

Versjon: 8.1.16

SYKKELBYEN ALTA

Årsrapport
2014



INNEHOLDSFORTEGNELSE

INNEHOLDSFORTEGNELSE.....	2
INNLEDNING.....	3
FORORD.....	4
DELMÅL 1: Øke sykkelandelen med 8 % årlig.....	5
STRATEGI 1.1: Motivere flere til å være fysisk aktiv på sine reiser i Alta.....	5
STRATEGI 1.2: Økt tilrettelegging av gang- og sykkelarenaer, herunder god drift og godt vedlikehold....	11
STRATEGI 1.3: Vintersykkelsatsning.....	15
DELMÅL 2: Øke trafiksikkerheten for syklende i Alta	15
STRATEGI 2.1: Utbedre punkter og strekninger med risiko for sykkelulykker, men spesielt fokus på skoleveier	16
STRATEGI 2.2: Økt fokus på typer uhell og ulykker som kan forebygges.....	17
DELMÅL 3: Øke bevissthet om sammenheng sykling/folkehelse.....	18
STRATEGI 3.1: Ha et aktivt informasjonsarbeid	18
STRATEGI 3.2: Øke kunnskapen hos offentlige myndigheter og beslutningstakere i Alta.....	20
ANNET: Tiltak som retter seg mot flere/alle områder	20

INNLEDNING

Sykkelbyen Alta er et samarbeidsprosjekt mellom Finnmark fylkeskommune, Statens Vegvesen og Alta kommune. Hver av partene har investert kr 5 millioner hver i prosjektet, som i utgangspunktet skulle vare i 3 år, til og med 2013. Dels på bakgrunn av gode resultater og midler som var ubrukte fikk prosjektet mandat til å fortsette ut 2015. Dette ble vedtatt av styringsgruppa til prosjektet.

Prosjektet er organisert med en prosjektgruppe, en styringsgruppe og en referansegruppe.

Vår visjon er å få "Flest mulig til å sykle, - hele året".

Fra 2014 var delmålene:

- Øke sykkelandelen med 8 % årlig
- Øke trafiksikkerheten for syklende i Alta
- Økt bevissthet om sammenheng sykling/ folkehelse

Hovedmålet: «Flere velger sykkel på sine reiser i Alta»

Målgruppen for årsrapporten er "alle", - politikere, ledelse og ansatte i alle de 3 samarbeidende etatene, medier, samt enhver annen som ønsker å vite hvordan vi har jobbet.

Strategi- og tiltaksplan ble revidert i 2014 og kan leses på hjemmesiden til sykkelbyen under «prosjektdokumenter».



FORORD

Etter 3 års drift i prosjektet skulle endelig de store tiltakene og oppgraderingene komme i gang. Det som før hadde vært mange tiltak som ikke hadde kostet veldig mye ble nå erstattet av et par solide investeringer som gjorde dype innhogg i sykkelbykassa. Så store at andre tiltak måtte settes på vent.

Dette gjorde vi med åpne øyne da det i hovedsak gjaldt byggingen av gang/ sykkel trasèen fra Aronnes til Alta sentrum og UiT, Norges arktiske universitet. Prisen på vegen ble til slutt nesten doblet. Bakgrunnen er i hovedsak en sterkere underbygging og ønske om en best mulig veg som blir godt benyttet av de myke trafikantgruppene.



Det andre større arbeidet som ble igangsatt var oppgradering av Byløypa gjennom Alta. Et av områdene var i stor grad en myr, hvor mye masser måtte bygges opp for å få et godt nok bærelag. Topplaget ble vi også kjent for når noen feilaktig trodde vi asfalterte Byløypa. Dette var derimot gjenbruk av asfaltmasser som stammet fra Andørja flystasjon. Ikke alle er klar over at på det underlaget de i dag går eller sykler på, der har også x antall F 16 jagerfly tatt av og landet. Det ble nå mulig å trille seg en tur i naturlige omgivelser med barnevogn, trillekoffert eller på sykkel – fra vest til øst i Alta.

Det følger også en ny inndeling i strategier og tiltak etter gjennomgang i prosjektgruppa i denne årsrapporten. Alle pedagogisk rettede tiltak er nå samlet i en egen strategi, det samme er det som har med infrastruktur å gjøre – om det handler om bygging av nye sykkelveger, snarveger eller sykkelparkering. En siste strategi handler alene om vintersykling, et område vi bør kunne hevde oss på siden vi har gode forutsetninger med tørre og fine vintre.

