

Notat fra møde den 16. juli 2009 mellem Dansk Cyklist Forbund og Cycling Denmark

I mødet deltog:

Formand og næstformand for Cycling Denmark (CD): **Preben** Christensen og **Edith** Derdau samt sekretariatsmedarbejder **Ditte** Møller Munch, VisitDenmark.

Fra Dansk Cyklist Forbund (DCF): Direktør **Jens** Loft Rasmussen, projektleder **Kristian** Tommerup Simonsen og formand for DCFs cykelruteudvalg, **Per** Christiansen.

Der var følgende dagsorden:

1. Generelt om cykelturismen i Danmark
2. CDs foreløbige handlingsplan og markedsføringsaktiviteter
3. Cycling Embassy of Denmark – ansøgning til Markedsføringsfonden
4. Projekt til opgradering og videreudvikling af de nationale cykelruter
5. Forslag om etablering af et cykelturistkontor

Ad 1) Generelt om cykelturismen i Danmark

Jens takkede CD for at have taget initiativ til mødet.

Jens nævnte, at Danmark er kendt som et af verdens mest cyklende lande. Det fremgår af den analyse og de anbefalinger, som Red Associates fremlagde på VisitDenmarks årsmøde i 2007. Ifølge analysen opfattes cyklen som et ikon på sundhed og miljøbevidsthed i Danmark. Cyklerne giver ligesom vindmøllerne et billede af et grønt miljøbevist land, hvor befolkningen udstråler en sund og aktiv livsstil. Udlændinge har svært ved at skelne mellem de skandinaviske lande, men når det gælder cykler; skiller Danmark sig ud.

Danmark var i begyndelsen af 1990'erne i front, men er nu blevet overhalet af lande som Tyskland, Holland, Norge, Østrig og Schweiz. Hvis vi igen skal bringe os i front, vil det kræve, at vi bliver bedre til at møde cykelturistens ønsker og behov, hvilket igen forudsætter et tæt og godt samarbejde/ samvirke mellem de forskellige interessenter. Jens er ikke i tvivl om, at Danmark har potentiale til igen at blive verdens bedste cykelland, men det er i den forbindelse et problem, at der ikke er en tilstrækkelig kritisk masse til, at overnatningssteder, transportoperatører og servicevirksomheder helhjertet satser på cykelturisterne.

Per nævnte, at DSB eksempelvis kræver pladsbillet til cykler, men at åbningstiderne på blandt andet Korsør station gør det vanskeligt at få cyklen over Storebælt, medmindre togføreren udviser konduite. Et andet eksempel er cykelhandleren i Svendborg, der ikke er parat til at servicere en cykelturist med et akut problem.

Jens understregede, at vi må undgå at komme ind i en ond cirkel, hvor der er for få cykelturister, og hvor der er en ringe motivation hos erhvervslivet til at forbedre servicen, hvilket betyder endnu færre kunder næste år. Det behøver ikke at være sådan. Tyskland har

de seneste 10 år oplevet en kolossal udvikling af cykelturismen, hvor antallet af cykelvenlige overnatningssteder, som er tilknyttet "Bett & Bike" konceptet er fordoblet til over 4.500 partnere, som tilbyder mulighed for sikker cykelparkering, reparationsmuligheder, vask af cykeltøj mv. Her er en positiv spiral, hvor stadig stigende service og forretningsomsætning er to sider af samme sag.

DCF glædede sig over, at København er positioneret øverst på den amerikanske Travel & Leasures liste over The World's Top Biking Cities, og at cyklerne nu også er blevet inkluderet i Wonderful Copenhagens magasin om København og Nordsjælland. Københavns succes på cykelområdet kan, hvis vi sætter det som mål, udbredes til at omfatte Danmark som helhed.

Det var også glædeligt, at der på regeringsniveau er interesse for at eksport af cykelløsninger og -viden, som vi har udviklet i Danmark. DCF vil arbejde for, at dette også vil indgå i økonomi- og erhvervsministeriets overvejelser og vil tage en drøftelse med VisitDenmarks direktør om dette.

