



Sykkkelbyen Alta

Grunnlagsdokument

for

Evaluering

2011 - 2013



FINNMARK FYLKESKOMMUNE
FINNMÁRKKU FYLKKAGIELDA



Nordlysbyen Alta



Statens vegvesen

Innholdsfortegnelse

1. HOVEDFUNN.....	3
2. ORGANISERING AV PROSJEKTET.....	3
3. STYRENDE DOKUMENTER	6
4. MÅL.....	6
5. TILTAKSPLANEN	8
6. ANDRE UTGIFTER- ADMINISTRATIVT	44
7. SYKKELTELLINGER.....	45
8. SPØRREUNDERSØKELSE.....	48
9. OPPSUMMERING.....	52

Innledning

Sykkelbyen Alta er et samarbeidsprosjekt mellom Statens vegvesen (initiativtaker), Finnmark fylkeskommune og Alta kommune. Hver part stilte med 5 mill kr til prosjektet, som igjen varte fra slutten av 2010 – og ut 2013.

Å lage sykkelbyer var en del av flere nasjonale tiltak for å få økt sykkelandelen i byer med minimum 5000 innbyggere. NTP 2010-2019 (Nasjonal Transportplan) og Nasjonal sykkelstrategi 2006-2015 var en del av grunnlaget. NTP 2014-2023 har de samme målene ang sykkel. Målsettingene er:

- Sykkeltrafikken i Norge skal utgjøre minst 8 % av alle reiser.
- I byer og tettsteder skal sykkeltrafikken dobles.
- 80 % av barn og unge skal gå eller sykler til og fra skolen.

Denne rapporten er ment å avklare hvorvidt man har lyktes lokalt i Alta å nå målene. Rapporten tar for seg alt fra det organisatoriske i prosjektet, tiltakene og innsatsområdene, tellinger og spørreundersøkelse. Det vises til sammendrag av hovedfunnene i «Sykkkelbyen Alta – Evaluering» for en kortfattet oppsummering.

1. HOVEDFUNN

Hovedfunnene i vår evaluering av 3 års arbeid munner ut i følgende:

- Prosjektet har vært tradisjonelt organisert med en god brukermedvirkning.
- 41 tiltak har vært med i planene, av disse er 31 gjennomført, 5 er påbegynt og de siste 5 kommer ikke til å startes.
- Arbeidet har omfanget motiverende tiltak og utbedring/ tilrettelegging av infrastruktur.
- En økning på over 20 % sykkelreiser om våren og 32 % om høsten tilsier at man har lyktes langt på vei.
- Over 3 år har flere også begynt å sykle oftere enn tidligere, fra mindre enn 1 gang pr uke til 1-4 ganger pr uke.
- Syklistene melder tilbake at over 80% er tilfreds eller meget tilfreds med sykkelforholdene i Alta.

2. ORGANISERING AV PROSJEKTET

Prosjektet har vært organisert med en styringsgruppe, en prosjektgruppe og en referansegruppe.

Styringsgruppe

- * Alta kommune
- * Statens vegvesen
- * Finnmark fylkeskommune

Prosjektgruppe

- Referansegruppe

Styringsgruppa: Alta kommune (prosjekteier): Bjørn-Atle Hansen, rådmann
Statens vegvesen: Bjørg-Anita Joki, avdelingsdirektør Finnmark.
Finnmark fylkeskommune: Per Bjørn Holm-Varsi, samferdselssjef
Antall møter: 12

Prosjektgruppa: Alta kommune: Gjermund Abrahamsen Wik (prosjektleder)
Tom Frode Hansen (fagleder samferdsel)
Aase-Kristin Abrahamsen (fysak/ folkehelse)
Roy Åge Ugseth, Planavdelingen ASU
Statens vegvesen: Maria Haga (planlegger)
Kristian Øvernes (trafikksikkerhet)
Finnmark fylkeskom.: Gunnstein Flø Rasmussen (samferdsel)
Antall møter: 21

Referansegruppa: Barn og unge sektoren Alta kommune
Nordlysbyen sykkelgruppe
Øytun Terrengsykkelmiljø
Idrettsrådet
Ungdomsrådet/ Ungdommens hus
Naturvernforbundet
Rådet for funksjonshemmede
Eldrerådet
Alta Næringsforening (- 2012)

Antall møter: 6

Organiseringen har fulgt et tradisjonelt oppsett for tilsvarende prosjekter. Med høyt plasserte ledere i styringsgruppa får sakene topptung forankring – noe som effektiviserer arbeidet med å få gjennomført oppgaver. Tiltak, regnskaper og budsjett skal godkjennes på dette nivået før iverksetting.

Prosjektgruppa består av personer som til daglig arbeider med sykkelrelaterte fagområder. Prosjektleder har vært stedlig plassert på Kommunalteknisk avdeling i Alta kommune. Fra 2012 har avdelingsleder her også deltatt i en del møter for å holde seg oppdatert – på et område som ikke nødvendigvis er i avdelingens naturlige nedslagsfelt. Det har likevel passet bra inn i prosjektets arbeid og skapt en større forståelse for oppgavene som utføres.

Organiseringen har fungert veldig tilfredsstillende og effektivt i prosessarbeider. En kan spørre seg om andre avdelinger burde vært representert. Den eneste gruppen som anses naturlig er Miljøavdelingen ved Alta kommune. Det antas at heller ikke her vil alle sakene være like relevant sett opp mot fagfeltet de skal dekke.

Avdeling for Samfunnsutvikling har deltatt frem til sommeren 2012. Etter dette har det ikke møtt noen fra avdelingen etter at tilknyttet person da sluttet ved Alta kommune. I en del sammenhenger har det vært et savn å ha noen oppdatert fra planavdelingen i kommunen – som også kunne bragt relevant informasjon tilbake til prosjektet.

Økonomi

	2011	2012	2013
Statens vegvesen	1 mill	2 mill	2 mill
Alta kommune	1 mill	2 mill	2 mill
Finnmark fylkeskommune	0	0	5 mill
Sykkelbyen Alta - brukte midler:	1,2 mill	2,3 mill	3,1 mill

Ubrukte midler ved utgangen av 2013: 8,4 mill kr.

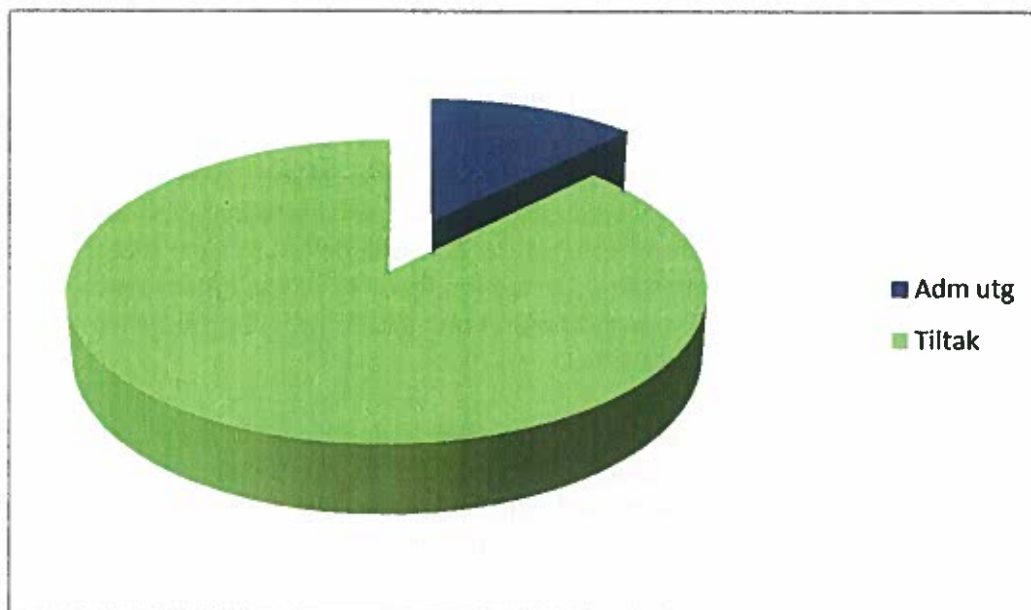
Det som ikke synes i dette tallet er det største tiltaket – gang/ sykkeltrasè fra Aronnes til sentrum – som først bygges i 2014. Her er det avsatt 4 mill kr. Dette gir fremdeles ca 4,4 mill kr til «overs». Endelig avklaring på kostnaden til gang/ sykkelvegen kom først i november 2013. Inntil da valgte man å bremse bruk av midler til endelig sum var avklart.

Samarbeidspartnerne betalte inn sin andel i prosjektet til tider som angitt over. Selv om prosjektet skulle rå over 15 mill totalt – var ikke dette et beløp som var overført på konto på dag en. Spørsmålet vi stiller oss er om dette fikk eller kunne fått en betydning for arbeidet som skulle gjøres.

Det har vært en prosess å komme frem til tiltakene – de stod ikke klare ved prosjektets start. Flere har også kommet inn underveis i perioden. Det var derfor ikke store kostnader den første tiden. Først halvveis i 2012 kom reguleringsarbeidet godt i gang med det mest kostnadsdrivende prosjektet – sykkelvegen fra Aronnes. Planene kunne i teorien vært klare til iverksetting på et mye tidligere tidspunkt. Dette ville medført at tiltaket måtte utsettes i påvente av overføring av ytterligere midler.

En annen utfordring har bestått i uvisshet ang kostnader på de enkelte tiltakene, da ingen hadde vært med på utførelse av tilsvarende tidligere. Budsjettene fremstod

derfor mer som kvalifisert gjetning. For eksempel er sykkelhengeren (C 4) en prototype som det ikke finnes tilsvarende til i Norge.



Over de 3 årene prosjektet har vært i drift har 88 % av midlene gått til tiltak jmf Tiltaksplanen for Sykkelbyen Alta. 12 % har gått til administrative utgifter, som utgjør lønn, kurs, møtevirksomhet, m.m.

3. STYRENDE DOKUMENTER

Før prosjektet sin start ble det vedtatt en samarbeidsavtale mellom de tre partene som formelt forplikter dem til å gjennomføre og bidra til prosjektet.

Prosjektbeskrivelsen har vært et grunnleggende dokument i arbeidet. Den har inneholdt målsetting, organisering og rammebetingelser. Dokumentet er utarbeidet av prosjektgruppa og godkjent av styringsgruppa.

I første halvdel av 2011 ble tiltaksplanen for Sykkelbyen Alta laget og godkjent. I stor grad beskriver den hva man konkret ønsker å gjennomføre i prosjektet – for å nå målsettingene.

Disse 3 dokumentene har vært rammen rundt det videre arbeidet. Som bakgrunn er det vist til dokumenter fra hver etat innen trafikkikkerhet og samferdsel. Mest benyttet i arbeidet er Statens vegvesen sine strategidokumenter «Nasjonal Transportplan 2010-2019» og «Nasjonal Sykkelstrategi 2010-2019). Disse var også med å konkretisere målsettingene for prosjektet.

4. MÅL

Målene i prosjektet ble definert til:

- Mål 1: «Doble andel sykkelreiser i Alta».
- Mål 2: « Andel barn og unge som sykler til skolen skal øke med 10 %.»
- Mål 3: « Innen 2013 utarbeides strategier for å nå målsettingene i NTP 2010-2019»

Har vi nådd målene?

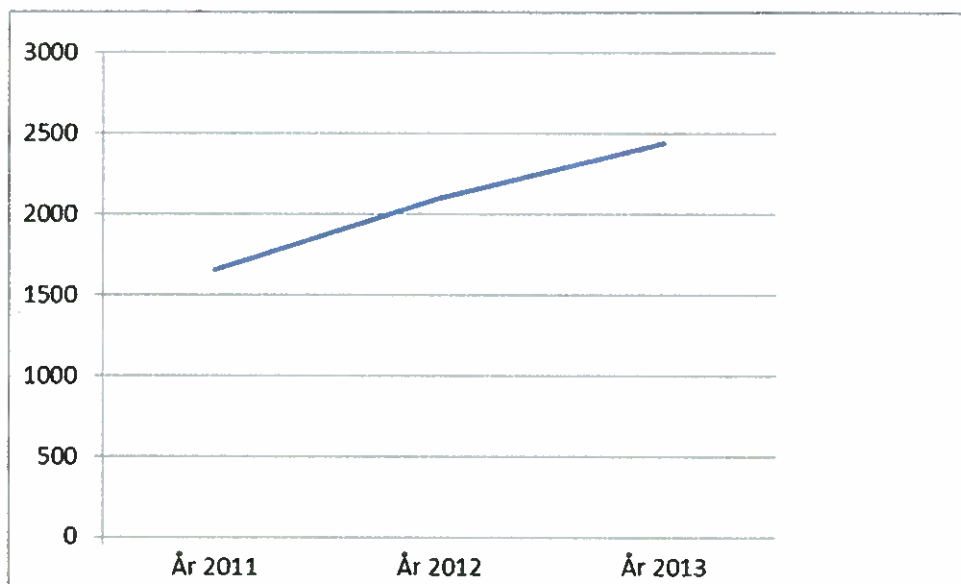
MÅL 1: En sykkelandel sier noe om hvor mange som f eks sykler sammenliknet med andre transportmidler. Sykkelbyen Alta har bestilt et tilleggsutvalg i den Nasjonale Reisevaneundersøkelsen som gjennomføres hvert 4 år. Resultatet vil foreligge 2015.

To ganger årlig gjennomfører prosjektet sykkeltellinger langs veiene i Alta. Statistikken herfra viser en økning fra år til år. Tellingene viser ikke andelen reisende totalt, da vi kun har telt syklistene. Tellingene er utført på 5 steder i Alta og gjøres i intervaller gjennom døgnet. Totalt telles det slik i 3 dager fordelt utover en fast uke, både om våren og om høsten. Dette har vært våre referansepunkt underveis.

For å kontrollere våre egne beregninger ble det hyret inn statistikker/ matematiker fra Universitetet i Tromsø - Nord Norges Arktiske Universitet, avdeling Alta. Konklusjonen var at tallene vi benytter mer sannsynlig underrapporterer enn overrapporterer antall sykkelreiser.

Tallene vi får kan ikke sies å være det samme som antall syklende i Alta. Syklistene er telt både på vei til og fra jobb, - tallene viser bevegelser i tellepunktene. Tallene er heller ikke representative for hele året – tellingene gjøres i høysesongen (vår og høst). Prosentvis vil man fra år til år kunne se hvor stor økning/ senkning en får – og dette er det vi er ute etter. Telleverk og barometere vil for fremtiden bistå med å kartlegge hva tallene er på årsbasis.

Tellingene begynte først høsten 2011. Derfor vet man ikke sikkert hva antall syklistene var ved prosjektstart – i 2010. Det ble anslått nasjonalt at sykkelandelen i 2010 lå på ca 4 %, som for Alta sin del tilsvarer ca 800 personer av 20 000 innbyggere.



Antallet er ikke doblet (100%) og mål 1 er ikke nådd. Målsettingen har vært for ambisiøs – endring av folks reisevaner tar lenger tid enn vi har sett for oss. Økningen er like fullt veldig god (over 30 % på høst og ca 25 % på vår)- noe som må sies å være på riktig vei.

MÅL 2: Andelen barn og unge er ikke kartlagt spesielt i tellingene. Dermed har vi ikke kunnet si med sikkerhet hvorvidt vi har hatt en eventuell økning her. Måltallet fra NTP inkluderer både syklende og gående – og våre tellinger har kun tatt for seg syklende.

Tilbakemeldinger fra skolene tyder på at andelen syklende har økt fra år til år. Det er foretatt registrering av personer som bruker hjelm, ifbm sykkelbyens tellinger. Disse er delt opp i alder, 0-12 år, 12-18 år og 18+.

Et relativt usikkert tall får vi hvis vi legger til grunn at alle elever på skolenes småtrinn og mellomtrinn er pålagt å bruke hjelm. De med hjelm er da = passerte barn på sykkel. Tallet er som nevnt med forbehold. Tallet kan ikke sies å være 100 % rett, men vil likevel kunne vise en tendens i Alta om antall barn på sykkel øker eller ikke.

Utfra tellepunktene er tall fra rundkjøringen Alta bru og Bossekop skole (gangfeltet) benyttet til å regne frem disse tallene:

Periode	Økning:
VÅR 2012-2013:	32 %
HØST 2011-2013:	14 %

Sammen med skolenes tilbakemeldinger tyder dette på at det har vært en økning av en viss størrelse i Alta når det gjelder barn og unge som går og sykler til skolen.

MÅL 3: Målet er ikke utført/ oppfylt. Dette da vi har bestemt oss for å først gjennomføre evalueringen av prosjektet – før vi legger strategien ferdig for de neste årene. Det tas høyde for å minimum nå mål i Nasjonal Transportplan 2014-2023:

- 1. 8 % av aller reiser i Norge skal være på sykkel
- 2. 80 % av barn og unge skal sykle/ gå til og fra skolen
- 3. I byer og tettsteder skal sykkeltrafikken dobles.

