordsjælland. Hvis vi kan lykkes med det, estimerer vi, at VisitNordsjællands fem ejerkommuner kan øge den cykelrelaterede omsætning fra 290 mio. kr. i 2015 til næsten 440 mio. kr. i 2020.

### HVORDAN SER CYKELTURISTERNE UD?

Cykelturister er ikke en enkelt gruppe – de er forskellige og ønsker sig forskellige ting, når de vælger et feriested. For det første er det vigtigt at forstå, at for de fleste turister er cykling ikke et mål i sig selv. Det er en aktivitet – på linje med at bade, fiske, besøge gode restauranter eller seværdigheder. Hvis man ved, at der er særligt gode muligheder for en ønsket aktivitet, kan det afgøre valget af ferie.

Men lidt forenklet, så er der seks typiske cykelturister:

RUTEFØLGEREN (17 %)

HELSECYKLISTEN (22 %)

SEVÆRDIGHEDS-  
CYKLISTEN (16 %)

HYGGE CYKLISTEN (19 %)

PRAKTIKEREN (17 %)

RACEREN (8 %)

### Hvad vil cykelturisterne have?

Øverst på ønskelisten for alle turister med interesse for cykling:

- Sikre cykelveje, separeret fra biltrafik
- Skiltede ruter
- Oplevelser og natur
- Gode services
- Gode kort over ruterne
- Mobildækning

### Varierende behov i grupperne

Dykker man ned i de forskellige typer af cykelturister, finder man yderligere:

- Kystlinje
- Kulturelt indhold på ruten
- Brede og asfalterede cykelstier
- Særlige spor til mountainbikes
- Organiseret motion, løb, cykelcamps, racerhotspots
- Aflåst cykelparkering, tryghed, nem adgang

### HVAD KAN NORDSJÆLLAND TILBYDE?

Sammenholder vi cykelturisternes ønsker med de ”aktiver”, som Nordsjælland kan byde på, ser man mange styrker, der kan bygges på:

- Et bredt spænd af oplevelser i særklasse: Slotte og attraktioner, kyst og skov og god mad
- Cykelruter langs kyst og søbred
- Cykelvenlig, kollektiv trafik - mulighed for at tage cykel med i tog
- Nærhed til København og dermed storbyens turister og udflugtsturister
- Nærhed til Sverige – og Københavns Lufthavn
- Mountainbike-faciliteter
- Stærkt udbud af overnatnings- og spisesteder med fokus på autentiske oplevelser



Foto: Niclas Jessen

## HVAD SKAL VI GØRE?

Nordsjælland har rigtig gode muligheder for at lykkes med sin vision, men det kræver, at vi arbejder aktivt med at matche de styrker inden for cykelturisme, som vi har – og det, som udvalgte målgrupper for vores cykelturisme-indsats faktisk efterspørger. Omvendt er det vigtigt at forstå, at vi ikke bare kan læne os tilbage. Der er stærk konkurrence fra både ind- og udland. Mange andre destinationer i Danmark har også fokus på cykling. Men Kongernes Nordsjælland har en konkurrencefordel som stedet, hvor man både kan cykle – og samtidig opleve ”noget andet”, eksempelvis kultur og autentiske kystbyer, der gør destinationen særligt attraktiv.

Hvis VisitNordsjælland skal lykkes fuldt ud med at realisere denne konkurrencefordel, skal man være klar til at forstå, at strategien for at skabe mere cykelturisme er et fortløbende arbejde. Det er ikke en tjekliste, men en kontinuerlig strategi-model, der så at sige ”kører i ring” – men centreret omkring fire hovedelementer:

1



### ”Få styr på det”

Her er der fokus på vores infrastruktur, altså de fysiske forhold med cykelstier, ruter mv. Det er nødvendigt at forbedre basisproduktet – den allervigtigste forudsætning for, at vi kan tiltrække mere cykelturisme:

- › Sikre veje og stier til cyklister
- › Bedre skiltning
- › Flere cykelruter
- › Særligt attraktive superruter som Megaruten, Slotsruten eller Kystruten (arbejdstitler)
- › Alle ruter tilgængelige digitalt via OpenStreetMap e.l.

Her er det nødvendigt med et tæt samarbejde mellem VisitNordsjælland og alle de 5 kommuner – for at sikre, at både lokal trafikplanlægning, rekreativ planlægning og turisme spiller sammen.