DELMÅL 1: Øke sykkelandelen med 8 % årlig

STRATEGI 1.1: Motivere flere til å være fysisk aktiv på sine reiser i Alta

Det må arbeides for at flere av dagens bilister velger sykkel som transportmiddel. De som allerede sykler må oppleve å bli prioritert og motivert til å sykle mer. Sykkel skal bli et alternativ som det er lett og velge. Gå-strategien er innlemmet i videre satsing. Tellingene legges til grunn.

I-1: Sykle til skolen/ jobb kampanje

Formål: Øke andelen syklende og gående. Aktivitet registreres på egne skjema. Det deles ut et gavekort pr skole som deltar, på kr 2000. For arbeidsreisende trekkes det 5 gavekort a kr 2500 på alle deltakerne.

Tiltaket ble gjennomført 6 uker om våren (mai + begynnelsen juni) og 6 uker høst (fra ca 20 august).

Kostnad: Det var budsjettet med kr 52 000 til skoler, resultatet ble kr 33 000. For voksne var budsjettet 40 000 noe som også ble resultatet.

Anbefaling: Dette anses som det viktigste motivasjonstiltaket og tilbakemeldinger fra alle spurte er at dette engasjerer og får mange til å benytte kroppslig transport.

I-2: 5 – i form

Formål: Det opprettes en trimgruppe av delvis inaktive personer som er åpen for medieeksponering. Lokale medier følger opp og lager reportasjer som skal inspirere andre til å ta del i treningsopplegget deres, evt. slenge seg med de gangene de har utetrim.

De involverte formtestes før og etter kampanjen på UiT sitt testlaboratorium. Tilsvarende prosjekter, bl.a. i Sandnes, har gitt god respons hos andre i befolkningen.

Tiltaket ble gjennomført i 14 uker fra 1 mai til begynnelsen av september, inklusive 4 uker ferie i juli.

Kostnad: Budsjettet 50 000 kr til formtest og eventualiteter. Faktiske utgifter ble 13 400 kr. Utgiftene gikk til formtest, kajakk-kurs og filming på sykkelkurs.

Anbefaling: Resultatet ble en veldig god formfremgang på de involverte, en kuttet helt å røyke og flere meldte seg inn i organisert trening. En evaluering viste at vi hadde noen få som slengte seg med på fellesøktene, selv om det var mange som leste artiklene som ble skrevet. En evt. ny runde bør opprette en egen blogg evt facebookside – hvor deltakerne får i oppgave å skrive treningsdagbok fra fellesøkter – sammen med koordinatorene.

Det ble var også såpass god pågang av personer som ville delta at gruppa ble utvidet til 7 personer i stedet for 5. Det bør ikke arrangeres over en ferie for å unngå opphold.

Konseptet har mye bra ved seg, men trenger disse oppgraderingene for å treffe enda flere på sosiale medier. Kostholdskurs bør avholdes tidligere enn det ble gjort (ca halvveis).



Fra treningsøkt med 7 i form gruppa.

I-3: EL-sykkel prosjektet

Formål: Motivere flere til å velge sykkel i stedet for motorisert transport. Med en hjelpemotor på sykkelen vil terskelen for å velge sykkel bli lavere for mange som er motivert nok til å velge sykkel. Tiltaket gjennomføres ved delfinansiering av el-sykler, hvor egenandelen i dag utgjør ca kr 5 000. Det søkes eksterne midler til gjennomføring og skal i utgangspunktet ikke belastes sykkelbyen eget budsjett.

Kostnad: Det ble innvilget midler til dette for 2014 fra Gjensidigestiftelsen, kr 500 000. Egenandel pr deltaker på kr 5 000 gjorde at vi klarte å delfinansiere 100 el-sykler som ble delt ut ved Alta rådhus i juni 2014. Mottaksgruppen var «Hele Finnmark» men 94 av syklene havnet i Alta-regionen.

Anbefaling: Tiltaket anbefales videreført da det kun koster timeverk. Det er veldig mange som er motiverte til å gå fra bil til sykkel – men trenger den lille ekstra motivasjonen. En el-sykkel kan da være løsningen. Et svært positivt tiltak med mange treff i lokale som riksdekkende medier.

I-4: Service/ effekter/ belønning

Formål: Sette fokus på å belønne de som går eller sykler på sine reiser. Gratis sykkelservice via sportsbutikkene, vår og høst. Effekter som Sykkelbyen rår over deles ut samtidig.