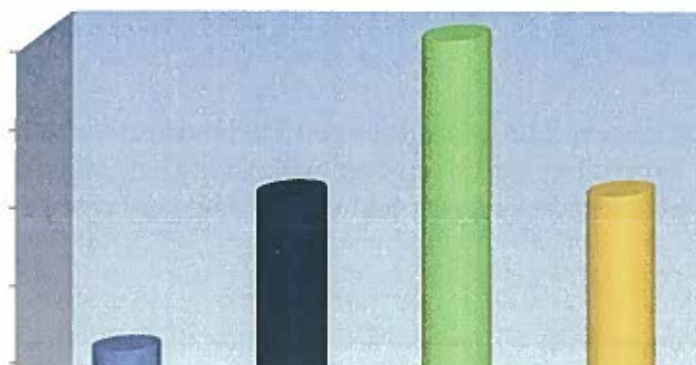
5. TILTAKSPLANEN

Før prosjektet startet var det allerede et godt utbygd gang/ sykkelvegnett i Alta. Hovednettet går langs E6, alternative ruter går langs fylkesvegene som Aronnesvegen, Bossekopvegen osv. Kommunale gang/ sykkelveger i boligfelt utgjør både den alternative Miljøruta og syr sammen hovednettet til alle bydelene. Der finnes noen «hull» i veisystemet det er ønskelig å tette, men i hovedsak er det allerede en bra tilrettelegging i byen og omegn.

Det dyreste tiltaket er å bygge nye anlegg, - f eks sykkelveg. Ser man på prisen på den ene sykkelvegen prosjektet investerer i (4 mill) så ville et par slike til gitt langt mindre midler til andre tiltak. Alta var slik sett heldig stilt – når prosjektet har hatt mulighet til å bruke midler på mange mindre tiltak, både innen infrastruktur og motivasjon.

I den videre presentasjonen av tiltakene har vi satt opp et forenklet diagram som synliggjør 4 faktorer: kostnad, timeverk, effekt og synlighet.

Stor



Medium

Liten

Alle er oppdelt for enkelthets skyld i 3 nivå: liten, medium og stor. For kostnader er skillelinjene trukket på liten: <100 000 kr, medium: 100 000 - 500 000 kr, stor: > 500 000 kr.

Timeverk er et estimat av egeninnsatsen og administrativ oppfølging på tiltakene. Skillelinjer er satt til 50 og 100 timer.

Effekt er definert som det økte antall syklistene man har oppnådd som følge av tiltaket. Skillelinjer er satt på 50 og 200 syklistene – og har blitt faglig vurdert skjønnsmessig.

Synlighet handler om å sette fokus på sykling, vise og påminne alle om at vi er en sykkelby. Det kan også sees på som markedsføring av Sykkelen Alta. Dette er også målt skjønnsmessig av prosjektgruppa.

Ved hvert tiltak settes en miniatyrrutgave av diagrammet inn for å vise hvordan vi har evaluert tiltaket.

Innsatsområde

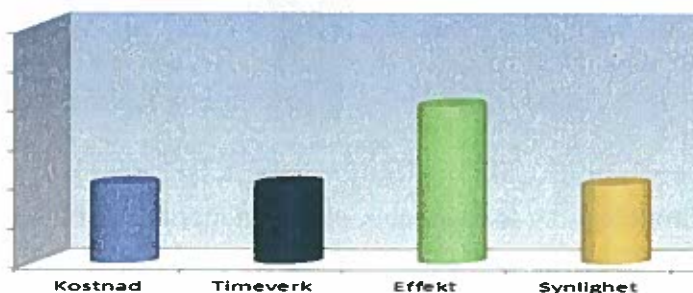
A) SKOLE:

Målgruppen er barn og unge. Det er en viktig arena – mtp at gode rutiner og transportvaner legges tidlig i livet. Alle grunnskoler, ungdomsskoler og videregående skole har fått gi direkte tilbakemeldinger på hvert tiltak – totalt 13 skoler.

Fysiske tiltak

A 1)

- Tiltak: Sykkelenprøven + materiell



Formål:

- Bevisstgjøring på tekniske krav til sykkelen

- Øve inn tekniske ferdigheter og noe trafikkregler.

Kostnad: 43 000,- kr

Utførelse:

- Bestilt to sett som skolene kan benytte, et ved Bossekop og et ved Elvebakken skole
- Bygget opp med 15 poster, pakket i flyttbare kasser, malt i gult/ sort. Festesand på glatte flater.
- Tilhørende perm som inneholder veiledning og skilt til løypa.
- Løypesettene inngår også i NAF konkurransen for klassetrinnene 5-7.

Suksesskriterie:

- Skolene må ha nytte av og gjøre bruk av tiltaket
- Øvelsene må gi en bedret ferdighet på sykkel – og skal oppfattes som motiverende.

Tilbakemelding skoler:

- De fleste skolene benytter seg av dette «verktøyet», både elever og lærere synes innholdet er godt.

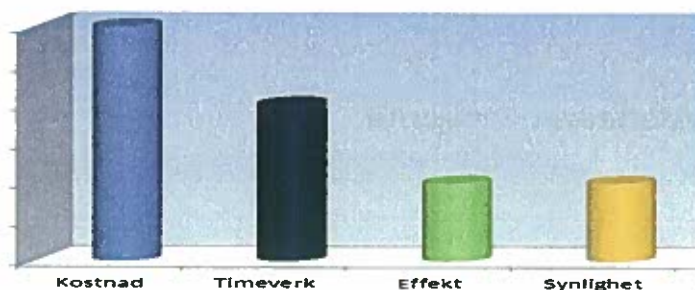
Forbedring:

- Det synes som at ikke alle skolene har fått tilstrekkelig informasjon om tiltaket, dvs muligheten til å benytte seg av utstyret. Utbytting av personell ved skolene medfører også at kjennskap til utstyret går tapt. For å unngå dette bør sykkelbyen bestrebe seg på god kontakt med hver skole i Alta.
- En del skoler har utfordringer med transport av utstyret til og fra sin skole, da dette er to store tunge kasser som krever tilhenger/ varebil. Det bør på en måte tilrettelegges ytterligere for lettere overlevering av utstyr, muligens gjennom sykkelbyen.

Oppsummering: Et bra hjelpemiddel for skoler som tar ansvaret for å lære opp barn til å beherske sykkel. Løypene lånes også ut til andre lag og foreninger. For å delta i undervisningen – sykler elevene også til og fra skolen.

A 2)

- **Tiltak:** Sykkelparkering



Formål: Tilrettelegging for syklist, gjøre det mer attraktivt å sykle. Sykkelbyen Alta tilbyr sykkelstativer der det er behov.

Kostnad: 585 000 ,- kr fordelt over 3 år.

Utførelse:

- Alle skoler i Alta fikk tilbud om stativer de første to årene.
- Siste året ble det åpnet for også barnehager og idretts/ fritidsområder.
- Annonsert i media og mail til skoler.
- Mobile stativer som kan flyttes ved behov, evt vinterlagres.

Suksesskriterie:

- Må være en opplevd bedre orden ved skolene.
- Brukere opplever at syklene står tryggere og fått mer tilrettelegging.
- Flere syklende

Tilbakemelding skoler:

- Det oppleves bedre orden og estetisk forbedring av stativene. Stativene brukes flittig.

Forbedring:

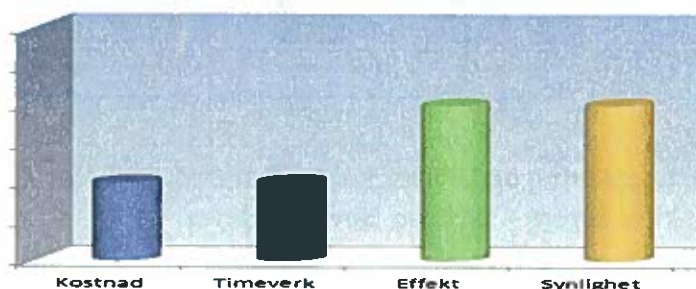
- Plasseringen er et viktig element med stativer. Maks avstand til aktuell dør bør ikke overstige 25 meter, da blir sykkelen oftere satt utenom stativer.
- En del skoler trenger enda flere stativer (Elvebakken, Komsa), noen ønsker også parkering for sparkesykler (Kaiskuru - under 4 klasse). Alta videregående og Sandfallet ungdomsskole ønsker takstativer.
- Viktig at bakken under tilrettelegges.
- Sykkelbyen bør være aktiv i planprosesser i kommunen for at nye bygg og anlegg i Alta har gode løsninger integrert.

Oppsummering:

Den største utgiftsposten innen skole. Det betviles at vi har fått mange flere syklende – men det har hjulpet godt for skolene å få orden i parkerte sykler på sine områder.

A 3)

- **Tiltak: Aktivitetsløype ved skolene**



Formål:

- Barn skal kunne aktivisere seg i friminuttene ved sykling.
- Skolen kan benytte sykling i organiserte former i nærheten.
- Anleggene er åpne for allmenn ferdsel utenom skoletid, - nærmiljøanlegg.
- 5 skoler plukket ut, Gakori, Bossekop, Saga, Elvebakken og Øvre Alta.

Kostnad: 65 000 kr, for 3 anlegg.

Utførelse:

- Skolene involveres i utformingen, sammen med Park og Idrettsavd.
- Det søkes om nærmiljømidler, Sykkelbyen stiller 20 000 pr anlegg, resten går på timeverk/dugnad. Maks kostnad 80 000,- pr anlegg.
- Løypene lages med flere alternative ruter, sett ut fra ferdigheter og prestasjonsnivå.

Suksesskriterie:

- Anleggene må bli realisert – og benyttet av målgruppene.

Tilbakemelding skoler:

- Skoler som har løype forteller om god bruk.. De som ikke har - ønsker nytt anlegg og har ofte ideer om plassering. Skolene må selv bli flinkere til å planlegge bruk av løypene.

Forbedring:

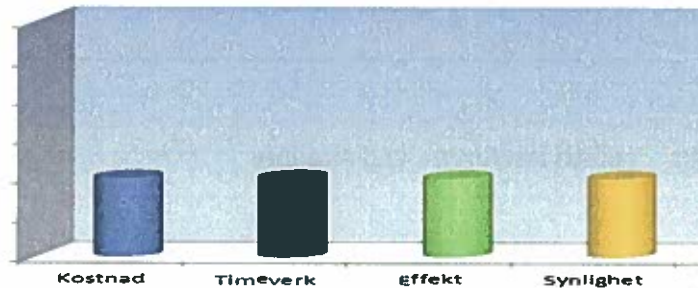
- Oppfølging av skolene jmf søknader – for raskere gjennomføring
- Involvert Planavdeling tidligere – for å få avklart reguleringsforhold (Øvre Alta)
- Det er ønskelig med oppgradering (Bossekop, Kaskuru)

Oppsummering: Timeverk er reellt sett høyere, da Park og Idrett ved Alta kommune har utført administrering og bygging av løypene. Nytteverdien av tiltaket anses som god.

Motivasjon

A 4)

Tiltak: Kurs for lærerne (trafikkregler, sykkelferdigheter o.a.)



Formål:

- Korrekt opplæring og bevisstgjøring av trafikkregler for syklende
- Idebank for lærere – hvordan lære opp elever

Kostnad: 24 000,- kr

Utførelse:

- Innleid instruktør fra Trygg Trafikk.
- Annonsert via mail til skolene for påmelding.
- 1 kursdag med teori og praktiske øvelser
- 17 lærere totalt er kurset over to omganger, vektet med minst en fra hver skole.

Suksesskriterie:

- Lærerne får økt kunnskap og flere metoder om tilrettelegging for opplæring av elever.
- At opplærte lærere får videreformidlet kunnskapen til øvrige lærere ved hver skole.

Tilbakemelding skoler:

- Positive til kurs, men tilført kompetanse er lite synlig. Har blitt brukt i de aktuelle læreres klasser og på foreldremøter. Ikke alle har deltatt pga kapasitet.

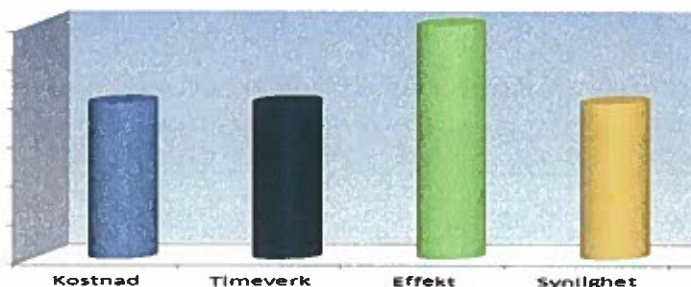
Forbedring:

- Det har vært en utfordring å få fylt kurset opp mot 12 deltakere som var maks antall. Kurset kan fremover inngå som en del av Alta kommunes trafiksikkerhets(TS-)plan, med muligheter til å søke TS-midler fra fylkeskommunen.
- Skolene i Alta bør opprette en egen sykkel/ ts kontakt som videreformidler informasjon om temaene. Det er positivt at man slik kan heve kunnskapen hos lærerne, og internt bør tiltaket inngå i skolenes HMS/ Internkontroll.

Oppsummering: Vi oppnådde ikke så mange deltakere som ønsket på kurs. Synlighet oppnås kun overfor de elever som undervises av de utvalgte lærerne.

A 5)

- **Tiltak: Sykle til skolen kampanje**



Formål: Øke andelen syklende

Kostnad:

År	Kostnader
2011	83 000
2012	100 000
2013	57 000
SUM	240 000

Gavekortene har blitt redusert fra kr 5 000 til 2500 fra 2013.

Utførelse:

- 2 omganger pr år (våren og høsten), 6 uker varighet
- Maile alle skolene om oppstart kampanje – utsending av registreringsskjema
- Hver skole trekker internt vinner av gavekort – utgift dekkes Sykkkelbyen.
- Skolene melder om veldig god deltakelse i kampanjene, det er svært få som ikke deltar. Barn som reiser med buss får alternativer for å få godkjent deltakelse.

Suksesskriterie:

- Antall syklistar skal øke minimum i perioden, helst utenom også.
- Alle skolene deltar – og gir «bussunger» muligheten til deltakelse

Tilbakemelding skoler:

- Engasjerende sak, aller mest for små- og mellomtrinnet. Skolene ønsker tidlig informasjon slik at informasjonen når ut til alle. De fleste har deltatt hver eneste gang. Skolene godtar egne opplegg for buss- og bil-unger. Det spores som regel større aktivitet under kampanjene. Dagens premiesum synes god nok.

Forbedring:

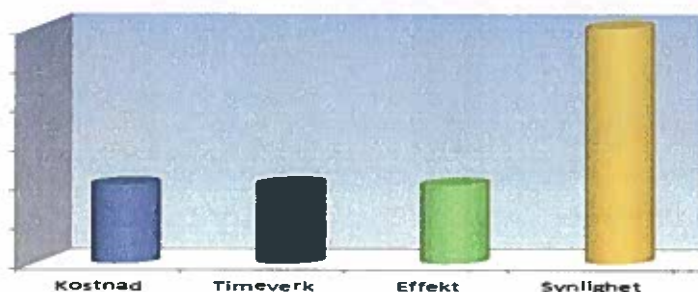
- Det er god oppslutning på tiltaket til tross for at gavekortverdien har gått ned fra 5000 til 2500. Beløpet foreslås videreført, da det vil være et godt bidrag til et evt sykkelkjøp.
- Bør vurderes om man kan gjøre ekstra stas på den beste klassen på hver skole, via f eks en diplom/ utmerkelse/ omtale i media.
- Vurder om man skal over til Visa gavekort el tilsvarende. Hittil delt ut «diplom» som kan løses inn på f eks sportsbutikkene. Årsak var at en ønsket å styre hvor pengene skulle tas ut – det kan man ikke med VISA gavekort. Visa er enklere å administrere.

Oppsummering:

Et tiltak som engasjerer og får mange aktivisert – og peker seg ut som det tiltaket som gir størst økning av antall syklende.

A 6)

Tiltak: Frokost/ effekter (Både skole og arbeidsreiser)



- Gi noe godt å spise/ drikke evt også gi-bort-effekt langs vegen.

Formål: Sette fokus på og belønne de som går eller sykler på sine reiser

Kostnad: 30 000,- kr.

Utførelse:

- Gjøres samtidig som B 6: «sykkelservice»
- Utdeling av sykkelby effekter samtidig
- Varierer etter årstid, smoothie, kakao, YT etc.
- Også noen ad-hoc aksjoner, med varm kakao, julegløgg osv.
- Dette er et rimelig tiltak som oppleves positivt at de syklende og gående.
- Viktig å få laget artikler om dette til hjemmeside/ media hver gang for synliggjøring.
- Det er et poeng å stå plassert slik at flest mulig motoriserte observerer kampanjen.

