

Voorstel opzet communicatie Doorfietsroute 2021

Aanleiding

De provincies Groningen en Drenthe willen het fietsen in hun provincies nog meer stimuleren. De fiets is zowel in stedelijk als in landelijk gebied een gezond alternatief voor de auto of het openbaar vervoer. Om Groningers en Drenten vaker op de fiets te krijgen zijn er 2 sporen: verbeteren van de herkenbaarheid en zichtbaarheid van fietspaden op de fietsroutes en werken aan gedragsverandering.

Doorfietsroute

Doorfietsroute is de nieuwe gezamenlijke naam van fietspaden in het fietsnetwerk in de regio Groningen-Assen. Voorheen stonden deze bekend als fietsroutes plus, fietssnelwegen of slimme routes. Het doel van deze doorfietsroutes is om inwoners in deze regio te bewegen vaker de fiets te pakken voor (langere) afstanden tot zo'n 20 a 30 kilometer. Het vergroten van de zichtbaarheid en herkenbaarheid van de doorfietsroutes in Groningen en Drenthe maakt onderdeel uit van een drietal maatregelen om meer mensen op de fiets te krijgen.

Maatregelen

1. Aanleggen van doorfietsroutes (voorheen o.a. fietsroutes plus, fietssnelwegen, slimme routes).
2. Zichtbaarheid en herkenbaarheid van de doorfietsroutes verbeteren (maatregelen langs de route).
3. Gedragsverandering: fietsen stimuleren op een aantal trajecten.

Doorfietsroutes van/naar Groningen die klaar zijn:

- Eelde
- Bedum
- Zuidhorn
- Haren (via Helperzoom)
- Ten Boer
- Roden
- Assen (deeltraject Noord-Willemskanaal)

1] Communicatiestrategie

Aandacht koppelen aan momenten in projectmijlpalen: van klein naar groot. Dus de route (concreet en direct te gebruiken) als haakje voor de communicatie. En dus niet het plan lanceren als plan! Fiets als vanzelfsprekend alternatief voor de auto en/of het OV op afstand tot 20 a 30 km. Het fietsen stimuleren door verbeteren van het fietspad zelf (dus lekker doorfietsen) en door de doorfietsroutes zelf een onderscheidend, herkenbaar uiterlijk te geven. In combinatie met werken aan gedragsverandering: fietsen stimuleren o.a. in samenwerking met campagnes van Groningen Bereikbaar.

Uitgangspunten

1. Onderscheidend en herkenbaar smoel/logo.
2. Koppelen van communicatie en de herkenbaarheid op het fietspad, off- en online communicatiemiddelen.
3. Op doelgroep toegespitste communicatie (bijv. variatie op de kernboodschap).
4. Communicatie over per route gecombineerd met het netwerk (steeds met elkaar verbinden).

Herkenbaarheid vergroten

Het is de planning om dit in het voorjaar van 2021 te werken aan het verbeteren van de herkenbaarheid op een campagnematige opzet. De nieuwe bewegwijzering op de doorfietsroutes wordt waarschijnlijk niet eerder dan in de tweede helft van 2021 buiten zichtbaar. Het is verstandig om al met de communicatie over de doorfietsroute te starten tijdens de aanleg van een doorfietsroute. Dus om in de communicatie over de werkzaamheden en eventuele hinder de kernboodschap van de doorfietsroute mee te nemen. Dit draagt ook weer bij aan meer bekendheid van deze routes.

Gedragsverandering

Het fietsen stimuleren beperkt zich niet alleen tot de communicatie over de doorfietsroutes, maar is een bredere doelstelling uit het Uitvoeringsprogramma fiets (provincie Groningen). en ????? (provincie Drenthe). En komt dus ook terug in andere fietsprojecten en activiteiten.

5 februari 2021

2] Project- en communicatiedoelstelling

1. Verbeteren bereikbaarheid van de stad Groningen en Assen en de regio (spitsmijden).
2. Verbeteren van de gezondheid van de Groningers en de Drenten.
3. Duurzaamheid: als we vaker fietsen, zitten we minder in de auto, dus minder uitstoot van uitlaatgassen. Dit is beter voor het milieu.

3] Uitgangspunten communicatie

- Fiets als vanzelfsprekend alternatief voor de auto en/of het OV
- Logisch, herkenbaar, goed te communiceren netwerk
- Doorfietsroute moet daarom eenvoudig te volgen zijn
- Communicatie over het netwerk en per route (wel steeds met elkaar verbinden)
- Onderscheidend en herkenbaar smoel/logo
- Op doelgroepen toegespitste promotiecampagne (gebruik van persona's)
- Koppelen van communicatie en de herkenbaarheid op het fietspad, off- en online communicatiemiddelen.

4] Doelgroepen*

Primaire doelgroep voor de communicatie:

- Gebruikers/fietsers: provincie Groningen is de groep gebruikers aan het uitwerken a.h.v. 7 persona's.
- Niet-gebruikers/fietsers: De forenzen die nu met de auto en/of OV reizen tussen de plaatsen die verbonden worden de doorfietsroutes. Dit zijn mensen die naar hun werk gaan, scholieren, studenten..

Secundaire doelgroep voor de communicatie:

- Werkgevers,
- Scholen en opleidingen, ouders van leerlingen, studenten,
- Aangrenzende gemeenten
- Winkelcentra Groningen, Assen, aangrenzende gemeenten
- Fietsverhuurders
- Recreatieparken/campings

5] Communicatieboodschap

De kernboodschap van de doorfietsroute geeft antwoord op de vraag:
Waarom pak je de fiets van A naar B?