Ad-hoc kampanjer inngår også, som for eksempel varmt måltid i januar (pizzasnurring), frisk drikke på sommeren, varm drikke høst, osv.

Dette ble gjennomført vår og høst ved start på sykkelkampanjene. Sportsbutikkene stiller gratis opp på morgingene de 4 dagene dette skjer årlig.

Kostnad: Det var budsjettert med 20 000 kroner til tiltaket, utgifter kom på kr 22 000. Dette gikk i hovedsak til YT restitusjonsdrikk (16 000) og varme pizzasnurrer i januar (6 000).

Anbefaling: Tiltaket har virkning på synlighet og økt fokus. Det blir alltid en gladsak i medier / hjemmeside når vi gjennomfører disse

happeningene. Det som ikke koster offentlige midler er uproblematisk å fortsette med, som sykkel-service. Det er neppe flere som sykler selv om vi deler ut YT/ pizzasnurrer på stedene vi står – selv om dette sees på som en positiv gest. Er det økonomisk rom for det bør det vurderes å ha noe mer enn kun servicen å skilte med.

I-5: Europeisk mobilitetsuke

Formål: Fokus på miljøvennlig transport i samarbeid med offentlige myndigheter. Det lages en plan og program årlig. Aktuelt med andre miljøvennlige tiltak samtidig, som brukmarked, demonstrasjon av el-biler, rabatt på kollektive reiser, osv. Avsetting av bilarealer til aktiviteter for myke trafikanter applauderes., tilsvarende åpning av nye gang/ sykkelområder.

Dette gjennomføres 16-22 september hvert år.

Kostnad: Det var budsjettert med kr 20 000 hvorav 4500 kroner ble brukt til å kjøpe inn YT restitusjonsdrikk. I tillegg kommer en del artikler fra EMU sentralt (vegdirektoratet) som sendte oss blinkelys/ reflekser, ballonger, informasjonsbrosjyrer og ringeklokker til sykkel – for utdeling.

Tiltak som ble ført opp i charteret:

- Oppgradering av Byløypa til helårsbruk.
- Oppgradering av snarveger
- Utleie av bysykler ved Avinor
- Oppgradering av bussholdeplasser
- 2 nye sykkelanlegg ved skoler, nærmiljøanlegg.



Det ble også gjennomført offisiell åpning av nytt sykkelbarometer ved Granshagen tirsdag 16.9.14, med premieutdeling av ordfører Laila Davidsen.

I-6: Månedens syklist

Formål: Belønne en syklist pr måned, tilfeldig utplukket langs veiene i Alta. Det lages en liten reportasje til hjemmesiden om vedkommende, som også mottar en sykkeljakke.

Ble gjennomført ca en gang pr måned i 2014.

Kostnad: Det var budsjettert med 50 000 kroner for innkjøp av flere sykkeljakker. 50 nye jakker med avtagbare armer (vest) og logo påtrykt på ryggen kom på ca 40 000 kr.

Anbefaling: Videreføres som en del av tiltak med økt fokus på sykling.

I-7: Sykkelavtalen

Formål: En avtale om forskudd på lønn hos arbeidsgiver. Bedriften legger ut for en ny sykkel og trekker den ansatte i lønn over et års tid. Ingen

begrensning i antall sykler. Øker motivasjonen til å sykle med nytt og bra utstyr, samtidig som det er gunstig økonomisk. Det er viktig å nå ut til alle bedrifter i Alta om ordningen.

Ikke gjennomført noe i 2014 om tiltaket.

Kostnad: Ingen utgifter.

Anbefaling: Videreføres som et mulig tiltak å løfte frem igjen.

I-8: Gåbuss/sykelbuss

Formål: Inspirere foreldre til å la barna gå eller sykle til og fra skolen, for økt aktivitet. Må samordnes mot Foreldreutvalgene ved hver skole, da det er foreldrene og ikke skolene som blir ansvarlig for utførelsen. Må jobbes mot Foreldreutvalg på hver skole.

Det vil vurderes om f eks pensjonister har mulighet til å bidra som trygge voksne.

Ble ikke gjort noen aktive tiltak rundt dette i 2014 da det er vanskelig å finne frivillige som vil drive dette på egen hånd.

Kostnad: 5000 kr til diverse utgifter som refleksvester, utleie av el-sykkelen, etc. Ingen utgifter i 2014.

Anbefaling: Oppføres som et mulig tiltak å dra i gang hvis interessen oppstår.