- Slike «happenings» er også små pulser i dagliglivet som gjør at sykling stadig blir påminnet som et godt reisealternativ. Fungerer så lenge prosjektleder har kapasitet til å følge dette opp.
- Antall: Det bestilles inn ca 200 porsjoner (kakao, smoothie, etc) hver dag. Passerte varierer mellom 100 – 250 hver gang det er service/ stand to ganger pr år. Ad-hoc kampanjer (gløgg, kakao, etc) rommer ca 50 pr gang, maks 3-4 ganger pr år.

Suksesskriterie:

- Opplevs som en belønning fordi man sykler/ går
- Økt fokus på sykkel.

Tilbakemelding skoler:

- 6 av 13 skoler er utenfor nedslagsfeltet – og kan vanskelig uttale seg. Skolene mottar lite tilbakemeldinger på dette – men det antas at: - en sykkel som plutselig er «i orden» hele sommeren benyttes mer enn en som er «kranglete». – og at det oppleves positivt at man får en slik påskjønnelse.

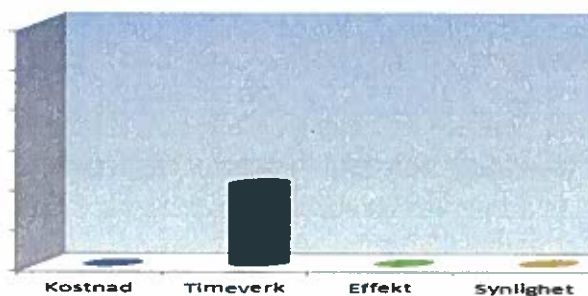
Forbedring:

- Variere ytterligere det som deles ut – varm mat? Fersk og sunn hvetebolle etc?
- Markedsføre tiltakene godt på forhånd.
- Opereres mest i de urbane strøk – utkantskolene mottar derfor ikke. Kan følges opp med egne runder innimellom.

Oppsummering: Det er neppe noen som setter seg utelukkende på sykkelsetet for å motta en «smoothie». De oppdukkende kampanjene er derimot viktige innslag i bybildet og på trafikkerte punkt – som påminnelse om at vi er en sykkelby. Det fungerer også godt fordi man kombinerer service og det å gi noe i belønning.

A 7)

- **Tiltak: Sykkel inn i årsplanen**



Formål: Skolene får fokus på sykkelaktivitet og sykkelturner, organisatorisk tiltak.

Kostnad: Ingen.

Utførelse:

- Kontakte Barn og Unge administrasjonen for inkludering av sykkel i aktuelle planverk.
- La elevene analysere sin egen skoleveg – økt trafikkforståelse.
- Kan få påpekt risikoområder/ utrygge punkt på skoleveien.
- Skolene har en trafiksikkerhetsplan som alle skal følge. Denne er på vei til rullering, sykkelbyen må bidra til at sykling innarbeides i planverket her.

Suksesskriterie:

- Få satt sykkel inn i planverket.
- Skolene faktisk følger opp punktet mot sine elever.

Tilbakemelding skoler:

- Alle små- og mellomtrinn skoler har trafikk i 4 trinn. Som oftest med sykkelprøve i kroppøvingstimene (3-4 klasse) og teori inne. Ungdomstrinnene får nå Trafikk som valgfag – muligens alle årene. Dvs Trafikalt Grunnkurs.

Forbedring:

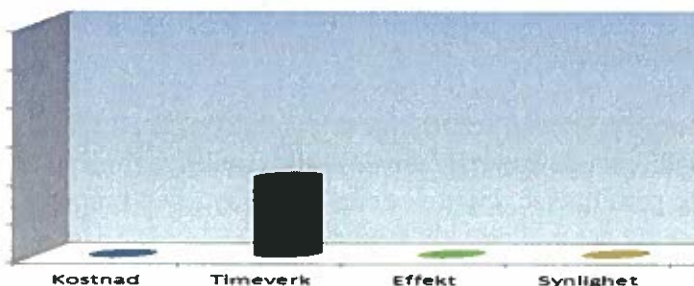
- Ingen merknader.

Oppsummering:

Tiltaket har ikke vært prioritert ettersom alle skolene allerede har dette i sin årsplan.

A 8)

- **Tiltak: Gåbuss/ sykkelbuss**



Formål: Inspirere foreldre til å la barna gå eller sykle til og fra skolen, for økt aktivitet.

Kostnad: Ingen foreløpig.

Utførelse:

- Foreldre bytter på å følge sine barn til skolen, enten til fots eller på sykkel.
- Kan samordnes mot Foreldreutvalget ved hver skole – skolen ikke ansvarlig.
- Oppfordre skoler til deltakelse
- Gode vaner bør etableres tidlig som aktiv transport. Mengden biltrafikk vil også synke hvis flere deltar = økt trafikksikkerhet.

Suksesskriterie:

- Etablert ordning ved skoler i Alta
- Ordningen må praktiseres minimum 2 ganger pr uke

Tilbakemelding skoler:

- Kun to skoler som har hatt en viss erfaring, Gakori og Saga. Foreldre har noen steder ønsket at skolen skal følge dette opp – som er uaktuelt. I Saga følger store barn små barn – god løsning. Gakori hadde ordningen for en del år tilbake – og når foreldre uteblir ramler systemet sammen. Hvis engasjerte foreldre – kan ordningen fungere veldig godt.

Forbedring:

- Er ikke gjennomført, da interessen har vært låber.
- Krever en del mobilisering og ressurser, samt motivasjon hos foreldre som skal drive dette.
- Kan undersøke om andre grupper kan inngå som «oppassere», f.eks pensjonister i Alta? Kan man dele ut refleks eller lignende til de som deltar første gang – for nettopp å få enda flere til å delta?

Oppsummering:

Dette har man ikke lyktes med, da det krever at voksne må engasjere seg og stille opp for å følge elevene. Det har vært for ressurskrevende å kontakte Foreldreutvalg og forsøke å overtale disse til å delta i ordningen.

Innsatsområde

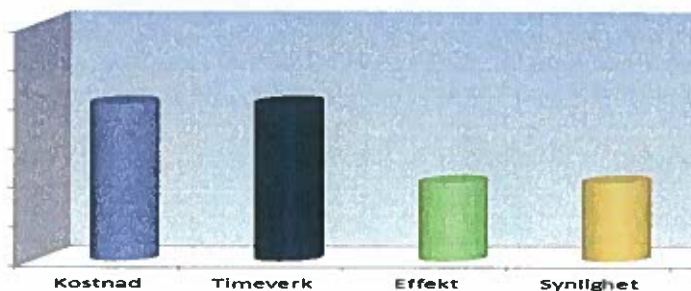
ARBEIDSREISER:

Arbeidsreiser er rettet mot de voksne – herunder bedrifter. Det er innhentet tilbakemeldinger fra ca 20 av de største bedriftene i Alta (målt i antall ansatte). Dette var Alta kommune, Coop Finnmark, Opptreningscenteret i Finnmark, Nord Norges Arktiske universitet, Bufetat region nord, Nav Alta, Ishavskraft, Thon Alta, Alta kraftlag, Statped, North Energy, Rica hotell Alta, Aksis, Betania, Mediehuset Altaposten, Jaro og Reindriftsforvaltningen.

Fysiske tiltak

B 1)

- **Tiltak: Sykkelparkering**



Formål: Tilrettelegging for syklister, delfinansiering av stativer.

Kostnad: 360 000,- kr fordelt over 3 år.

Utførelse:

- Annonsering/ utlysning av tilgjengelige midler i media
- Tildeling etter vurdering
- Sykkelbyen belastes halve kostnaden

År	Antall bedr:
2011	4
2012	10
2013	2

Suksesskriterie:

- Opplevd tilrettelegging på arbeidsplassen

- Flere syklende til jobb

Tilbakemelding bedrifter:

Ubetinget positive tilbakemeldinger til tiltaket – men ca halvparten var ikke klar over at tiltaket eksisterte. Av de som har mottatt stativer/ har egne stativer kan de fleste melde om økt sykkelaktivitet og tilfredshet hos både ansatte (tilrettelegging) og ledelse (orden og system). Noen har også investert i egne sykler som besøkende kan låne.

Forbedring:

- Det ble godt informert om tiltaket i 2012. 2013 kom litt sent i gang. Det oppleves som et større u-utløst potensial hos flere bedrifter på sentrum/ bydelssentrene. Det anses som viktigere å ha et visst rom for tilskudd til bedrifter enn skoler, fremover.
- Alternativt kan man også redusere støtten fra 50 % til en lavere prosentsats.
- Sykkelbykoordinator bør ta direkte kontakt med de 40 største bedriftene i Alta direkte i stedet for å annonsere.

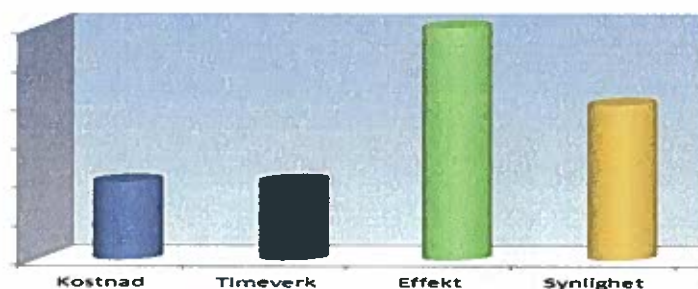
Oppsummering:

Tiltaket har en del kostnader og egeninnsats, mens effekt og synlighet er lav. Det er likefullt oppnådd en bedre tilrettelegging både for ansatte og til dels kunder til de aktuelle bedrifter (16 stk). Tiltaket har vært bra for de som har blitt berørt – men neppe i særlig grad utover det.

Motivasjon

B 2)

- Tiltak: "Sykle til jobben"- kampanje.



Formål: Få flere til å velge sykkel som transportmiddel på vei til og fra jobb.

Kostnad: 90 000,- kr fordelt over to år.

Utførelse:

- Annonsering til «gamle kunder» og media om kampanjene
- 6 uker på vår, 6 uker på høst.
- 12 kryss på lista (antall ganger) gir lodd til trekningen
- Innlevering av lister etter endt kampanje
- Trekning ved Alta lensmannskontor
- 5 gavekort på kr 2 500/ 4 000 hver gang.
- Resultater:

	2012- vår	2012- høst	2013- vår	2013 - høst
Bedrifter (ant)	92	59	65	39
Ansatte (ant)	1570	993	1774	764
Deltakere(ant)	565	320	440	258
Oppslutning (%)	36	31	25	34

Suksesskriterie:

- Økt andel syklende til og fra arbeidsplassene

Tilbakemelding bedrifter:

Litt under halvparten kjente ikke til tiltaket – og noen forvekslet kampanjen med tilsvarende på nett i regi av Bedriftsidretten. Denne koster penger å delta i – noe som feilaktig har gitt antakelser om at vårt tiltak koster penger. Ubetinget positivt at dette arrangeres – og gjentakende stor tro fra alle på at dette bør ha god virkning. Dette motiverer og utfordrer hverandre internt i å få kryss på listene. Flere av bedriftene har også sine egne kampanjer i tillegg. Svært mange har innsikt i at stillesittende arbeid over lengre tid er uheldig – og at dette kan gi pluss både hos den enkelte og hos bedriften.

Forbedring:

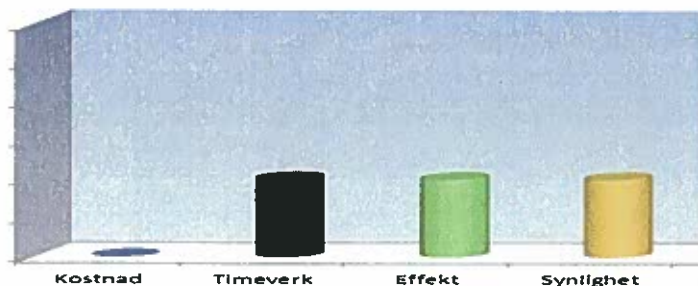
- 1 lodd ved 12 kryss (snitt 2 ganger pr uke), 2 lodd ved passerte 24 kryss.
- Premiere litt ekstra beste bedrift (prosentvis deltakelse – minst 5 ansatte), diplom og hederlig omtale.
- Alternativt bør være mulig å «tilbakebetale» avkryssninger, men ikke forskuttere 2 ganger pr uke. Dvs ikke sykle de første 12 dagene – og så avslutte. Må ha to kryss hver uke, men kan «ta inn igjen» kryss i etterkant, f eks ved bortreist/ ferie etc.
- Alternativt premiere de som klarer å verve 2-3 nye syklister på jobben sin i kampanjeperioden.
- Kan forhøre seg med kommunens Folkehelsegruppe om innspill.

Oppsummering:

Tiltaket gir god uttelling både på synlighet (deltakende bedrifter) og på økning av antall gående og syklende. Med lave kostnader og egeninnsats gjør tiltaket til et av de beste innenfor sitt område. Erfaringer tilsier at potensialet kan være større – siden mange slutter å være aktive når kampanjene er over.

B 3)

- **Tiltak: Sykkelavtalen**



Formål: Gunstig avtale om avbetaling av sykkel hos sportsbutikker, dekkes av arbeidsgiver.

Kostnad: Ingen utgifter for prosjektet. Arbeidsgiver må forskuttere lønn (summen til en sykkel) til mottagere i et år.

Utførelse:

- Annonsering av tiltaket – media og hjemmeside
- Sende ut/ legge ut avtaledokumenter for nedlasting.

Suksesskriterie:

- Flere bedrifter må ha benyttet avtalen (minst 10)
- Alta kommune bør gå foran som godt eksempel

Tilbakemelding bedrifter:

Ca 25 % kjente til avtalen. 3 bedrifter har en tilsvarende egen avtale med ansatte. 2 bedrifter har benyttet den og avtalen har fungert. En av dem syntes ikke tilbudet fra sportsbutikkene var noe bedre enn det man oppnår privat. Nesten samtlige syntes avtalen hørt bra ut – og vil vurdere den om de får mer konkret informasjon om den.

For en del passet den ikke inn. Store bedrifter kan få likviditetsutfordringer dersom svært mange krever slik «forskudd på lønn». For mindre og mellomstore bedrifter med oversiktlige forhold kan den være mer passende.

Forbedring:

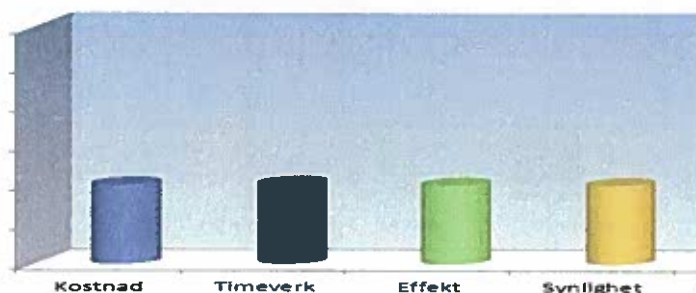
- Ikke mye brukt i Alta.
- Bør markedsføres ytterligere
- Mosjøen sykkelby har hatt stor suksess med tiltaket for sine komunal ansatte.
- Det undersøkes om det finnes andre incentive momenter ved tiltaket, som skattefradrag av beløpet.
- Evt neste gang bør det gjøres bedre kjent – presenter en «vellykket historie».
- Tiltaket ser også ut til å passe best for mellomstore bedrifter (med 2-100 ansatte). De som har flere ansatt enn dette kan oppleve likviditetsproblemer hvis de skal forskuttere mange sykler.

Oppsummering:

Dette har ikke fungert etter intensjonen til tross for ingen kostnader. Lav score gjør at tiltaket minimum må forbedres og gjøres mye bedre kjent dersom det velges gjennomført.

B 4)

- **Tiltak: Europeisk mobilitetsuke**



Formål: Sette fokus på og belønne de som går, sykler eller kollektivt på sine reiser, velger miljøfremmende reisemåter. Er en kampanje som strekker over 18 byer i Norge, i Europa: 47 land og 1930 byer. Årlig fra 16-22 september.

Kostnad: Ca 30 000 over 3 år.

Utførelse:

- Égen gruppe nedsettes årlig ved Alta kommune
- Planlegger årets tiltak. I 2013 ble flere avdelinger involvert.
- Utdelt YT, setetrekk, ballonger, info. Gratis kinobillett til gående/ bussende.

Suksesskriterie:

- Oppnå flere som tar buss, går og sykler i kampanjeperioden.
- Fokus på miljøvennlige transportmetoder

Tilbakemelding fra bedrifter:

60 % kjente ikke til tiltaket. De aller fleste syntes alle synlighetskampanjer er bra – det setter fokus på sykling, gir synlighet og god markedsføring. Noen har også benyttet gratis buss de gangene dette inngikk. Det ble kommentert at tiltaket bør markedsføres bedre.