Ad 2) CDs foreløbige handlingsplan og markedsføringsaktiviteter

Ditte nævnte, at VisitDenmark arbejder på at konkretisere strategien "Vores rejse", herunder på etablering af en række erhvervspartner-skaber sammensat på tværs af virksomheder, organisationer og brancher. Cykling kan indgå i forbindelse med et kommende partnerskab om "temaoplevelser" og formentligt også i partnerskabet "moderne storbyoplevelser". Markedsføringen skal blandt andet ske ved fyrtårnsbrands, hvor Cycling Denmark kan blive et eksempel på et sådant.

Preben tilføjede, at cykling var det stærkeste tema blandt Aktiv Danmarks seks forskellige temaer.

Ditte oplyste, at den cykelrelaterede turistomsætning udgør 3,7 mia. kr. årligt, hvor danskernes omsætning udgør 1,6, mens tyskere, hollændere og nordmænd leverer henholdsvis 1,6, 0,1 og 0,3 mia. kr. Hun nævnte, at muligheder for udvikling cykling har lighed med vandring, hvor de seneste tal tyder på en stigende interesse for aktiv turisme.

Ditte fortalte, at VisitDenmark overvejer at udvikle et elektronisk cykelturistmagasin og lade papirmagasinet Pedal afløse af en 8 sider fly'er. Et forslag til udformning af E-magasin blev demonstreret med indlagt tale og lyd..

DCF er enig i, at markedsføringsmidlerne skal udnyttes bedst muligt. DCF har fra medlemmer fået positive en del tilkendegivelser på Pedal, og at magasinet giver god inspiration, når sommerens cykeltur planlægges ved sofabordene i de små hjem.

Preben oplyste, at der var en skillelinje mellem VisitDenmarks internationale markedsføring og Aktiv Danmarks indenlandske. VisitDenmark vil koncentrere sig om nærmarkederne Tyskland, Holland, Norge og Sverige.

Jens bemærkede, at man i større omfang bør se markedsføringen i sammenhæng, og han mente, at det var muligt at nå bredere ud i forhold til udlandet. Østeuropæere og italienere er eksempelvis interesserede i at cykle i Danmark, og hovedstaden København tiltrækker cykelturister fra hele verden blandt andet fra USA, Canada og Australien.

Preben nævnte, at selvom Aktiv Danmark ikke har adgang til Visit Danmarks midler, er det naturligvis et tæt samarbejde. Det var hans vurdering, at Visit Danmark endnu ikke er klar til at gøre Cycling Denmark til fyrårnsbrand, men at der er rigtig gode argumenter for dette.

Ad 3) Cycling Embassy of Denmark – ansøgning til Markedsføringsfonden

Jens nævnte, at lanceringen af cykelambassaden havde været en succes på Velo-city konferencen i Bruxelles i maj 2009. Ambassaden var blevet åbnet af den ”rigtige” danske ambassadør i Bruxelles, og den havde fået stor omtale og opbakning. Det gjorde indtryk, at der var etableret et samarbejde mellem kommuner, turistorganisationen, kommercielle virksomheder og Dansk Cyklist Forbund. Hollænderne, som repræsenterer Europas andet store cykelland, havde gratuleret og givet udtryk for, at de gerne ville have fået ideen selv. Hollænderne var interesseret i et samarbejde med danskerne om at ”sælge” cykelsagen på verdensplan. Ambassaden virker som en markedsføringsplatform, men også som et forum til ideudvikling. Veksø ejet af NRGi er eksempel på en virksomhed som med forretningsmæssig succes har skærpet sin cykelprofil. Turistbranchen kan gøre det samme.

Det er ikke tilfældigt, at European Cyclists’ Federation - som opfølgning på COP15-konferencen i december 2009 - næste sommer afholder en verdenscykelkonference ”Velo-city Global 2010” i København. Konferencen vil samle 1.000 deltagere fra 100 lande og 5 verdensdele (Nord- og Sydamerika, Europa, Afrika, Asien og Australien), og den vil sætte fokus på cyklens potentiale i forhold til klima, sundhed og transport i verdens byer. Den danske klimaminister Connie Hedegaard bakker op om initiativet, og der vil også blive indlæg fra EUs transportkommissær, WHO, Verdensbanken, FNs klimapanel mfl.

Værtskabet for COP15-konferencen, og Velo-city Global i juni 2010 giver Danmark og Cykelambassaden en helt enestående chance for at brande sig som cykelland.