I-9: Kurs for lærerne

Formål: Korrekt opplæring og bevisstgjøring av trafikkregler. Kurset gir deltakerne kompetanse utover den vanlige sykkelprøven. Kurset har litt teori, og går deretter ut på mest mulig ferdsl i trafikale situasjoner i nærmiljøet.

Tiltaket ble ikke gjennomført i 2014.

Kostnad: Ca kr 15 000 pr gang. Tiltaket søkes dekket gjennom Trafikksikkerhetsmidler fra TS- forum/ Finnmark fylkeskommune.

Koordinering av ts-tiltak skjer i august hvert år internt i Alta kommune.

Anbefaling: Et tiltak som kan iverksettes hvis skolene melder inn et behov for en ny oppdaterende runde.

STRATEGI 1.2: Økt tilrettelegging av gang- og sykkelarenaer, herunder god drift og godt vedlikehold

2-1: Merking av sykkelurløyper

Formål: Synliggjøre trasevalg og gjøre det mer attraktivt å ferdes i terrenget med sykkel. Å dra på tur er folkesport nr. 1 i Norge. Løypene merkes med hvor de går, hvor lange de er, evt. "fargekoding" av vanskelighetsgrad. Henger sammen med turklient på web.

Arbeidet startet i 2014, møter med samarbeidende aktører, som Kåfjord bygdelag, Alta turlag (Den norske turistforening), med flere. Enighet om innhold på skilt og utforming avklart. Settes ut i 2015. Turløypene er allerede merket i digital turklient på web og mulig å laste ned.

Kostnad: Mottatt tilskudd 0,5 mill. kr fra Finnmark fylkeskommune, FEFO, Sametinget og Gjensidigestiftelsen.

Anbefaling: Fullføre tiltaket i 2015.

2-2: Aktivitetssløype ved skolene

Formål: Løype nært skoler for aktivisering av barn og unge. Kan både brukes i friminutter og som organisert aktivitet via skolen. På fritiden er dette åpne nærmiljøanlegg.

Kostnad: 100 000 budsjettert, 173 000 hittil i utgifter. Et løypeanlegg ved Saga skole ferdigstilt, samt et ved Øvre Alta skole. Sistnevnte er det lagt ut for spillemidler i tillegg, hvorav ca. kr 80 000 innbetales (av totalt 127 000) tilbake når søknaden blir godkjent og tilgodesett med tildeling.

Anbefaling: Bør videreføres som tiltak da dette gir aktivitetsmuligheter både i skoletiden og på fritiden for de omkringboende – så lenge det er økonomiske ressurser til rådighet.

2-3: Snarveger

Formål: Oppgradere eksisterende og nye snarveger for enda mer tilrettelegging for gående og syklende. Stier og smett bør vernes også på kart, som en av de store fordelene myke trafikanter har fremfor motorisert ferdsel. Bør settes av midler til ca. 5 snarveger pr år, dersom behov.

Kostnader: 100 000 kr budsjettet, det ble utbetalt kr 1 050 000 på tiltaket. Årsaken er at Byløypa også inngikk i arbeidet som en ekstrainsats.

Ekstra utgifter kom av fyllinger av masser ved Kristianbakken (myrunderlag) samt utlegging av frest asfalt som toppdekke langs Byløypa. Trasèen som går øst/ vest gjennom Alta har fått et tilnærmet universelt utformet underlag med dette. Snarveger som ble oppgradert var:

- Bjørnemyra
- Svaneveien (2 stk)
- Borchgrevinkhøyden (toppdekke)
- Bakkeveien til Morenevegen og videre til Bossekopvegen
- Komsa skole til Øvre Tollevikveien
- Trudvang ned mot Alta sentrum
- Sandfallveien ned til sykkelveg- Bukta
- Storbakken – Sandfallveien
- Høysletta til Utsikten.

Anbefaling: Et bra tiltak som gir store fordeler for kroppslig transport. Positivt at de skiltes og merkes – som igjen gir ytterligere økt synlighet.



2-4: Vedlikehold/ opprustning av sykkelvegene (eksisterende)

Formål: Påpeke mangler overfor veieierne, herunder øke standarden og øke trafikksikkerheten.

Kostnader: Budsjettert med kr 100 000, ingen midler brukt p.ga overskridelse i tiltak 2-3.

Anbefaling: Tiltaket som en overvåkning innen asfaltering, lyspunkt, siktrydding, evt. avsperringer og bedret krysningsløsning bør gjennomføres ca hvert 2 år. Dette for å gi melding til veieierne om behovet.