Forbedring:

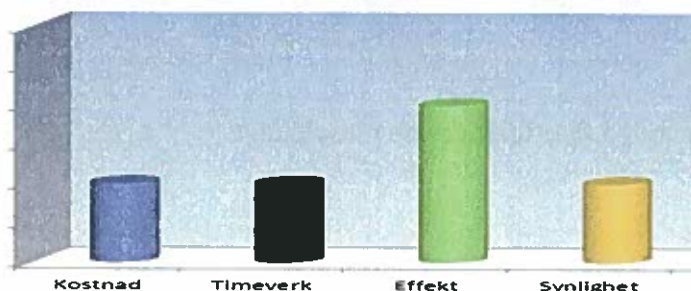
- Finne ut hva Alta vil med EMU, - hvor ønsker vi å havne?
- Markedsføring
- Er en tid på året hvor været kan avgjøre om oppslutningen blir god.
- Inkludere andre, både eksternt og internt.
- Se til andre lands chartere for nye innspill og ideer.
- Statens vegvesen bør involveres i arbeidet.
- Spørsmålet kan stilles om ansvaret er rett plassert: bør det være Sykkelbyen Alta som driver dette lokalt?

Oppsummering:

Folk later til å ikke klare å skille dette fra andre sykkelbyaktiviteter. Budskapet om renere luft og miljø har ikke kommet tydelig nok frem. Tiltaket burde enten vært gjennomført mye tyngre med flere arrangement og synliggjøring, eller ikke i det hele tatt.

B 5)

- **Tiltak: Månedens syklist**



Formål: Fokus på en tilfeldig syklist pr måned, artikkel til hjemmesiden.

Kostnad: 50 400,- kr i sykkeljakker, 50 stk, fordelt over 3 år.

Utførelse:

- Kjøpt inn 50 stk attraktive sykkeljakker, limegrønn og med logo til Sykkelbyen.
- Trekkes en tilfeldig månedlig, på forskjellige steder i Alta.
- Annonseres av og til sted og tid.
- Lage kort reportasje om vedkommende til hjemmesiden vår, link til media.

Suksesskriterie:

- Flere til å sykle – ønsker seg jakke.
- Økt fokus på sykling

Tilbakemelding bedrifter:

Omtrent halvparten kjente til tiltaket – men få har observert noe om dette, hverken i medier el ute på vegen. Igjen gjentas at alle ting som gir synlighet og påminnelse om sykling er positivt – så det anbefales at tiltaket bør fortsette.

Forbedring:

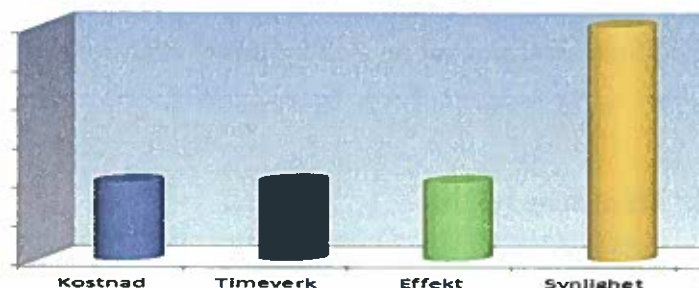
- Siste jakkene blir delt ut i 2013, nye effekter bør handles inn.
- Vurder involvering av lokalt media, lag forskjellig tema ved hver utdeling (sykkelvogn, el-sykkel, osv)

Oppsummering:

Prosjektet har ikke nådd dit vi ønsket ed tiltaket. En viss effekt kan antas siden det har vært en del etterspørsel etter denne jakka. Det er først og fremst innen synlighet man kan spore høyere tall i dette tiltaket. Det antas at folk ikke velger å sykle kun fordi de kan bli plukket ut som mottager av en sykkeljakke. Derimot får vi til en positiv historie og igjen økt fokus ved å gjennomføre tiltaket. Tiltaket krever personell som har kapasitet til å gjennomføre utdeling og lage artikler.

B 6)

- **Tiltak: Sjekk av sykler/ reparasjon/ servicepatrolje**



Formål: Enkelt for folk å få utført service på sykkelen.

Kostnad: 0,- kr.

Utførelse:

- Annonser i reportasje, medier og hjemmeside/ fb.
- Siste helgen før 17 mai, og første helgen etter skolestart august.
- Avtale med sportsbutikkene i Alta tors- lør om tiltaket.

- Gjøres samtidig som utdeling av belønninger/ effekter.
- Tall: som med frokost/ effekter, mellom 150 – 250 passerende hver gang. (Dvs flere enn 600 pers vår og 600 pers høst, hvert år)

Suksesskriterie:

- Opplevd oppmuntring til vegfarende, samt rettet opp småfeil på sykler = bedre sykkelhverdag.
- Stå godt synlig og gi positiv opplevelse.

Tilbakemelding fra bedrifter:

Dette kjente så å si alle til. Noen har selv blitt stoppet – andre har kollegaer på jobb som har merket seg dette. Svært positivt tiltak – som igjen gir synlighet. Det er også et pluss at mange voksne og barn får justert litt på syklene.- ting som gjør at syklene varer mye lenger. Tiltaket beskrives med «morsomt, trivelig, veldig flott, bra gimmick som understøtter det gode budskapet, osv.

Forbedring:

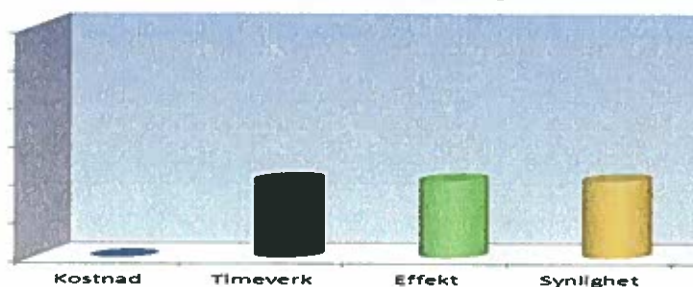
- Større markedsføring
- Alternativ belønning, varmt bakverk? Varm suppe i kopp med lokk?
- Utføres kun i sentrale deler av Alta – en del bydeler ramler utenom. Vurder om en noen ganger også skal besøke disse (Saga, Tverrelvdalen, Øvre Alta, etc)

Oppsummering:

Ingen stor økning av antall nye syklistere av dette. Med riktig plassering og profilering i medier gjør at tiltaket kommer høyt på synlighet. Tiltaket kan bidra til å få folk i gang med syklingen spesielt om våren.

B 7)

- **Tiltak: Frokostmøte med næringsforeningen**



Formål: Informere om fordeler ved bruk av sykkel, økt fokus. Oppfordrer lederne til å være gode eksempler.

Kostnad: Ingen utgifter

Utførelse:

- Gjennomført en gang – avtalt tid hos Næringsforeningsleder.

Suksesskriterie:

- Få informert næringslivsledere om tiltakene og ordningen som Sykkelbyen har iverksatt.
- Oppnå flere bedrifter som melder seg på kampanjer og legger til rette for sine ansatte ang sykling.

Forbedring:

- Evt nyhetsbrev kan sendes til Næringsforeningen for videre distribusjon.
- Næringsforeningen har meldt seg ut av referansegruppa. Det kan være man når minst like mange ved å invitere seg til de ca 30 største bedriftene i Alta – og får et møte med ledelsen. Alle bedrifter i Alta er ikke medlem i foreningen.
- Næringsforeningen bør forespørres som videreformidler av relevant informasjon til bedrifter fra Sykkelbyen, bl a info om tiltak og kommende kampanjer.

Oppsummering:

Samarbeid med Næringsforeningen synes som et godt forslag – noe som bør videreutvikles. ANF kan videresende info til alle sine medlemmer, noe som er en god markedsføringskanal.

Innsatsområde

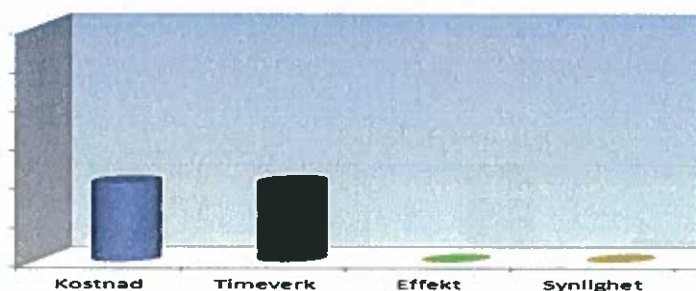
FRITID:

Innsatsområde innebærer involvering av frivillige lag og foreninger. Det kan være krevende å benytte slike til samarbeid – siden arbeidet må gjøres utenom ordinær arbeidstid. Dette merkes spesielt ved tiltak som krever mye tid og ressurser.

Fysiske tiltak

C 1)

- **Tiltak: Sykling i terreng – merking av løyper**



Formål: Synliggjøre trasevalg og turveger i terrenget med sykkel – og dermed mer attraktivt å sykle på fritiden.

Kostnad: 5 000,- kr

Utførelse:

- 2 arbeidsgrupper involvert, turløypegruppa Alta kommune, og kartgruppa til Sykkelbyen Alta.
- Henger sammen med turklient på nett – skal merkes i tråd med disse 11 rutene.

- Terrensykkelmiljøet lager budsjett på kostnad for merking og «klopping» langs traséene, gjennomføres til våren 2014.
- Fremover vil flere ruter merkes både på nett og i terreng.
- Samkoordinering med toppsturgruppa ang merking.

Suksesskriterie:

- Tilrettelagte sykkeløyper i Altas nærområde
- Må inneholde lavterskel løyper

Forbedring:

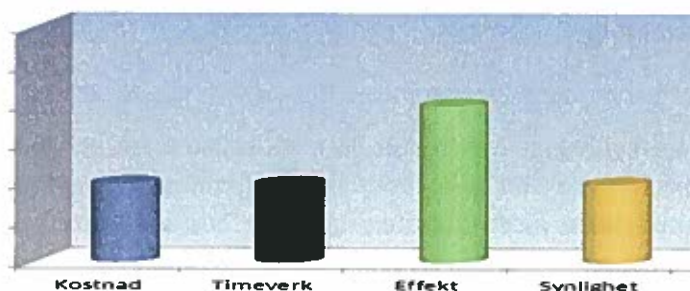
- «Sårbart» tiltak da man er avhengig av andre frivilliges innsats.
- Bedre oppfølging mot samarbeidspartnere – for raskere og sikrere gjennomføring.

Oppsummering:

Tiltaket er ikke ferdigstilt innenfor prosjektperioden. Utfordringen er at man blir avhengig av andre frivillige som skal utføre det konkrete med tiltakene. Tiltaket har et mye større uutløst potensiale enn det vi har oppnådd.

C 2)

- **Tiltak: Sykkeltur i nærmiljøet/ i det offentlige regi**



Formål: Øke sykkelaktiviteten i befolkningen og gi gode naturopplevelser

Kostnad: 20 000,- kr.

Utførelse:

- Midlene har vært benyttet til både pins til premier (Tour Bæskades) og til innkjøp av utstyr til nye postkasser – turbøker
- Arrangementet er i regi av Nordlysbyen sykkelgruppe
- Fra en en-dags arrangement til et periodearrangement med flere løyper og postkasser med registreringsmuligheter med trekning av premier.
- Krever mindre personell og logistikk – og er ikke så væravhengig.
- 2011: Ca 60 deltakere, 2012: ca 55. Både voksne og barn. 2013 var første gang med bok i kasse, 127 registrerte deltakere.

Suksesskriterie:

- Gjøre tiltaket kjent.

Forbedring:

- Tiltaket er allerede gått over i en ny form.
- Registreringer vil kunne foretas fra slutten av juni til 15 september.

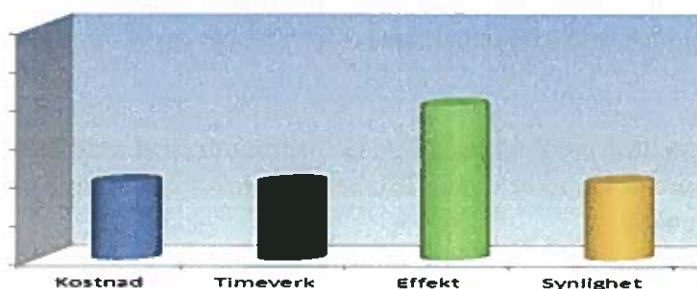
Oppsummering:

Lave kostnader, men gir en viss aktivitet når tiltaket er operativt. Den siste versjonen synes som best løsning.

Motivasjon

C 3)

- **Tiltak: Sykkelkarusell**



Formål: Et fritidstilbud som kan øke andel syklende.

Kostnader: 30 000 over 3 år.

Utførelse:

- Nordlysbyen sykkelgruppe arrangerer karusell minst 6 ganger pr sommersesong.
- Innebærer oppmøte ved Sandfallet for sykling gjennom en merket løype.
- Valgfritt om man deltar med eller uten tidtaking, tur/ konkurranse.
- Målgruppe er barn og familier
- Tilskuddet benyttes til premier og litt mat/ drikke til deltakere.
- I 2011 deltok ca 50 unger pr gang, og 100 unger under sykkelens dag.
- I 2012 deltok 142 forskjellige barn totalt.
- 2013 hadde 123 registrerte totalt (3-12 år).

Suksesskriterie:

- God oppslutning på arrangementene.
- Økt andel syklende.

Forbedring:

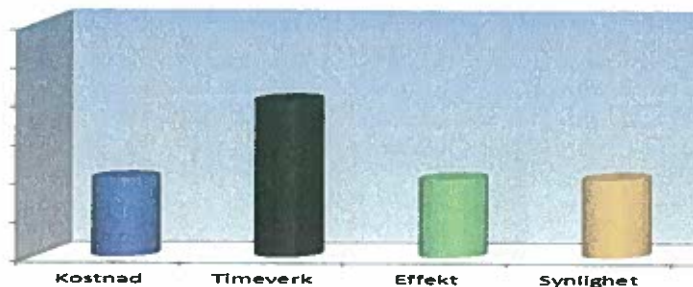
- Tiltaket avsluttes i sin opprinnelige form. Frivillige bør heller ha mulighet til å søke om midler fra en avsatt pott. Måten å gi støtte på anses som positiv – da slike tiltak ikke ellers vil være realiserbart.

Oppsummering:

Gir noe økning av syklende.

C 4)

- **Tiltak: Sykkeltransport/ tilhengere**



Formål: Tilby et verktøy for frakt av mange sykler. Passer grupper, skoleklasser, sykkelarrangement osv.

Kostnad: 100 000,- kr.

Utførelse:

- Innhentet tilbud fra leverandører.
- Måtte få laget en prototype på sykkelfrakt, finnes ikke tilsvarende i Norge.
- Består av stor flathenger uten karmen med takstativer for sykkel plassert sideveis.
- Krever førerkort kl BE, rommer 30 sykler.
- Administreres og vedlikeholdes ved Utstyrssentralen, Alta kommune, Vertshuset.
- Annonsert på hjemmesiden/ fb til Sykkelen Alta.
- 2013: - vært utlånt til Off Road Finnmark, 2 andre ritt, 3 x til skoler, privatutleid og Alta kommune Vi-Vil arrangement.

Suksesskriterie:

- Anskaffing av god sykkelhenger.
- Tilbudet blir benyttet minst 10 ganger pr år.

Forbedring:

- Det er usikkerhet rundt effekten av tiltaket. Opprinnelig tenkt som et bidrag til flytting av bysyklene i Alta, uaktuelt i dag hittil.
- Informasjon om tilbudet må komme oftere og tydeligere ut.

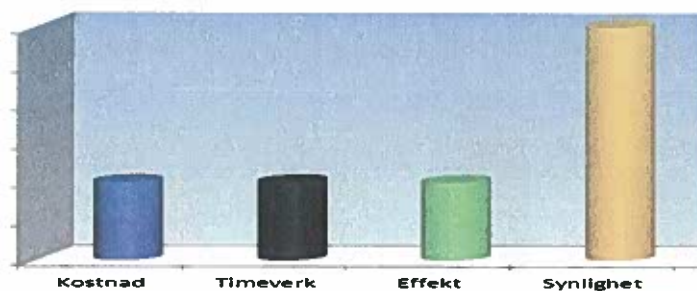
Oppsummering:

Noe kostbart tiltak – og har vært langt mindre brukt enn forutsatt. Tanken var at hengeren skulle benyttes med flytting av bysykler, noe som har vært overflødig.

ANNET: Tiltak som retter seg mot flere/ alle områder:

D 1)

- **Tiltak: Logo**



Formål: Synliggjøring, kommunikasjon, øke fokus på sykkel.

Kostnad: 5000,- kr.