DCF og Københavns kommune har haft drøftelser med sekretariatet for Markedsføringsfonden. Det er vurderingen, at det vil være en styrke for en ansøgning, hvis den indeholder både kommunens aktiviteter i forbindelse med den internationale cykelkonference, og Cykelambassadens aktiviteter op til, under og i forlængelse af eventen. En samlet ansøgning viser, at vi satser på at opnå en langvarig brandingeffekt, som vil komme Danmark til gode, og som vil kunne styrke de erhvervsinteresser, der er knyttet til cykellandet Danmark. Modellen kunne være at sende en samlet ansøgning til Markedsføringsfonden på 3,7 mio. kr., hvoraf cykelambassadeaktiviteterne udgør 0,7 mio. kr., hvilket igen forudsætter en medfinansiering fra ambassadedeltagerne på 0,7 mio. kr. Der ville blive udarbejdet et nærmere notat herom. DCF forestiller sig, at København og VisitDenmark er blandt hovedinteressenterne, og at de eksempelvis kan levere bidrag eller arbejdskraft for 150.000 kr. hver. Størrelsen af det enkelte ambassademedlems bidrag bør afspejle sig i indflydelse og på indhold af den ambassadeaktivitet, som indgår i ansøgningen. Ansøgningen vil blive udarbejdet i samarbejde med et professionelt kommunikationsbureau.

Preben var positiv over for deltagelse, men oplyste, at et beløb af den nævnte størrelsesorden forudsatte, at der kan opnås opbakning fra VisitDenmark.

Ditte mente, at VisitDanmarks allerede påtænkte internationale aktiviteter i forhold til presse, formidling af information i form af fly’ere og netinformation formentlig kan indtænkes i ambassadens aktiviteter. Den internationale interesse for Danmark som cykelland kan således også omfatte markedsføring af cykelturisme.

Der var enighed om, at markedsføringen af cykellandet Danmark skal styrkes, og at cykelinteresserede turister skal gives en bedre og mere tilgængelighed adgang til information om mulige cykeloplevelser i Danmark.

Ad 4) Projekt til opgradering og videreudvikling af de nationale cykelruter

Jens nævnte, at DCF i august 2009 vil iværksætte et projekt, der skal sikre, at der sker en opgradering, videreudvikling og formidling af det nationale cykelrutenet. Projektet finansieres af Vejdirektoratet, Friluftsrådet og Arbejdsmarkedets Feriefond, og ventes afsluttet inden for et år.

Et velfungerende og opdateret cykelrutenet er en forudsætning for en forretningsmæssig udvikling af cykelturismen. Det er eksempelvis ikke heldigt, at ruten er groet til, at der mangler skilte, eller at den går ad stærkt trafikerede landeveje uden cykelsti. Hertil kommer, at der er behov for en bedre koordinering og overordnet strategiudvikling mellem de forskellige interessenter med henblik på at sikre, at rutenettet og den service svarer til cykelturistens kvalitetskrav og forventninger. Tanken er, at der etableres et organisatorisk setup, som muliggør, at aktørerne i relation til rutenet og serviceudbud, i fremtiden samstemmer deres strategier og koordinerer deres indsats for at styrke ruternes tiltrækningskraft.

Projektet vil tage udgangspunkt i den viden og det grundlag, vi har i Danmark samt inddrage erfaringer fra tilgrænsende projekter, herunder ”Den gode cykeloplevelse”, der gennemføres i VisitDenmark-regi. I et tæt samvirke med interessenterne skal der udarbejdes en operationel plan, som vil have realistisk mulighed for implementering inden for en kortere tidshorizont. Det er tanken at nedsætte en følgegruppe bestående af Vejdirektoratet, Skov- og Naturstyrelsen, Kommunernes Landsforening, VisitDenmark/Cycling Denmark, Arbejdsmarkedets Feriefond, Friluftsrådet og med Dansk Cyklist Forbund som projektleder.

Preben nævnte, at turisme var blevet en del af regionernes ansvarsområde. Edith foreslog, at de regionale turismeselskaber også blev hørt.

Jens svarede, at DCF vil kontakte Danske Regioner om at være med i følgegruppen, og der vil undervejs blive mulighed for at inddrage andre interessenter end de, der direkte er med i følgegruppen.