2-5: Anbefalte nye delutbygginger for et sammenhengende gang- sykkelvegnett

Formål: Gi innspill til veimyndighetene om hvor det anses mest fornuftig å bygge ut for å oppnå flest mulig nye syklende.

Tiltaket skulle vært gjennomført i 2014, men kun delvis utført. I samme tiltak inngår ferdigstilling av ny gang/ sykkelveg over Aronnes.

Kostnader: Kun timeverk. For Aronnes traséen var det budsjettet med 4,1 mill. kr. Regnskapet viste at det ble brukt 5,1 mill. kroner dette året.

Anbefaling: Veieierne bør følges opp med en oversikt over utbyggingsbehov.

2-6: Sykkelparkering

Formål: Tilrettelegging for syklistene som gjør det mer attraktivt å sykle. Aktuelle mottakere er skoler og idrettshaller/ områder og andre offentlige steder. Bedrifter får inntil 50 % av sine utgifter dekket.

Kostnad: Ikke avsatt midler i 2014.

Anbefaling: Skoler, barnehager, treningsparker og delfinansiering til bedrifter har virket positivt. Tiltaket kan gjeninnføres ved f eks ekstern finansiering hvis nye behov dukker opp.

2-7: Oppfølging av gang/ sykkelvei- eiere ang drift og vedlikehold

Formål: Fra Håndbok 111 Standard for drift og vedlikehold av riksveger: «Ferdsearealet for gående og syklende skal være farbart og attraktivt for fotgjengere og syklistene slik at de foretrekker å ferdes der fremfor i kjørebane». Målet henger sammen med at anlegg skal være universelt utformet også under krevende forhold, herunder vinterdrift.

Ansvar ligger hos veieiere i Alta (Statens vegvesen, Finnmark fylkeskommune og Alta kommune). Det er behov for å kunne veilede innen ressursbruk og vise til gode eksempler fra andre steder.

Det må arrangeres jevnlig møter mellom partene for å utveksle erfaringer og muligheter. Kan sees i sammenheng med vintersykkelkampanje. Det er viktig at strategien blir forankret i driftsorganisasjonene.

Kostnad: Kun timeverk.

Anbefaling: En viktig oppfølger for å følge opp veiernes vedlikeholdsansvar. I 2014 var det ingen større behov for å melde inn noe fra Sykkelbyen sine innsendere av driftsmeldinger.

STRATEGI 1.3: Vintersykkelsatsning

3-1: Vintersykkelkampanje

Formål: Få flest mulig til å prøve sykkel på vinterføre. Dagens statistikk viser at andelen syklende om vinteren er svært lav. Det skal vurderes om det også bør iverksettes en egen sykle til jobb/ sole kampanje vinterstid – for å forsterke sykkelandelen.

I samarbeid med sportsbutikkene ble det laget et tilbud til de som velger å sykle utover høst og vinter. Skal bestå av piggdekk, vinterbekledning og evt en servicepakke for vinterbruk.

Kostnad: Det ble valgt å videreføre suksessen fra 2013 med delfinansiering av piggdekk. Totalt ble det brukt 51 600 kroner til 86 syklistere (600 kr i tilskudd pr sykkel, ca 60% av utgiftene). Tilbakemeldinger fra sportsbutikkene er at mange nye ansikter har valgt å teste dette ut i 2014 enn året før.

Anbefaling: Dette har mange sykkelbyer bygget videre på og gir en mye lavere terskel for å prøve ut sykkel på vinterføre. Bør videreføres så fremt det er økonomisk rom for det.

DELMÅL 2: Øke trafikksikkerheten for syklende i Alta

Det har vært et ønske å få økt fokus på trafikksikkerhet i denne fasen av sykkelbyarbeidet. Tidligere skulle temaet ligge som en rød tråd i «alt vi gjorde». Vi erkjenner at det er mer riktig å synliggjøre innsats også på dette feltet.

STRATEGI 2.1: Utbedre punkter og strekninger med risiko for sykkelulykker, men spesielt fokus på skoleveier

4-1: Kartlegging av skolevei i Alta

Formål: Gjennomgå adkomstveier til skolene og vurdere grad av risiko for uhell og ulykker. Slik kan det lettere imøtekommes å la ytterligere flere barn, herunder 3 klassinger, få muligheten til å sykle og gå til skolen på egen hånd.