Utførelse:

- Tilbudsinnhenting fra leverandører i Alta
- Prosess med prosjektgruppa i utformingen og fargevalg

Suksesskriterie:

- En logo som gjenkjennes og folk positivt forbinder med sykkel i Alta.
- Kunne brukes på artikler som deles ut og på skriftlig materiale

Forbedring:

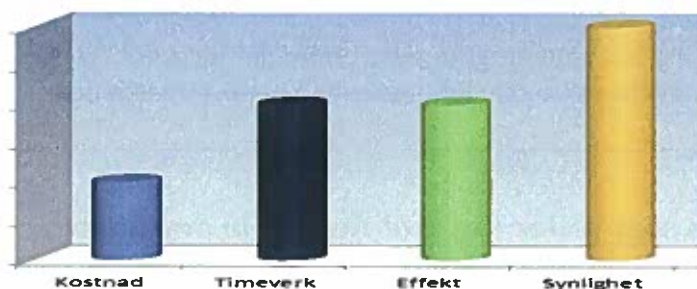
- Brukes oftere
- Minst et stort oppheng nær sentrum?

Oppsummering:

Et «must» for å få til en enkel gjenkjenning og synlighet i lokalmiljøet. Tiltaket er gjennomført – med stor suksess.

D 2)

- **Tiltak: Hjemmeside/ Web side**



Formål: Profil til Sykkelenbyen Alta, kommunisere ut nyheter, informasjon, osv.

Kostnad: 8000,- pr år

Utførelse:

- Etablering gjennom AK sin leverandør – Custom Publish
- Oppfølging og produksjon av relevante artikler
- Oppslagsverk for prosjektet, relevant sykkelinfo, link til kart osv.

- Treff på artikler: Eks: Piggdekkkampanjen ga solide 568 treff på 4 dager. 257 av disse kom inn via facebookside. Normalt 4-8 treff pr dag uten nye artikler.

Suksesskriterie:

- Attraktiv sykkelportal
- God andel lesere/ brukere av nettsiden.

Forbedring:

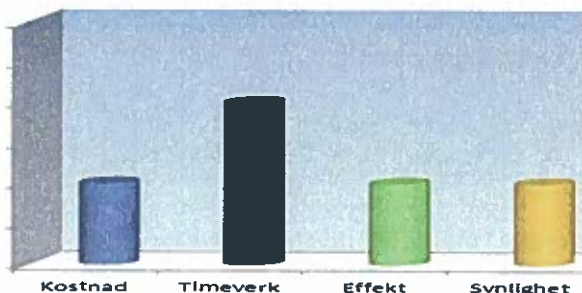
Holde seg oppdatert på sykkel saker fra hele landet – som er relevante.

Oppsummering:

Skaper sannsynligvis ikke nye syklist i seg selv – men alle artikler som kommuniseres ut gjennom nettsiden og videre til facebook – bidrar til økt aktivitet. Lokale medier benytter artiklene ofte i sin redaksjonelle kunngjøring.

D 3)

- **Tiltak: Utarbeide sykkelkart**



Formål: Tilrettelegge for fritidssykling, via turklient på web.

Kostnad: 70 000,- kr hittil. Mindre tillegg må påregnes.

Utførelse:

- Innhentet tilbud fra leverandører av tjeneste
- Benytter AK sin totalleverandør Norkart
- Egen turklient laget, med mulighet for ortofoto og bygninger i 3 D.
- Gjenstår ferdigstilling av sykkelruter.
- Skal kobles opp mot toppturer og skiløyper i kommunen.
- Endelig ferdig lansering første halvdel 2014.
- Kan oppdateres kontinuerlig med nye og flere ruter
- Sees i sammenheng med merking av turløyper i terrenget.
- Det er valgt å satse på webkart fremfor papirkart, med mulighet for egen utprinting

Suksesskriterie:

- Attraktiv og god løsning.
- Mange oppslag/ nedlastinger fra siden.

Forbedring:

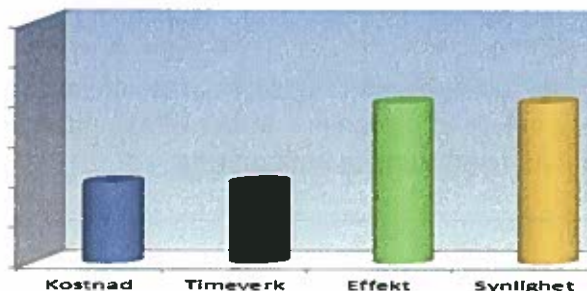
- Arbeidet har tatt mer tid enn forventet, dels pga avventing av resultat fra samarbeidspartnere. Sykkelbyen bør følge opp med jevnlig møter.

Oppsummering:

Tiltaket ikke fullført. Dette skyldes blant annet noe sent igangsatt og stor avhengighet av andre aktører. Det antas å være et stort potensiale i arbeidet som gjenstår. Sees i sammenheng med C4 - merking av turløyper.

D 4)

- **Tiltak: Mediastrategi/ Kommunikasjonsstrategi**



Formål: Opprinnelig avklare strategi for gunstig bruk av media. Endret retning til å omfatte hvordan informere befolkningen, og hvor skal prosjektet være synlig (brevhoder, kampanjer utendørs, osv)

Kostnader: 35 000,- kr.

Utførelse:

- Ingen vedtatt strategi, men diskutert i prosjektgruppa.
- Tema har spent fra hvem som skal uttale seg til media til hvordan synliggjøre sykkelbyen – hovedsakelig gjennom oppslag i medier.
- Kjøpte opp 7 sider i Altaavisa om sykling og relevante tema i 2012.
- Vært mye mediafokus på saker som berører sykling/ fysisk aktivitet.
- Egne artikler på hjemmesiden linkes videre til medier – som ofte gjengir innholdet i aviser, evt innkaller til radiointervju. 91 artikler under "nyheter", - totalt 113 artikler på hjemmesiden.

Suksesskriterie:

- Sykkelbyen Alta fremstår som en troverdig, opplysende og rådgivende agendasetter innen sitt fagfelt.
-

Forbedring:

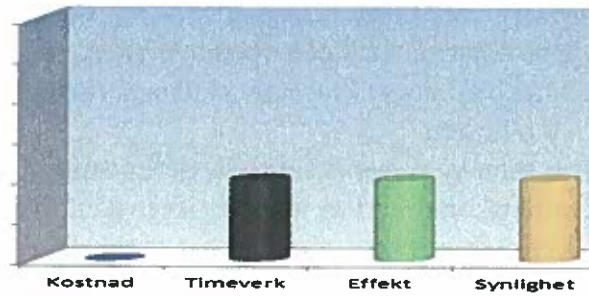
- Kunne inneholdt en strategi for hvordan kommunisere med bedrifter.
- Kunne avklart skillelinjer på når hvilken etat uttaler seg i medier (ang fagområder) – men har hittil ikke møtt på kontroversielle tema.

Oppsummering:

Prosjektet har klart seg bra til tross for at tiltaket ikke er gjennomført. Det anbefales at en slik strategi etableres for liknende prosjekter.

D 5)

- **Tiltak: Trafikksikkerhet for syklist**



Formål: Informasjon om trafikkregler for syklende, gi økt bevissthet til alle om regler og samspill i trafikken.

Kostnader: Ingen

Utførelse:

- Opprinnelig tenkt som eget tiltak, men etter en helhetlig vurdering er trafikksikkerhet en rød tråd i «alt vi gjør».

Suksesskriterie:

- Trafikksikkerhet skal alltid være vurdert gjennom de andre tiltakene som iverksettes.

Forbedring:

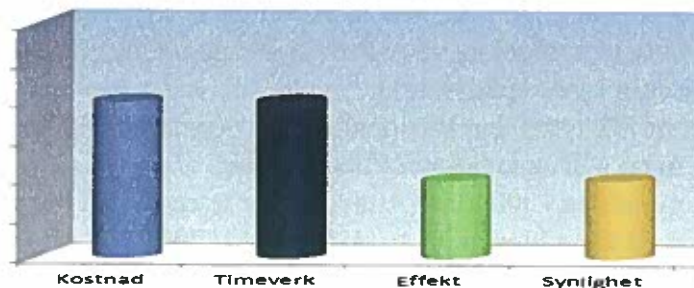
- Bør vurderes kampanjer i sesongen ang belønning til riktig adferd som kryssing av gangfelt, hjelmkampanje osv.
- Eksempler på aktuelle kampanjer kunne vært fokus på kryssing av gangfelt, bruk av hjelm, osv.
- Samspillkampanjen fra Statens vegvesen vil vare i 3 år til – sykkelbyen kan legge ut linker til denne (bilist/ syklist – konflikter)

Oppsummering:

Temaet er del av en helhet som sykkelbyen har hatt med seg i arbeidet som er utført.

D 6)

- **Tiltak: Sykkeltellinger**



Formål: Et verktøy- for å finne et mest mulig representativt tall for reisende med sykkel – statistikkgrunnlag.

Kostnad: 125 000,- kr, tilsvarer 5 tellinger.

Utførelse:

- Innleid idrettslag som har stått for den operative biten.
- 5 tellepunkt i Alta, telt i 3 dager i løpet av ei uke, perioder fra 07 -22.
- En om våren, en om høsten.
- Sykkelbarometere samt vegvesenet sine telleverk overtar jobben.
- Tellingene er kvalitetskontrollert av matematiker ved universitetet i Alta.
- Tellingene har ikke skilt ut barn – noe som har vanskeliggjort måling av delmål 2: flere barn og unge som skal gå/ sykle.

Suksesskriterie:

- Sikker dokumentering av antall sykkelreiser i Alta.

Forbedring:

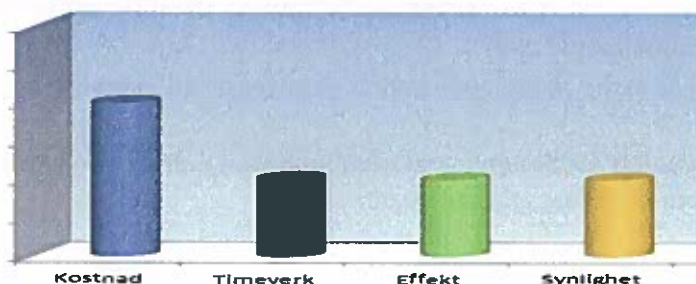
- Vurdere om tellingene også bør skille ut barn/ voksne – for å dokumentere økning av barn/ unge.

Oppsummering:

Tiltaket er helt avgjørende for å kunne fastslå en evt økning/ senkning i antall sykkelreiser i Alta.

D 6 A)

- **Tiltak: Reisevaneundersøkelse - Tilleggsutvalg**



Formål: Dokumentere andel reisende med ulike transportmidler

Kostnad: 300 000,- kr

Utførelse:

- Dokumentere hvor stor andel av alle reiser syklende utgjør, jmf NTP som målsetter 8 % av alle reiser bør være på sykkel.
- Alta kommune er tilknyttet den Nasjonale Reisevaneundersøkelsen som gjennomføres hvert 4 år- gjennom et tilleggsutvalg.
- Det telefonintervjues ca 1000 ulike Altaværingene hver måned i et år om reisevaner.
- Data og rapport vil være klar rundt årsskiftet 2014/ 2015.
- Arbeidet utføres av Transport Økonomisk Institutt (TØI)
- Totalpris kr 400 000, regionkontoret for Statens vegvesen i Bodø vil spleise inn 100 000 kr.

Suksesskriterie:

- Dokumentere reisevaner og herunder andelen innenfor hvert transportmiddel i Alta.

Forbedring:

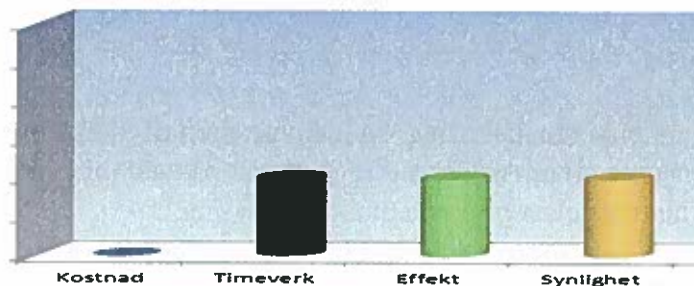
- Hadde man gjort samme øvelse i 2009 kunne man sporet en evt utvikling (+/-)

Oppsummering:

Statistikken vil være spesielt nyttig for sykkelbyen. Generelt vil det bli første gang en tilsvarende kartlegging gjøres i Finnmark – noe som alle samarbeidspartnere i prosjektet kan ha nytte av. Det kan stilles spørsmålsteget ved om det er Sykkelbyen Alta sitt ansvar å kjøpe inn tjenesten, eller om det burde vært på et overordnet nivå hos den enkelte etat. Et beklagelig moment er også at resultatet vil komme sent i prosjektperioden.

D 7)

- **Tiltak: Oppnevne referansegruppe**



Formål: Ha en bred og representativ sammensetning fra befolkningen og interessegrupper for sykkel.

Kostnad: Ingen

Utførelse:

- Invitert diverse organisasjoner/ grupper
- Det har vært avholdt 5 møter med referansegruppa gjennom prosjektperioden.
- Til tider kan det være utfordrende å vite om noen i gruppa kun svarer for seg selv, eller om de svarer for hele gruppen de representerer.

Suksesskriterie:

- En bred sammensatt gruppe som kan representere alle brukeres interesser

Forbedring:

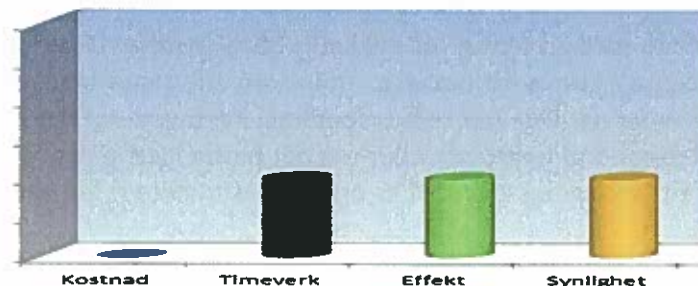
- Prosjektgruppa har initiert oppretting av et lokallag av Syklistenes Landsforening i Alta – hvor en representant også bør delta i referansegruppa i sykkelbyprosjektet. Dette for å ivareta hverdagssyklistens meninger.
- Så lenge lokal næringsforening ikke ønsker å være representert i gruppa bør man minimum ha direkte kontakt med ca 20-30 store bedrifter på stedet, evt mulighet til å kunne kommunisere med disse via næringsforeningen.

Oppsummering:

Dette er opplevd som en viktig arena for innspill og tilbakemeldinger på det prosjektgruppa har utført. Man kan klare seg uten – men det vil bli et fattigere grunnlag å fatte beslutninger på.

D 8)

- **Tiltak: Få inn innspill fra beboere i Alta**



Formål: Brukermedvirkning

Kostnader: Ingen

Utførelse:

- Tilrettelegge for enkel mailsending via hjemmesiden til Sykkkelbyen.
- Kontaktinformasjon til prosjektleder ligger åpent på web for henvendelser.
- Får ca 30-40 henvendelser pr år via mail ang sykling.
- Ang "feil i veien" - eksisterer det varslingsystemer hos Statens vegvesen (Tlf 175) og Alta kommunes meldingstjeneste (Servicetorget).

Suksesskriterie:

- Kanalene opprettet og blir benyttet.

Forbedring:

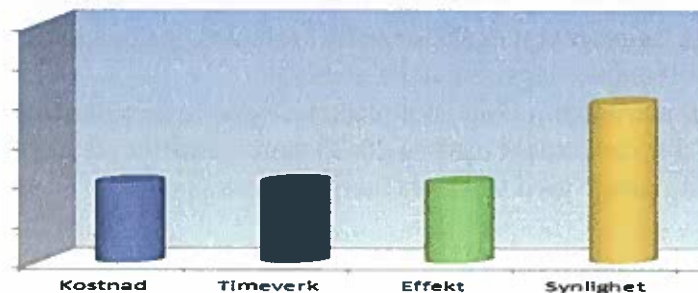
- Bedre informasjon om mailadressen/ muligheten.

Oppsummering:

- God mulighet for de som benytter den, bør minnes på at den finnes. Det er et pluss at den er nettbasert og enkel å bruke. Jo mer komplisert jo mindre blir det brukt. Det sees også at sykklistere kan få en lavere terskel for å ta kontakt når de opplever at de kommuniserer med noen som forstår sykkelforholdene.

D 9)

- **Tiltak: Kjøpe inn sykler til kommunens utstyrssentral**



Formål: Øke muligheten for at befolkningen gjør seg kjent med andre typer sykler.

Kostnad: 52 000,- kr.

Utførelse:

- Utstyrssentralen mottok eksterne midler til vanlige sykler.
- Sykkelbyen sitt fokus ble da på «uvanlige» sykler.
- Kjøpt inn en el-sykkel, en tandem og en Trio-bike – for mangfoldet.
- Leies ut via bysykkelordningen i Nordlysbadet.
- Sykkelbyen tilbyr syklene til utlån ved kampanjer i sentrum.