Preben oplyste, at Margueritruten også er ved at blive set efter i sømmene efter ikke at have haft bevågenhed i mange år. Friluftsrådet er projektleder for arbejdet med at opdatere og udvikle ruten i dialog med turistbureauer og kommuner.

På spørgsmål fra CD oplyste DCF, at de danske udgaver af de landsdækkende kort- og guidebogserie er udsolgt for Nordsjælland, Østjylland og Fyn. DCF er i dialog med SyddanskTurisme om et genoptryk. Det er vurderingen, at serien er anvendelig et par år endnu, men at der skal findes en løsning for fremtiden. Der bør samtidig findes en afklaring for brug af kort fra Kort & Matrikelstyrelsen. Når DCF til brug for den årlige cykelturistuge udvikler lokale cykelturistkort og betaler K&M herfor, vil kortene efterfølgende kun kunne bruges af turistkontoret, hvis der kan skaffes finansiering til trykning og betaling af kortrettigheder. I Norge kan Syklistenes Landsorganisation og turistkontorer uden betaling anvende kortmateriale fra Statens kartverk.

CD nævnte, at der også arbejdes med at udvikle et digitalt Danmarkskort, som kan gøre det lettere for danske og udenlandske turister via internettet at finde frem til ruter og friluftsoplevelser, og som skal give brugerne mulighed for at bruge GPS under turen.

DCF havde ikke opdateret viden om dette projekt, men så frem til, at der blev udviklet opdaterede og informative digitale kort. Cykelturister vil gerne kunne planlægge en cykelrute via internettet, og blandt andre tyske cykelturister lægger vægt på at kunne bruge GPS til at finde vej.

DCF oplyste, at Vejdirektoratet har lagt de nationale cykelruter ind på et digitalt oversigtskort, som er tilgængeligt på nettet. Fra kortet kan cykelturisten downloade cykelruterne direkte til sin GPS, eller ruten kan udskrives med kort eller satellitfoto som baggrund.

DCF er endvidere inddraget i projekt om udvikling og kvalitetssikring af Hærvejsruten, og et projekt om digitalisering af nordjyske cykelruter.

Der var enighed om, at cykelturisterne i fremtiden skal sikres adgang til både fysiske og digitale kort af god kvalitet.

Ad 5) Forslag om etablering af et cykelturistkontor

DCF nævnte, at problemet med den nuværende informationsstruktur i Danmark er, at den information, cykelturisten ønsker, er spredt på forskellige instanser. De må søge et sted for at få overblik over cykelruter, et andet for at finde ud af hvor og hvordan der skal overnattes og måske et tredje sted for at finde ud af, hvilke øvrige tilbud et område har. Dertil kommer problemer med at finde ud af, hvor og hvordan man kan leje cykler, om der kan lejes tasker/anhænger samme sted, og om cyklen kan hentes et sted og afleveres et andet.

DCF får hver dag i løbet af sommeren en masse henvendelser og besøg - både i butikken og via nettet - fra cykelturister i ind- og udland. Cykelturisterne finder det naturligt at søge viden og råd hos den nationale cyklistorganisation. Cyklistforbundet er udgiver og distributør af kort og -guidebogserien (i danske, engelske og tyske udgaver). Hvis der kan tilvejebringes finansiering, vil Cyklistforbundet gerne udbygge den service og informationsvirksomhed, der gives fra kontor og butik på Rømersgade 7. Man kunne også udvikle egentlige cykelturistkontorer med inspiration fra blandt andet de erfaringer, der er gjort i Tyskland og hos den tyske cyklistorganisation, ADFC.

Edith mente, at det bør være en opgave, der kan løses hos lokale turistbureauer, der opfylder kravene fra Cycling Denmark, og Ditte omdelte den seneste tjekliste for Cycling Denmark Turistbureauer med anmodning om eventuelle bemærkninger fra DCF.

DCF vil gerne arbejde tættere sammen med CD om kvalitetsudvikling af den service, som gives cykelturisterne. I København er en særlig problemstilling med hensyn til sikring af en kompetent rådgivning til turister, der gerne vil have cykeloplevelser i København eller i Danmark i det hele taget. DCF må i forbindelse med sin rådgivning fra Rømersgade 7 være opdateret på indholdet af Cycling Denmark konceptet.