Foto: Niclas Jessen

### ”Spørg”

Der mangler mere detaljeret viden om både vores fysiske rammer for cykelturismen og gæsternes ønsker. Og uden spørgsmål får man ingen svar. Manglende viden kan føre til dyre fejlprioriteringer. Mere viden giver bedre beslutninger. Her skal sættes ind med undersøgelser:

- › Årlige tjek af ruternes tilstand
- › Kortlægning af brugere via cykeltællinger
- › Interviews med alle aktører
- › Kortlægning og katalog over oplevelsesmuligheder



2



3



### ”Træd til”

Kongernes Nordsjælland vil kun kunne realisere det vækstpotentiale for cykelturismen, vi har identificeret, hvis der skabes mere samarbejde mellem flere instanser – både offentlige og private.

Der skal mere fokus på cykelturismen, og der skal identificeres flere virksomheder, der kan spille en aktiv rolle – således forstået, at vores aktører kan tjene penge på cykelrelaterede ydelser, der skaber mere værdi for cykelturisterne, uanset om det er tilbud om cykeludlejning, reparation, spisning eller overnatning.

- › Samarbejde
- › Skabe nye initiativer
- › Aktiv Ferie-trenden indarbejdes i flere initiativer
- › Større spredning over destinationen og over sæsonen

“... Kongernes Nordsjælland har en konkurrencefordel som stedet, hvor man både kan cykle – og samtidig opleve ”noget andet”

Foto: Niclas Jessen



4

### ”Inviter flere gæster”

Kongernes Nordsjælland skal positioneres endnu bedre gennem kommunikation og markedsføring. Men det handler også om at tænke nyt – om at få alles hjerner i sving, så vi udvikler helt nye produkter. Her er nogle hovedpunkter:

- › Styrke fortællingen om Nordsjælland på digitale og sociale medier
- › Stærkere kobling af hovedbrands Kongernes Nordsjælland og Den Danske Riviera med mulighederne for cykelturisme
- › Særlig indsats for at tiltrække WHOP'ere (Wealthy Healthy Older People) fra især Tyskland og Holland
- › Dialog og produktudvikling med rejsebranchen
- › Øget presseindsats
- › Rutekort til alle cykeludlejere
- › Særlig indsats for at tiltrække gæster fra København



Foto: Morten Bjørnhoj



Foto: Thijs Wolzak

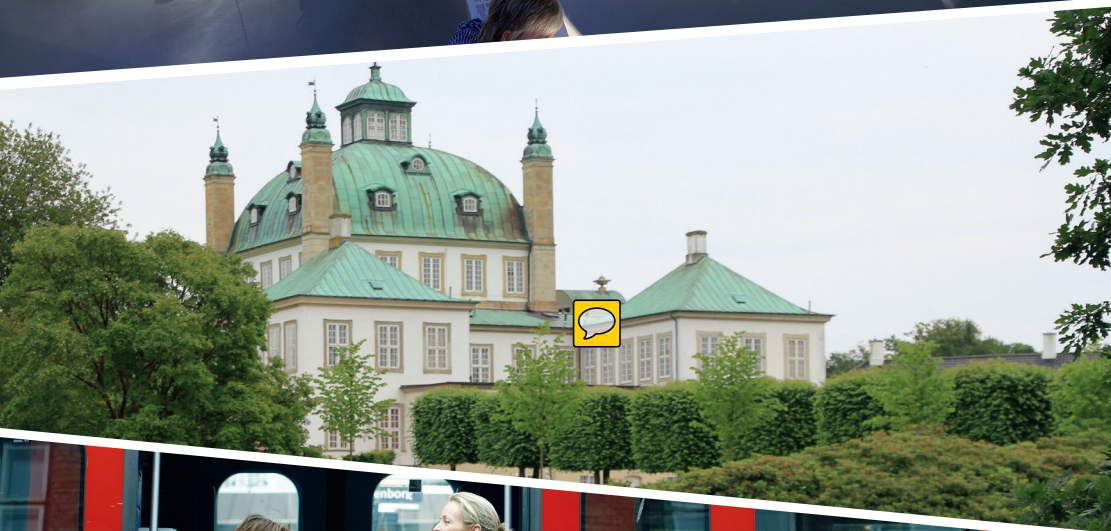


Foto: Niclas Jessen

## HVEM SKAL GØRE HVAD?

Hvis strategien skal blive til virkelighed, skal der handling til. Vi kan identificere tre parter, der hver på deres måde er "forpligtet" til at bidrage:

### VisitNordsjælland:

Som Nordsjællands officielle turismeorganisation er det VisitNordsjællands naturlige opgaver at:

- › Kommunikere strategiens betydning
- › Påpege behov for nye initiativer
- › Vejlede om nye cykelruter
- › Lave behovsanalyser og aktør-interviews
- › Skabe samarbejde
- › Markedsføring og kommunikation

### Kommunerne:

De fem kommuner i VisitNordsjælland-samarbejdet Fredensborg, Gribskov, Halsnæs, Helsingør og Hillerød har dette som deres naturlige opgaver under cykelturisme-strategien:

- › Øge prioriteringen af cyklisme mht. anlæg og drift af infrastruktur
- › Samarbejde om drift
- › Planer for nye cykelstier og ruter – og forbedring af eksisterende
- › Bedre skiltning
- › Rutetjek
- › Cykeltællinger
- › Støtte til fælles initiativer
- › Lydhørhed over for behov

### Private aktører:

Her er der tale om erhvervsvirksomheder, rejsearrangører og samarbejdspartnere i det øvrige turisme-Danmark. De er naturligvis ikke formelt forpligtet af denne strategi, men vi kan med rimelighed håbe, at de kan motiveres til dette:

- › Give input
- › Samarbejde og indgå i netværk
- › Udvikle produkter
- › Anerkende "den cyklende gæst" og dennes værdi
- › Være tilstede med deres cykel-relevante tilbud på digitale medier
- › Støtte op om VisitNordsjællands indsats med markedsføring og PR

# Idékatalog sådan!\*

- › **MAL PÅ ASFALTEN** – SOM EN EKSTRAVEJVISNING
- › **CYKELSYMBOLER** – SKABER TRYGHED LANGS HOVEDVEJE
- › **VELKOMMEN CYKLISTER** – SKILTE VED STATIONER OG PÅ DE STORE RUTER
- › **WELCOME EUROVELO 7 CYCLISTS** – SKILTE VED HELSINGØR-FÆRGEN
- › **HESTEFOLK, VANDRERE OG CYKELFOLK** – KAN BRUGE DE SAMME RASTEPLADSER
- › **MTB CENTRE** – MED OVERNATNING, BESPISNING, TEKNIKBANER, UNDERVISNING
- › **HUSK DE ANDRE** – FLERE HØJSKOLER HAR GODE FACILITETER TIL STORE EVENTS
- › **SERVICETJEK DIN CYKEL OG VIND** – SAMARBEJDE MED CYKELHANDLERE I REGION H
- › **KATALOG OVER "HEMMELIGE STEDER"** – PUDSIG, IDYLLISKE, FORLADTE, MÆRKELEGE
- › **SKRIV SANSELIGT** – HUSK AT FÅ OPLEVELSEN MED
- › **HUSK DE USIKRE CYKELTURISTER** – GIV GODE RÅD PÅ ALLE NYE CYKELKORT
- › **KEEP UP THE GOOD WORK!** – INSPIRATION VED AT PLACERE CYKELKORT, HVOR MAN IKKE VENTER DET
- › **"PÅ GENSYN!"** – HUSK AT ITALESÆTTE CYKLISTERES GENBESØG, FOR MAN NÅR ALDRIG DET HELE
- › **GØR DANSK TIL NORDISK** – TILTRÆK FLERE NORDMÆND OG SVENSKERE TIL LOKALE CYKELLØB
- › **LANDLIGGERE OP PÅ CYKLEN** – SJOVE EVENTS FOR "SLIDT BADEKÅBE PÅ GAMMEL HAVELÅGE"
- › **MUDDER OG MAD** – KOMBINER KROFERIE OG MTB-KØRSEL
- › **UD AF TRÆNINGSLOKALET** – SPINNING ER STORT. FÅ DEM UD PÅ EN RIGTIG CYKEL
- › **MIG OG FAR PÅ FERIE** – SIKRE TURE FOR FORÆLDER OG BARN
- › **BIKE FRIEND** – VIRKSOMHEDER STILLER CYKELPUMPE, DRIKKEVAND MV. TIL RÅDIGHED FOR PITSTOP
- › **CYKELVENLIGE KIRKER** – VEJKIRKER KAN OGSÅ VÆRE FOR 2-HJULEDE
- › **TÆNK CYKEL** – FLERE VIRKSOMHEDER, DER UDVISER GODT CYKELVÆRTSKAB
- › **NATIONALPARKER** – TRÆK PÅ ANDRES ERFARINGER MED CYKELTURISME HER