Suksesskriterie:

- At tilbudet blir benyttet.
- Får opplyst befolkningen om andre typer sykler.

Forbedring:

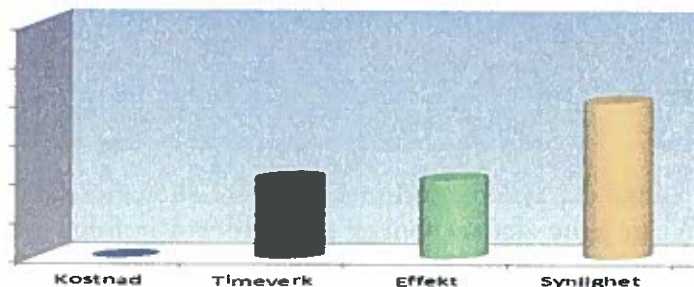
- Bør trekkes frem ved flere anledninger som stander, kampanjer osv – gjøres tilgjengelige for publikum.
- Trio-bike kan lånes ut i perioder til barnehager.

Oppsummering:

Ikke fungert som først antatt – triobiken er nesten ikke utleid. El-sykkelen er derimot mer populær. Tiltaket skaper sjelden noen «nye» syklistere, de fleste kommer på egen sykkel – og får prøve en ny. Tiltaket har dreid over til et opplysningstiltak innenfor sykler.

D 10)

- **Tiltak: Lage en mailadresse for Sykkelbyen Alta**
sykkelbyen@alta.kommune.no



Formål: Fast adresse som er enkel å bruke.

Kostnad: Ingen

Utførelse:

- Bestilt fra kommunens IKT avdeling.
- Prosjektleder har den i tillegg til sin egen mailboks. Besvares som «Sykkelbyen Alta».
- En portal til Sykkelbyen for befolkningen.
- Sees i sammenheng med D 8 – innspill.

Suksesskriterie:

- Opprettet og blir benyttet.

Forbedring:

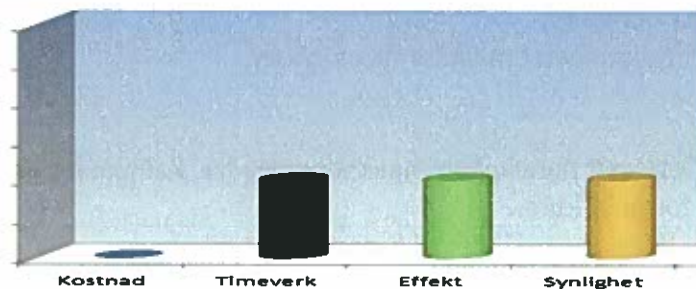
- Markedsføring – gjøre mer kjent.

Oppsummering:

En enkel mailadresse for å komme med innspill og spørsmål til sykkelbyen. Et must for menigmann som da slipper å lete gjennom adresselister på kommunenes hjemmeside.

D 11)

- **Tiltak: Strategisk satsing**



Formål: Lage en fremdriftsplan, korte og langsiktige mål.

Kostnader: Ingen

Utførelse:

- Det har ikke vært laget en egen strategiplan.
- Strategiarbeid har inngått som vanlige saker i prosjektgruppa, herunder få på plass en egen sykkelbykoordinator i regi av Alta kommune.

Suksesskriterie:

Utarbeide en god plan.

Forbedring:

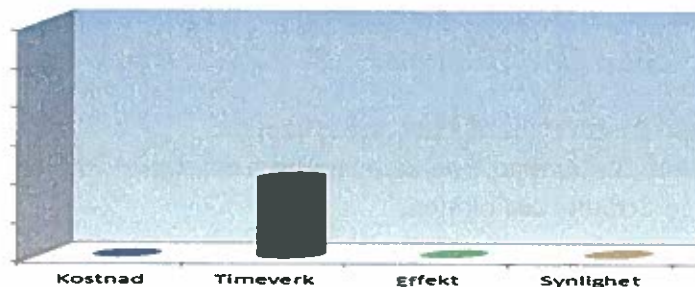
Dersom utarbeidet – kunne den tydeliggjort mer av hvilke strategier som sykkelbyen burde følge. Lettere å lage egne «tema» som en strategiplan kan følge opp, f eks «lage trygg skolevei».

Oppsummering:

Ikke utført. Anses ikke som prekært så lenge prosjektgruppa er operativ. Vil derimot være nødvendig når man går mot slutten av et prosjekt og fortsettelsen videre – for å holde liv i arbeidet fremover.

D 12)

- **Tiltak: Sykkelanlegg/ næranlegg på A4 i sentrum**



Formål: Lage sykkelaktivitet i sentrum for barn/ unge

Kostnad: Ingen.

Utførelse:

- Ideene strakk seg mellom aktivitetsanlegg til trafikkpark/ sykkelgård.
- Det mest aktuelle var å etablere en sykkelpark/ sykkelgård der Komsa skole i dag ligger. Signaler tyder på bygging av ny skole på tomte ved siden av.
- Tiltaket ble ikke konkretisert nok til noen fremdrift, verken hva det skulle inneholde totalt eller hvor det skulle være. Det har ikke lyktes eller vært forsøkt å gjennomføre tiltaket i stor grad, i mangel på tilgjengelig arealer til formålet.

Suksesskriterie:

- At et slikt anlegg blir attraktivt, får en nytteverdi – og blir benyttet av målgruppene.

Forbedring:

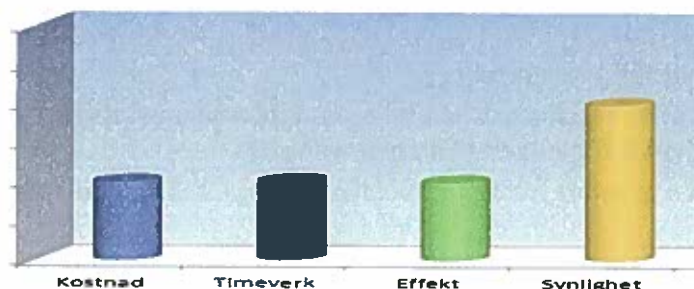
Være i dialog med planavdelinger for utvelgelse av mulige områder til slike anlegg.

Oppsummering:

Ikke gjennomført. Byer med trafikkpark kan drive opplæring av trafikkregler i praksis – på et ferdig anlegg. Innen trafikksikkerhet kan dette gi god opplæring. Det betviles at slike anlegg vil gi oss mange flere syklende – og må vurderes strengt mtp kost/ nytte – og hvor store arealer det skal disponere.

D 13)

- **Tiltak: Sykkellytkampanje/ synlighetskamp.**



Formål: Fokus på lys og økt trafikksikkerhet.

Kostnad: 18 000,- kr.

Utførelse:

- Innhentet tilbud fra sportsbutikkene ang sykkellys.
- Levert ut ved reflekskampanje og kampanjer i nærheten av skolene.
- Mest fokus ved den mørke årstiden.

Suksesskriterie:

- At utdelte lys faktisk blir benyttet.
- Syklister blir bedre sett i trafikkbildet.
- For sykkellys gjelder at brukeren også opplever å få bedre sikt i mørket.

Forbedring:

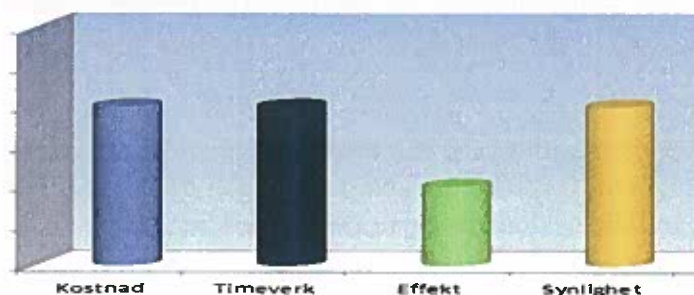
- Vanskelig å fastslå om tiltaket har lyktes – og om dette tiltaket har gitt oss flere syklende. Det anses som et godt trafikksikkerhetstiltak.
- Oftere og flere kampanjer – økt fokus på området.
- En mer offensiv kampanje innen temaet?

Oppsummering:

Lite kostnader – ga oss litt mer økt synlighet. Ikke et tiltak man må ha med seg – da brukere er ansvarlige selv for å utruste syklene sine. Fokus har vært å se – og bli sett.

D 14)

- **Sykelbarometer**



Formål: Statistikk, synlighet, symbolsk

Kostnad: 400 000 for 2 stk ferdigmontert.

Utførelse:

- Innhentet tilbud fra 4 leverandører.
- Produktet har gode referanser, kan telle om vinteren og skille fotgjengere fra syklister. Statistikk tilgjengelig på egen webside.
- Aronnesstolpen montert ferdig i november 2013, Granshagen kommer i mai 2014.

Suksesskriterie:

- Få utstyr montert og satt i operativ drift.
- Syklister bør også motiveres til å sykle da de ser at de blir telt.

Forbedring:

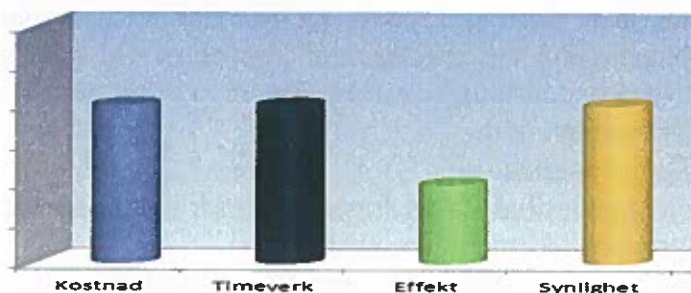
- Kom noe sent på plass, bedre dialog med svv/ entreprenør for den neste.

Oppsummering:

Kun en på plass = kun 50 % fullført. Siden flere aktører her må samarbeide er erfaringen at planlegging må starte tidlig for å kunne imøtekomme alles krav til utførelse. Det er vanskelig å fastslå sikkert at tiltaket gir oss flere syklende, men det er teorier på at det minimum opprettholder dagens nivå. Tiltaket er godt synlig i trafikkbildet – både av kjørende og myke trafikanter. Gir økt fokus – og viktigst: statistikk hele året og hele døgnet.

D 15)

- **Tiltak: Effekter og synlighet**



Formål: Økt fokus og bevissthet rundt sykkel

Kostnader: 251.000,- kr.

Utførelse:

- Innkjøp av sykkelrelaterte effekter: Vannflasker, refleksbånd, sykkeljakker, refleksvester og beach-flag med logo påtrykt.
- Effekter deles ut ved passende anledninger, som eventer, kampanjer osv.
- Forespørsel fra lag/ foreninger om effekter til gevinster i lotteri i tillegg.
- Tiltaket har i år også blitt benyttet til spørreundersøkelse – annonsering på nett/ medier (29 000,- kr)
- Enda tilgjengelig ca 1/ 3 av flasker og vester.

Suksesskriterie:

- Sykkelbyen sin logo og fokus på sykkel har blitt kjent gjennom sykkelrelaterte effekter.

Forbedring:

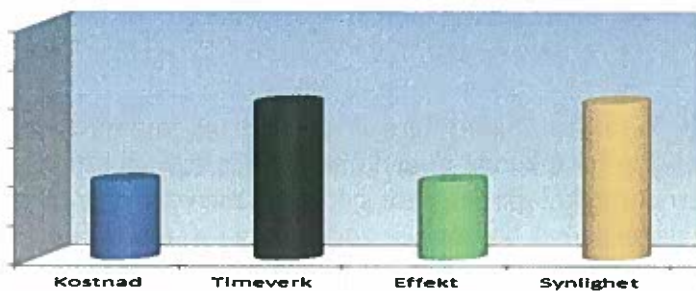
- Kunne vurdert sykkelreperasjonsett som alternativ.

Oppsummering:

Synlighet er et viktig ledd når man skal «ta sin plass» i samfunnet. Det har vært viktig at produktene skulle være relatert til sykling (ikke ballonger osv). Ikke et høyeste prioritert tiltak for en sykkelby, men et godt supplement.

D 16)

- **Tiltak: Til disposisjon**



Formål: Avsette økonomiske midler til mindre tiltak

Kostnad: 64 000,- kr.

Utførelse:

- Har gått til innkjøp av småting: belønninger ifbm arrangement (gavekort), batteridrevet høytrykkspyler for kampanjer, klippekort + klyper+ skilt ifbm sykkelpunktløyper, annonseringer, noe til byskler, utgifter til montering av servicestasjon i sentrum, m.m.
- Styres av sykkelbykoordinator.
- Har vært et veldig godt tiltak da det frigjør ressurser til kjapp handling i stedet drøftinger på gruppenivå om mindre saker.
- Kan anbefales til alle andre tilsvarende prosjekt – tiltaket har gitt et godt handlingsrom for mindre tiltak – som ellers er vanskelig å forutse vil komme.

Suksesskriterie:

- Rom for små tiltak med enkel bevilgningsmyndighet.

Forbedring:

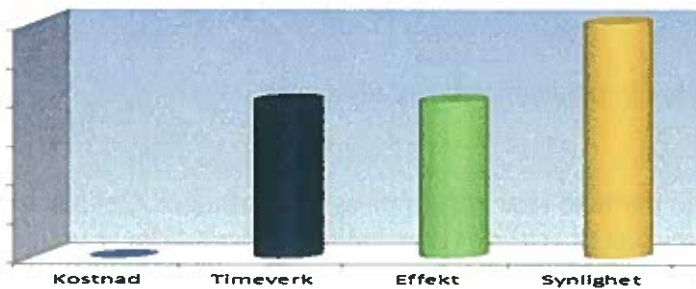
- Ingen merknad

Oppsummering:

Et fornuftig tiltak – som frigjør kapasitet for prosjektgruppa. Dette er nyttig og veldig fleksibelt overfor prosjektleder – som kan avgjøre selv hva midler kan gå til.

D 17)

- **Tiltak: El-sykkelprosjektet**



Formål: Delfinansiering av el-sykler til befolkningen

Kostnad: Ingen utgifter.

Utførelse:

- Samarbeid med astmatikerforening og revmatikerforening lokalt.
- En del sykler reservert til medlemmer i disse gruppene.
- Søkt støtte fra stiftelser, Gjensidige og Transnova.
- Mottok 450 000 fra Transnova for tiltaket, mottakere betalte ca ¼ av sum selv.
- 48 el-sykler tildelt i juli 2013, over 120 søkere.
- Har ikke berørt prosjektets midler som var en forutsetning for deltakelse.
- Søkes på nytt fra andre stiftelser.

Suksesskriterie:

Lavere terskel for at enda flere vil sykle på sine reiser i Alta.

Forbedring:

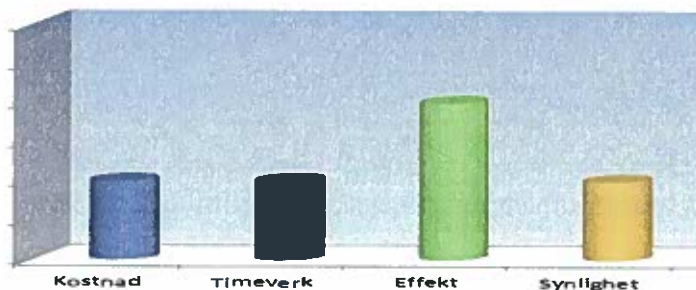
- Tilgang til større sum midler gir større rekkevidde på mottakere.

Oppsummering:

Et tiltak som fikk veldig stor oppmerksomhet i tv (NRK Dagsrevyen og TVNord) og presse. Mange som ønsket å delta i utvelgelsen. El-sykler hjelper de med dårligere stilt helse – og vanlige komfortsyklister. Enklere å motivere seg selv til å sykle (Buktabakken og tilsv) – noe som forhåpentligvis får flere over fra bil til sykkel.

D 18)

- **Tiltak: Piggdekkkampanje**



Formål: Få enda flere til å prøve å sykle om vinteren.

Kostnad: 87 000,- .

Utførelse:

- I samarbeid med sportsbutikkene i en uke – levere inn sykkel til en butikk – få god rabatt på mye piggdekk samt omlegging utført.
- Sykkelbyen Alta delfinansierte maks kr 600 pr syklist. Vanlig dekkpris (28») kr 500 pr dekk.

Suksesskriterie:

- Flere nye syklistere på vinterføre.

Forbedring:

- Noe kostbar affære. Dersom tilsvarende stunt bør det vurderes å kun forestå dekkskifte til den enkelte – ikke betale for dekkene i tillegg.