Korte kernboodschap:

Lekker doorfietsen? Neem de doorfietsroute. De slimme verbinding tussen dorp en stad.

Sub-boodschap:

- ✓ Geen files onderweg
- ✓ Goed onderhouden fietspaden
- ✓ Duidelijke en herkenbare bewegwijzering
- ✓ Fietsen is gezond
- ✓ Goed alternatief voor auto of bus

Kernboodschap

Een doorfietsroute is een fietsverbinding waar fietsers ongehinderd kunnen doorfietsen: met weinig of geen verkeerslichten en zoveel mogelijk voorrang op kruispunten. Deze brede en comfortabele fietspaden worden goed onderhouden en in de winter als eerste sneeuw- en ijsvrij gemaakt. Dit zorgt ervoor dat fietsers prettig en ongehinderd kunnen doorrijden. Doorfietsroutes zijn daarmee een goed alternatief voor de auto of het openbaar vervoer.

Het kan nuttig zijn om per doelgroep een variatie op de algemeen kernboodschap te formuleren. Dat kan aan de hand van de beschrijving van de persona's.

Beargumentering

De 'prikkel' gemak en snelheid zijn verwerkt in de overall boodschap.

5 februari 2021

In de sub-boodschap (ondertiteling) komen de bereikbaarheid, gezondheid en een kenmerk van het fietspad terug.

De argumenten: Snel - Makkelijk - Goedkoop - Betrouwbaar - Gezond - Duurzaam, uitwerken in de ondersteunende communicatiemiddelen.

Ook het weer speelt vaak mee in de beslissing om wel/niet de fiets te nemen. Voorbeeld van de uitwerking van een ondersteunend communicatiemiddel kan een visueel zijn dat het maar 14 dagen per jaar regent (dit komt uit een onderzoek van de Fietsersbond).

6] Communicatiemiddelen

Hieronder een overzicht van de mogelijkheden. Op basis van de persona's volgt nog een verdere uitwerking van de in te zetten communicatiemiddelen per persona/doelgroep.

- Bestaande speciaal ontwikkelde communicatiemiddelen (merknaam, logo, netwerkkaart etc.).
- Campagne middelen (voor de pilot en opening doorfietsroutes).
- On- en offline en langs de doorfietsroutes zelf.
- Middelen en kanalen van provincie Groningen en Drenthe.
- Aansluiten bij bestaande campagnes/evenementen
- Fietsknopennetwerk ANWB
- Folder voor recreatie/toerisme
- Marketing Groningen
- Marketing Drenthe
- Fietsplanner website Fietsersbond

De volgende communicatiemiddelen zijn voor de pilot Ten Boer-Groningen ontwikkeld. Uit de pilot bleek dat dit concept goed werkt en slechts op een aantal details nog wat moet worden aangepast. Dit kan worden gedaan door het bureau dat destijds het ontwerp heeft gemaakt.

- beeldmerk
- ontwerp borden langs de route
- ontwerp afbeelding op het wegdek
- netwerkkaart (totaalplaatje)
- opzet voor een advertentie (opzet is al beschikbaar)

Gezien bovenstaande hebben we geen extern communicatiebureau nodig, maar wel een vormgever voor een aantal kleinere opdrachten.

7] Communicatieplanning

Projectpagina Doorfietsroute op www.provinciegroningen.nl en website provincie Drenthe (o.a. algemene informatie over doorfietsroutes, overzicht met de routes, planning (waar wordt gewerkt) en een korte toelichting per route).

Communicatiekanalen Groningen Bereikbaar

Groningen Bereikbaar heeft ervaring en contacten met werkgevers en onderwijs instellingen in de stad Groningen.

Voor Drenthe is dit Drenthe reist Duurzaam.

Vanuit Groningen Bereikbaar zijn er verschillende fietsstimuleringsacties die aan kunnen sluiten bij dit project. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het lenen van een eBike. In Drenthe is dit "Drenthe reist duurzaam". Dit staat nog staat in de kinderschoenen. In de toekomst kunnen ze mogelijk gebruik maken van deze aanpak.

Communicatiemomenten

- Informatie/inloopbijeenkomsten over de aan te leggen route (contact met de omgeving). I.v.m. het verloop van de coronacrisis zal dit online moeten worden georganiseerd
- Start werkzaamheden nieuwe doorfietsroute
- Opening nieuwe doorfietsroute
- Aansluiten bij al geplande evenementen

5 februari 2021

Communicatie en corona

Als gevolg van de coronacrisis liggen een aantal projecten sinds maart 2020 stil of worden op een gewijzigde manier uitgevoerd. Daarnaast zorgen de coronarichtlijnen (o.a. 1 ½ meter afstand, beperking van groepsgrootte, advies: blijf zoveel mogelijk thuis) voor beperkingen in wat we kunnen communiceren en organiseren. We kunnen hierdoor tijdens de huidige coronacrisis slechts een deel van de geplande communicatieactiviteiten en -middelen inzetten. Vooral het organiseren van activiteiten op locatie (inloopbijeenkomsten, starthandeling, opening, uitdeel acties) zijn nu niet mogelijk. Hierdoor zijn we aangewezen op m.n. de digitale en online communicatiemogelijkheden, filmpje, persbericht, plaatsing in huis aan huisbladen.

Dit heeft uiteraard effect op de resultaten van onze communicatie. Dus op zichtbaarheid en bekendheid vergroten van de doorfietsroute en het gebruik van de fiets en de routes stimuleren.

8] Communicatiekalender

Verder invullen en uitwerken

tijdstip	actie	Middel/kanaal	wie

9] Budget en kosten

verder invullen en uitwerken a.h.v. de communicatieplanning

Middelen	€ kosten