Foto: Nicolai Perjesi



Foto: Nina Stock



# Turisme i tal derfor!

- › VISITNORDSJÆLLAND KAN SE FREM TIL EN SAMLET TURISMEOMSÆTNING PÅ 6,2 MIA. KR. I 2020.
- › ANTALLET AF OVERNATNINGER VIL VÆRE 1,6 MIO.
- › TURISTER, DER HAR CYKLING SOM HOVEDFORMÅL, HAR ET DØGNFORBRUG PÅ 500 KR. OG BIDRAGER MED 68 MIO. KR. TIL TURISMEOMSÆTNINGEN I 2020
- › TURISTER, DER HAR CYKLING SOM BI-FORMÅL, HAR ET DØGNFORBRUG PÅ 343 KR. OG VIL BIDRAGE MED 372 MIO. KR. TIL OMSÆTNINGEN I 2020
- › VÆKSTEN I ANTALLET AF KOMMERCIELLE OVERNATNINGER I NORDSJÆLLAND I 2016 HALTEDE BAGUD I FORHOLD TIL BÅDE KØBENHAVN OG DANMARK SOM HELHED
- › DET VIL VÆRE AFGØRENDE FOR NORDSJÆLLAND, HVIS VI KAN KONVERTERE FLERE TURISTER TIL "BO I NORDSJÆLLAND/BESØGE KØBENHAVN" – I STEDET FOR NU, HVOR TRENDEN ER "BO I KØBENHAVN/BESØGE NORDSJÆLLAND"
- › NORDSJÆLLAND HAR OVER 2.500 VÆRELSE PÅ HOTEL OG FERICENTRE – MED EN DEL UUDNYTTET KAPACITET
- › DESTINATIONEN HAR 18 CAMPINGPLADSER, OGSÅ MED MULIGHED FOR ØGET KAPACITETUDNYTTELSE. MANGE CAMPINGGÆSTER EFTERSPØRGER CYKEL-MULIGHEDER
- › NORDSJÆLLAND HAVDE 550.000 OVERNATNINGER I FERICENTRE I 2016. HALVDELEN ER UDLÆNDINGE, OG UDLEJERNE MELDER OM STOR EFTERSPØRGSEL EFTER CYKELSERVICES
- › KØBENHAVN FÅR ÅRLIGT BESØG AF 3,3 MIO. GÆSTER. MANGE AF DEM BESØGER NORDSJÆLLAND
- › 260.000 TURISTER I KØBENHAVN ER MOTIVERET FOR AT CYKLE, TYPISK KORTERE TURE. DE UDGØR EN SÆRLIG VIGTIG MÅLGRUPPE FOR CYKELTURISME-STRATEGIEN



## VIL DU VÆRE MED?

VisitNordsjælland igangsætter med denne strategi en egentlig cykelturismeindsats med startskud i efteråret 2017, og hvis du har lyst til at være med, kan du kontakte os på mail: Annette Sørensen [aso@visitnordsjaelland.com](mailto:aso@visitnordsjaelland.com)  
Bettina Kampmann [bka@visitnordsjaelland.com](mailto:bka@visitnordsjaelland.com)

## VIL DU LÆSE MERE?

Hele rapporten og strategien finder du på [www.visitnordsjaelland.dk/nordsjaelland/erhvervssite](http://www.visitnordsjaelland.dk/nordsjaelland/erhvervssite)

## CYKELSTRATEGIEN ER EN DEL AF PROJEKT:

### Kyst, by og natur – turismeudvikling i Nordsjælland 2015-2017

VisitNordsjælland sætter med dette projekt fokus på at udvikle et nyt sammenhængende turismeprodukt baseret på den nordsjællandske kysts unikke kvaliteter. Formålet er gennem fysisk udvikling af kyststrækninger at skabe sammenhængskraft, vækst og udvikling i destinationen Kongernes Nordsjælland.

Projektet er finansieret af Vækstforum Region Hovedstaden og medfinansieret af VisitNordsjælland og Fredensborg, Hillerød, Helsingør, Gribskov og Halsnæs Kommune.



Foto: Nicolas Jessen



Vækstforum  
Hovedstaden



VisitNordsjælland 