Oppsummering:

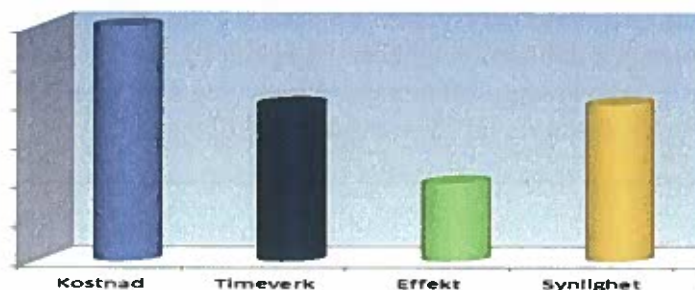
Fikk stor publisitet og respons når markedsført – personer stod i kø utenfor butikkene mandag morgen. Tilbakemelding fra sportsbutikkene er at mange «nye fjes» også var blant de som benyttet seg av tilbudet – det betyr nye syklende på vinterføre. Tiltaket viste at vintersykkelpotensialet er stort i Alta.

E) PLANARBEID OG UTREDNINGER:

Tiltakene i område E) omfatter både en vedlikeholdsplan av eksisterende sykkelveger (E 1) og planlegging av nye sykkelveger (E 2). Tiltaket omfatter all infrastruktur for syklende.

E 1)

- **Tiltak: Vedlikehold/ opprustningsplan av sykkelvegene (eksisterende)**



Formål: Øke standarden, øke trafikksikkerheten, mer attraktivt sykkelvegnett.

Kostnader: 687 000,- kr hittil.

Utførelse:

- Aktuelle tiltak: lyspunkt, utbedring av vegskader, skilting (Miljøruta), utbedring av kryssløsninger.
- Andre tiltak som er innenfor: Vurderinger innen vedlikehold (brøyting, kosting), snølagring, boring, m.m.
- Det ble foretatt inspeksjon langs alle gang/ sykkelveger i 2011 og 2012. Utfra dette en plan for vedlikehold – som har blitt fulgt opp av vegetatene.
- Herunder asfaltering av g/s veg Aronnes- sentrum, lyssetting langs Buktabakken, utbedring av vegkryss sentrum, m.m.

Suksesskriterie:

- Jevnlige oppfølginger av infrastruktur for myke trafikanter – som igjen fører til relevant oppgradering ved behov.

Forbedring:

- Bør fastsettes i en plan med inspeksjoner ca hvert andre år

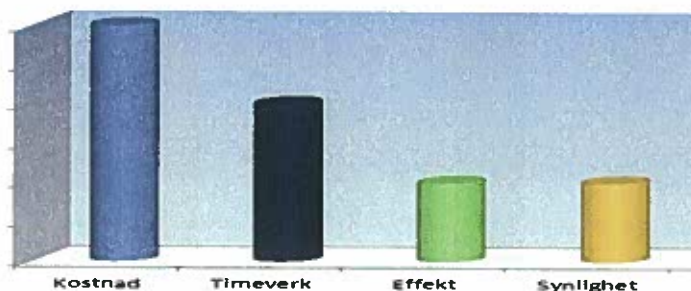
Oppsummering:

En nødvendig del av kartlegging og oppgradering av eksisterende sykkelvegnett. Bør gjøres ca hvert 3 år – får å avdekke evt feil og mangler. Arbeidene vil alltid medføre en del kostnader – men er selve grobunnen for at folk skal velge å sykle. Ansvar for

arbeidet ligger hos veieierne (Alta kommune og Statens vegvesen) og for fremtiden bør Sykkkelbyen i større grad være en pådriver overfor disse slik at vedlikehold blir utført.

E 2)

- **Tiltak: Anbefalt prioritering av nytt sammenhengende gang- sykkelvegnett.**



Formål: Anbefaling og bygging av nye sykkelveger som gir økt andel syklende i Alta. Konkret for tiden er gang/ sykkeltrasè Aronnes – universitetet/ sentrum.

Kostnader: 900 000,- kr så langt. Innebærer reguleringsplan, geotekniske undersøkelser, detaljprosjektering og grunnverv. Innlevert anbud på bygging er 3,4 mill kr. Med reserver utgjør total rammekostnad ca 4,6 mill kr.

Utførelse:

- Tiltaket er ikke fullført
- Utvelgelse av beste strekning som gir størst økning av antall syklende i Alta.
- Bygging vil mest sannsynlig pågå fra januar til påske 2014. Asfaltering ilt sommer/ høst 2014.
- Har vært i prosjektet både gjennom reguleringsplan og prosjekteringsfasen. Bygging vil starte januar 2014.
- Reguleringsarbeidet kom sent i gang, først på slutten av 2012.

Suksesskriterie:

- Anlegget blir bygget i henhold til plan – og godt benyttet.

Forbedring:

- Den kommunale planavdelingen må tidlig inn for å avklare alle forhold rundt reguleringer og grunnforhold. Erfaringen vår er at tiltaket har tatt unødvendig lang tid, før den ble satt i verk på plansiden. Det var uheldig at ASU gjennomgikk utskifting av saksbehandlere samtidig.
- Viktig for fremtiden at slike tiltak kjapt avklares – for så å ha god oppfølging reguleringsmessig hos Planavdelinger.
- Ulempen med lang saksbehandling var at kostnad med bygging da kom sent på bordet. Dette ga igjen oppbinding av midler så lenge kostnadene var usikre.
- God styring fra styringsgruppa har gjort saken mulig å gjennomføre.

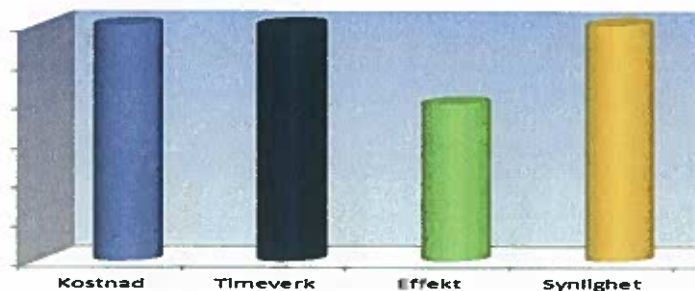
Oppsummering:

Tiltaket er det dyreste i hele prosjektet – noe bygging av nye anlegg alltid vil være. Det

har ikke ferdigstilt innen opprinnelig prosjektperiode – som er et minus. Hittil har det derfor ikke kunnet gi hverken mye score under synlighet eller flere syklende. Det er knyttet store forventninger til anlegget når det står ferdig.

E 3)

• **Tiltak: Snarveger**



Formål: Verne om og tilrettelegging av snarveger/ stier er en av de store fordelene sykkel har fremfor bil. Raskere veg og gode opplevelser. Dette vil gjøre sykkel mer attraktivt.

- må inn i kartverk over sykkeltraseer/ sykkelveger.
- Må også "vernes" slik at de ikke blir borte/ bygd over i andre byggeprosjekter.
- Skolene har allerede gitt en del innspill på veger elevene bruker.
- Vurdere om byløypa skal tilrettelegges for sykling

Kostnader: 1.650 000,- kr.

Utførelse:

- Bedt om innspill fra alle ansatte Alta kommune på hvilke snarveger som benyttes.
- Fått innspill fra befolkningen ellers.
- Benyttet kartgrunnlag for å lete etter aktuelle områder avsatt til formålet.
- Offentlige anbud med valg av lokale entreprenører som har utført oppgraderinger.
- Innebærer grøfting, jevnet dekke, lagt ut 5-10 cm knust fjellgrus på toppen som har blitt komprimert, skiltet, samt at noen har fått enkelte lysarmatur og evt bilsperrer tilknyttet.
- Har gått veldig gode tilbakemeldinger både fra befolkning og andre samarbeidspartnere.

Suksesskriterie:

- Snarveger har blitt synliggjort og tilrettelagt for myke trafikanter i hele Alta.
- At de faktisk blir benyttet.

Forbedring:

- Bør opprettes informasjon om alle snarveger et sted, slik at de blir ytterligere kjent.
- Evt kan sykkelpunktene (postene med klippekort) i 2014 være innom flest mulig av dem.

Oppsummering:

Dette har vært en stor suksess. Her er utnyttet avsatte grønt arealer til ferdsel for myke trafikanter. Metoden har gjort dette på en rimelig og lettvinnt måte. En god detalj med

skilting, noe som har synliggjort – og beskyttet- snarvegene. Brøytes ikke på vinteren – men spor i terrenget viser at de benyttes like fullt.

6. ANDRE UTGIFTER- ADMINISTRATIVT

Budsjettposten inneholder:

- Lønn prosjektleder
- Adm utgifter
- Kurs/ opplæring i prosjektgruppa

I de 3 årene har det totalt blitt brukt 52 000,- kr til administrative utgifter. Dette innebærer møtevirksomhet prosjektgruppa, mobilregninger, deltakelse på konferanser og kontorrekvisita. Kurs og opplæring i prosjektgruppa har kostet 28 000 alene. Her finnes deltakelse i nasjonale sykkelkonferanser, regionale temadager innen sykling, vintersykelkonferanse i Oulu, m.m. osv.

7. SYKKELTELLINGER

Høst -11	Vår -12	Høst -12	Vår -13	Høst -13
TOTAL ALTA	TOTAL ALTA	TOTAL ALTA	TOTAL ALTA	TOTAL ALTA
Mandag 1872	Mandag 2303	Mandag 2201	Mandag 3028	Mandag 2738
Onsdag 1787	Onsdag 2896	Onsdag 2091	Onsdag 3369	Onsdag 2422
Fredag 1303	Fredag 1882	Fredag 1996	Fredag 3007	Fredag 2159
Snitt pr dag: 1654	Snitt pr dag: 2360	Snitt pr dag: 2096	Snitt pr dag: 3135	Snitt pr dag: 2440

Tabellen viser totalantallet passerte syklister på de 5 utvalgte tellepunktene i Alta (Alta bru, Buktabakken, Kvilekrysset, sentrumsrundkjøringa og Bossekop skole – gangfeltet). Det er flere tellepunkt på hvert sted.

Prosentvis økning

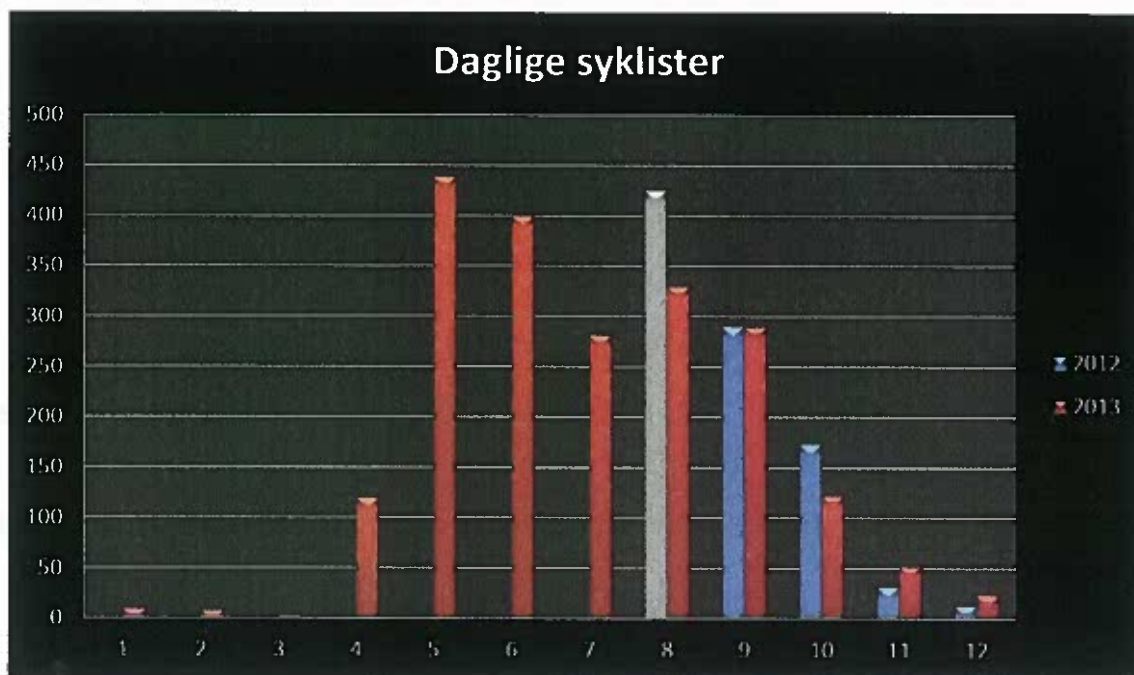
Målt fra høsten 2011 til høsten 2012 er der en økning på 21 % Videre fra høst 2012 – høst 2013 en økning på 14 %. Totalt fra høst 2011 til høst 2013 = 32 %.

Vårens tellinger viser vår 2012- vår 2013: 25 % økning.

Det ble valgt å kvalitetskontrollere tellingene til sykkelbyen gjennom en objektiv 3. person. En matematiker/ statistiker ved Universitetet i Tromsø, Nord Norges Arktiske Universitet, Stig Utheim, ble tilknyttet prosjektet. Etter full tilgang til alle data ble det konkludert med at sannsynligheten var større for underrapportering i prosjektet enn at man hadde for høye tall. Tallene vi benytter kan med andre ord trygt benyttes.

Statens vegvesen sine tellepunkt

På Elvebakken og ved Komsa (Kvilekrysset) er det montert inn telleverk på gang/sykkelvegene som registrerer syklende.



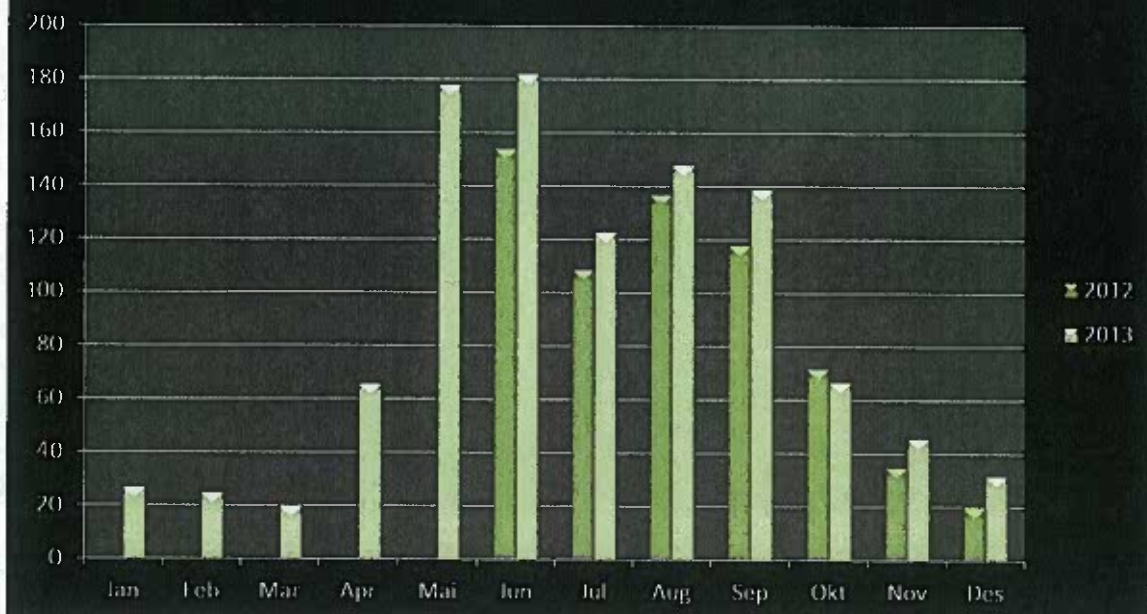
Elvebakken telleverk ble startet høst 2012.

(Telleren ble startet i slutten av august, derfor har august måned annen farge siden alle dagene ikke er med.)



Målt over de 4 siste månedene hvert år viser det en 5 % nedgang i antall syklende fra 2012-2013.

Daglige sykklister



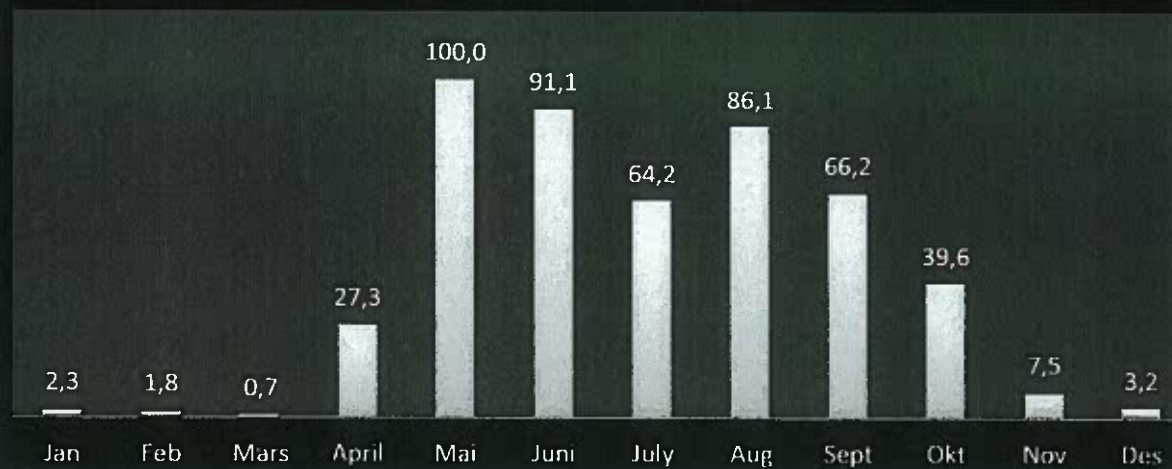
Ved Kvilekrysset er det derimot en økning – omtrent hver måned. En teori fra vegvesenet er at de som har kortere distanse sykler mer enn de som har lengre vei (Elvebakken – sentrum/skole).

Daglige sykklister



Over en halvårs periode ser man at andelen sykkelreiser har økt på denne telleren. Neste tabell viser prosentandel av syklende hver måned. Mai måned er det flest som sykler.

Alta Elvebakk



Alta Bossekop



Telleren som er benevnt «Alta Bossekop» er telleren ved Kvilekrysset (sentrum). Ang vintersykling trækker 14 % på pedaler i februar ved sentrum, mens bare 2 % gjør det samme på Elvebakken.

8. SPØRREUNDERSØKELSE

I 2013 gjennomførte Sykkelbyen Alta en nettbasert spørreundersøkelse om sykling og reisevaner i Alta. Både ikke-syklende og syklende ble oppfordret til å svare. Totalt kom det inn 477 besvarelser. Siden Sykkelbyen Alta selv har stått i regi bak undersøkelsen, kan man ikke se vekk fra at utvalget som har besvart har en interesse for sykling.

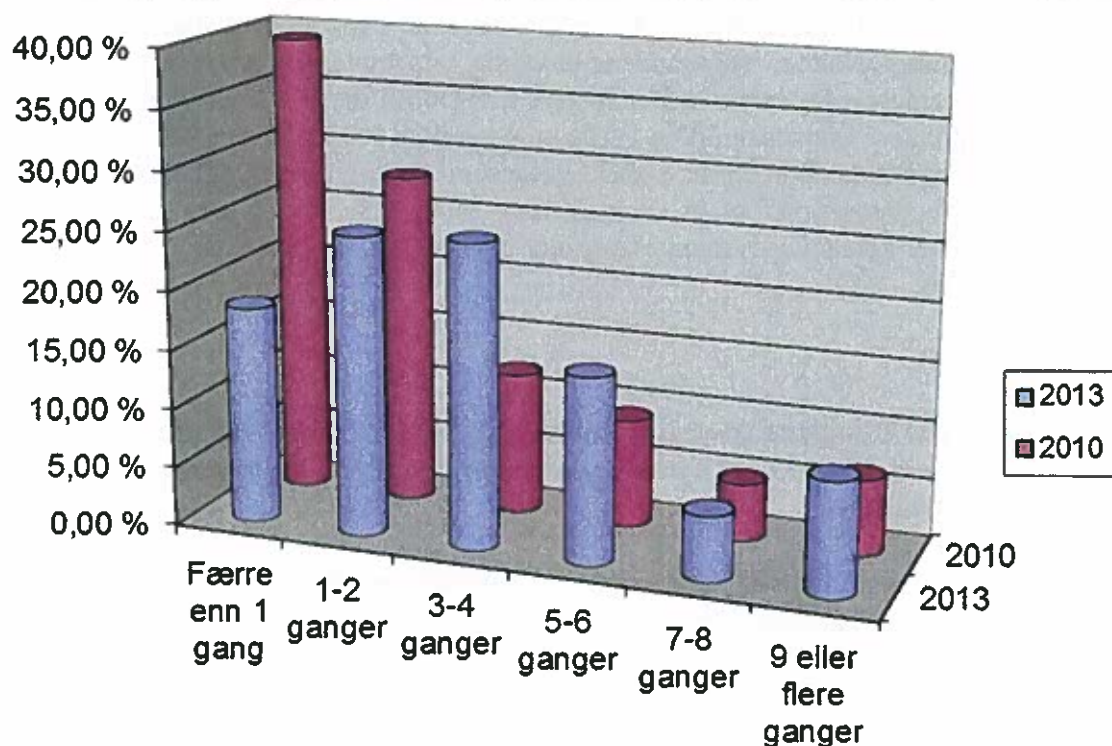
Poenget med undersøkelsen var å kartlegge hvordan befolkningen opplever tilretteleggingen som er iverksatt fra prosjektet sin side.

Resultatene fra undersøkelsen er vedlagt denne rapporten. Noen av de viktigste poengene blir gjengitt i det videre. En del spørsmål besvares med 1. meget enig, 2. enig, 3 verken/ eller, 4 uenig og 5. meget uenig.

- Totalt var det nesten 30 personer som besvarte spørsmålene, som ikke sykler til vanlig. Av disse var 65 % interessert i å begynne å sykle. Utfra det kan man si at motivasjonen kan være til stede hos langt flere enn de som i dag bruker sykkel til daglig. De trenger kanskje litt drahjelp for å komme i gang.
- Det ble spurt om hva som er motivasjon for å begynne å sykle. Flere alternativer kan benyttes, og innen kategorien «enig» og «meget enig» var tallene:
 - Bedre helse: 92,8 %
 - Bedre miljø: 73,4 %
 - Økt trafikksikkerhet: 32 % (størst andel på verken/ eller: 48 %)
 - Mer overskudd: 87,6 %

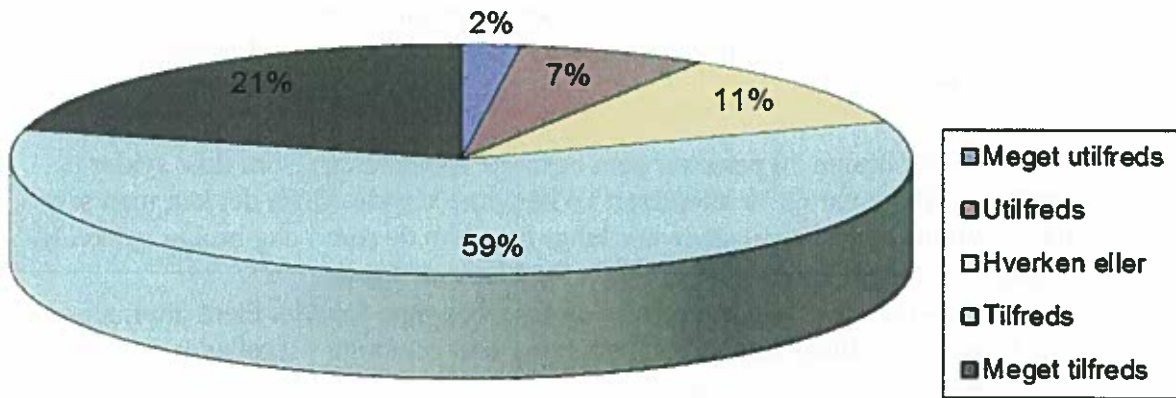
Av alle som sykler er andelen som sykler vinterstid nede på 18,5 %, sommer 99 %.

«Hvor ofte sykler du pr uke?»



En gang = en tur, f eks til skolen. De eldste tallene er bakerst (fra 2010) – og høyeste søyle var da «færre enn en gang pr uke», etterfulgt av «1-2 gang pr uke». For 2012 er gjennomsnittet flyttet til 1-2 gang pr uke og 3-4 gang pr uke. Det betyr at folk har begynt å sykle oftere enn for 3 år siden.

«Hvordan synes du forholdene er for sykling»? Svarene deles opp i «Meget tilfreds», «tilfreds», «hverken eller», «utilfreds» og «meget utilfreds».



80 % er «Tilfreds» og «meget tilfreds», et solid tall.

Resten av spørsmålene og besvarelsene kan sees i vedlegget «Spørreundersøkelse sykkelbyen Alta 2013». Det kan kommenteres at spørsmål og svaralternativer er kopiert fra Syklistenes Landsforening, som benytter sine spørsmål i den årlige utkåringen av Norges sykkelby. Siden Alta ikke har nok medlemmer i foreningen (minst 50 stk) har vi ikke hatt et bredt nok grunnlag for å delta i «konkurransen». Ved å stille spørsmålene selv til alle våre innbyggere – har vi i allefall fått en pekepinn på hva folk opplever.

En ytterligere svakhet ved spørsmålene pekes på fra vår side. Det er ikke et alternativ «vet ikke/ ingen formening». Noen av spørsmålene er veldig «storby» inspirerte, f eks «Hva synes du om sykkelparkeringsmulighetene ved kollektive transportmidler» og mulighetene til ta med sykkel på kollektive transportmidler. I Alta anser vi ikke at vi trenger å etablere slike parkeringsknutepunkt enda. Den eneste kollektive reisemiddelet vi har internt i vår sykkelby er buss. Der er det begrenset med plass, sammenliknet med t-bane og tog som finnes andre steder. Dermed svarer antakeligvis mange «verken/ eller» på disse spørsmålene, for å i det hele tatt svare «noe».

KOMMENTARER

Respondentene hadde mulighet til å skrive i fritekst hva de mente om «Hva skal til for at du/ andre skal begynne å sykle»? Etter å ha kategorisert svarene kan flesteparten fordeles slik med høyest prosent på topp:

- Bedre fremkommelighet (på eksisterende sykkelvegnett): 23 %
- Flere gang/ sykkelveger (nye): 21 %
- Egen motivasjon: 20 %
- Motivasjonskampanjer: 19 %
- Vegvedlikehold (brøyting, strøing, kosting, hull,etc) 9 %
- Informasjons om helsegevinsten: 8 %
- Fous på sykling jevnlig: 7 %
- Arbeidsgiver må tilrettelegge (belønne sykling, dusj/ garderobe fasiliteter, etc) 3 %
- Restriksjoner for bilparkering (høyere pris, færre plasser, osv) 3 %
- Sykkelparkering (bedre og mer) 3%
- Tursykling, tilrettelegg løyper, skilting, etc 3 %
- Holdningsendring hos befolkningen 3 %
- Økte drivstoffpriser 2 %

Under punktet «Bedre fremkommelighet» kan det utdypes med stikkord: Sammenhengende sykkelvegnett, dele opp gående og syklende (malte striper eller fortauskant), belysning, flere snarveger, m.m.

«Flere gang/ sykkelveger» ble rangert slik etter område:

Rafsbotn, Eiby (5 %), Øvre Alta (4%), Tverreldalen, Amtmannsnes, Skaialuft, Kåfjord, Spikerjgerdet, Transfarelv, m.m.

Under «Egen motivasjon» ble det skrevet: levere unger i barnehage – får ikke tid, været, kjøpe sykkel først.

I «motivasjonskampanjer» kom det eksempler på tiltak: «Gratis hjelm», flyveblader til medier og arbeidsgivere – og fortsette sykle-til-jobben kampanjene.

Andre innspill: Bompenger, tilrettelegge for sykkel på buss, flere el-sykkel kampanjer, gratis utlån av sykler på sentrum, kart med alle sykkelveger i Alta, minikurs terrengsykling, servicestasjoner, oppleve økt trygghet som syklist, vinterdekkkampanje, avfallsdunker ved sykkelveger, syklistene må få forkjørersrett hvor bilveg/ sykkelveg krysses og miljø.

Spørsmål nr 2 med kommentarer: «Hva bør vi gjøre for å få enda mer attraktive sykkelforhold i Alta?»

- | | |
|--|------|
| • Bedre fremkommelighet/ tilrettelegging: | 31 % |
| • Vegvedlikehold: | 21 % |
| • Flere gang/ sykkelveger: | 21 % |
| • Flere merkede løyper/ kart, evt arrangere turer: | 7 % |
| • Motivasjonskampanjer: | 4 % |
| • Bedre/ mer sykkelparkering: | 4 % |
| • Holdningsendring hos folk: | 3 % |

Ellers ble det nevnt mer fokus på sykling, bedre tilrettelegging fra arbeidsgivere, flere sykkelanlegg ved skolene, manglende gangfelt bygges ut, vedlikeholdskurs for sykkel, sykkelheis (Buktabakken), mer skilting av urbane ruter, lage planfrie overganger i farlige kryss (Bossekop –x, Øvreveien –EV6 og Storbakken – EV6) trykkluftstasjon i sentrum for pumping av dekk, servicerrunde på syklene mens man er på jobb, flere søppeldunker langs sykkelvegene.

«Bedre fremkommelighet» inneholder underpunkt som Utsiktspunkt og bålplasser, Sammenhengende sykkelvegnett (3 %) Adskilt gang/ sykkelbane (7 %) Asfaltere snarvegene (6 %) Litt for høye overganger kryssing veg (brostein) (2 %) og kryssing av EV 6 (4 %).

Vegvedlikehold har følgende underpunkt: Vintervedlikehold (8%) Bedre belysning (5 %), Kosting om våren (grus, støv, glass) (3%), Følge opp utbyggere som tar seg til rette på gang/ sykkelvegene (1 %), reasfaltere skadet veg (3 %) og siktrydding (2 %).

Forslag på nye gang/ sykkelveger er fra høy prosent til lavest: Øvre Alta, rafsbotn, Talvik, Holstbakken, Spikergjerdet/ prestegårdsjordet, Knut Kvens vei, Rapipas, Skaialuft, Amtmannsnes og Eiby.

9. OPPSUMMERING

Denne rapporten skal som et utgangspunkt kun ta for seg den fasen som har vært, dvs prosjektets opprinnelige periode, fra 2010 – 2013. Det er allerede vedtatt at sykkelbyprosjektet skal fortsette i ytterligere 2 år (ut 2015), men dette vil omhandles i andre dokumenter.

For at et slikt prosjekt skal fungere bør man tilstrebe å sette inn mennesker i arbeidet som «brenner litt for jobben». Det er hvertfall ingen bakdel at personene som involveres fremsnakker sykkelsatsingen og bringer aktuelle synspunkter inn i andre fora. En slik måte å jobbe på anser vi som berikende – både for prosjektet, men viktigst- også for samfunnet det gjelder. Det tar like fullt flere år før de store resultatene melder seg.

Brukerundersøkelsen viser at fire av fem er tilfreds eller meget tilfreds med sykkelforholdene. Folk sykler opptil dobbelt så ofte som tidligere. Flere har også valgt å prøve ut vintersykling, en undervurdert måte å transportere seg på.

Det kan være vanskelig å måle nøyaktig hvor mye hvert tiltak har hatt å si for at økningene i antall sykkelreiser er slik de er. Vi tror at helheten av alle tiltak spiller inn. At snarvegene som er tilrettelagt har vist de korteste veiene for de som sykler. Og at sykle-til skolen/ jobben kampanjen har sparket folk i gang til å velge sykkel. Og når Miljøruteskilt, snarvegskilt og sykkelbarometere står som synlige sykkelbypåminnelser ute langs vegene, så har vi også fått satt fokus på at dette er fremtiden – det er dette som skal til. Da hjelper det at mediene synes våre budskap er viktige å få frem til befolkningen.

Samfunnsøkonomisk sier Helsedirektoratet at hver person som sykler eller går sparer samfunnet med 80 kr pr dag. Hvis et slikt tall kan legges til grunn vil Alta 20 000 innbyggere gi samfunnet en besparelse på over 500 mill kr hvert år. Dette omfatter økt nærvær på jobb og skole, økt overskudd i hverdagen og mindre helsekø. Det skjer gradvis en økt motivasjon og bevisstgjøring hos folk flest angående bedring av sin egen helse, i tillegg til at sykkelbysatsing er fornuftig langsiktig investering.

Fremover ønsker vi at flere i Alta også kan bidra til aktivisering og motivering så vi oppnår flere syklistere. Det kan være bedrifter som tilrettelegger for sine ansatte og kunder, skoler som fortsetter å premiere sine elever til sunne reisevalg, og turlag og idrettsforeninger som oppmuntrer til aktivitet på fritiden. Så skal sykkelbyprosjektet fortsette med tilrettelegging og kampanjer – og dermed bidra til at du kan bruke sykkel til alle reisemål.

Det skal være enkelt og attraktivt å velge sykkel i Alta.

Sykelbyen Alta ved



Bjørg-Anita Joki
Avdelingsleder
Statens vegvesen



Maria Haga
Statens vegvesen



Kristian Øvernes
Statens vegvesen



Per-Bjørn Holm-Varsti
Samferdselssjef
Finnmark fylkeskommune


Gunnstein Flø Rasmussen
Finnmark fylkeskommune


Bjørn-Atle Hansen
Rådmann
Alta kommune


Aase-Kristin Abrahamsen
Alta kommune


Tom Frode Hansen
Alta kommune


Gjermund Abrahamsen Wik
Alta kommune