Gjennom året ble det klart at andre avdelinger i Alta kommune gjør tilsvarende oppgave og tiltaket ble derfor utsatt til resultat fra denne gruppa foreligger.

Kostnad: Det var budsjettert med kr 50 000 til møtevirksomhet og planleggingsmøter, men ingen midler brukt på tiltaket.

Anbefaling: Tiltaket er viktig med tanke på tilrettelegging for barn og unge. Når resultatet fra kommunen sin gruppe som vurderer risiko ved skolevegene har lagt frem sitt arbeid kan tiltaket vurderes på nytt.

4-2: Avklare bruk av bundne midler fra Statens vegvesen

Formål: Ha en dialog og samarbeid med Statens vegvesen om investering av 1 mill. kr i 2014 og 1 mill. kr 2015 ang infrastruktur for syklende langs RV 93 og EV 6. Arbeidet bør også omfatte tilsvarende utredning for andre aktuelle områder. Spesielt trekkes frem Alta sentrum, generelt systemskifter, og prioritering av syklist i trafikken – som finansieres av sykkelbyens budsjett.

Møte hos Statens vegvesen ble gjennomført våren 2014. Det ble klargjort at årets satsing i stor grad ville gå til oppgradering av gang/ sykkelveg i Nerskogen og legging av ny asfalt ved behov vurdert langs sykkelvegene fra vest mot øst langs E6.

Kostnad: 1 mill. kr.

Anbefaling: Tilsvarende møte bør gjennomføres også for 2015 angående bruk av neste års midler. Flere innspill også fra andre kan med fordel tas med i vurderingen.

STRATEGI 2.2: Økt fokus på typer uhell og ulykker som kan forebygges

4-2: Sykkellytkampanje/ synlighetskamp

Formål: Fokus på lys/ synlighet i trafikken. Sporadisk kunne fokusere på og til tider dele ut refleksutstyr/ lys til syklister.

Tiltaket ble ikke gjennomført i 2014 grunnet mangel på økonomi.

Kostnad: 10 000 årlig

Anbefaling: Et positivt tiltak innen trafiksikkerhet som setter fokus på viktig tema. Kan gjennomføres hvis tilstrekkelig med midler.

4-3: Krysse veien kampanje

Formål: Fokus på sikker og eksemplarisk kryssing av vei slik at ulykker og uhell unngås.

Spesielt var fokusområdet syklende over gangfelt. Det ble gjennomført 2 befaringer ved skolestart i høyt trafikkerte vegkryss/ rundkjøringer. Noen av de som kom med sykkel ble intervjuet om valgt fremgangsmåte. Resultatet ble vist i en artikkel på hjemmesiden til sykkelbyen.

Kostnad: Budsjettert med kr 5 000 kr til evt. belønninger til rett adferd, men ble ikke benyttet.

4-4: Fokus på sykkelhjelme

Formål: Øke andelen som benytter sykkelhjelme, spesielt unge (ungdomsskole, videregående skole)

I England vises det til prosjekter hvor man samarbeidet med klesdesignere og andre aktuelle hvor ungdommer fikk lage sine

egne sykkelhjelmer – utformet slik de ville ha dem. Når de unge får et eieforhold til det de har laget gikk brukerandelen merkbart opp. Inspirasjon og ideer tas med f eks de 3 aktuelle skolene.

Tiltaket ble ikke gjennomført i 2014 på grunn av økonomiske innstramninger.

Kostnad: Budsjettert med kr 20 000 i gavekort og til aktuelle tekstiler/ materiell. Ble ikke benyttet.

Anbefaling: Dersom tiltaket vurderes gjennomført på nytt kan det eventuelt søkes om ekstern finansiering. Resultatene fra andre steder oppfattes som veldig positive og førte til økt hjelmbruk blant elevene.

DELMÅL 3: Øke bevissthet om sammenheng sykling/folkehelse

Å bygge opp kunnskapsnivå hos den enkelte innbygger når det gjelder fordelene med aktiv transport er essensielt for å oppnå flere som gjør riktige valg. Gjennom ulike arenaer for informasjon har vi stilt opp de kanalene vi hittil har sett mest formålstjenlig. I tillegg har vi valgt å ha en ekstra mulighet til å informere beslutningstakere i våre organisasjoner – for å kunne oppnå en god forankring av fremtidige prosjekter og tiltak.

STRATEGI 3.1: Ha et aktivt informasjonsarbeid

5-1: Informasjonsspredning via Næringsforeningen

Formål: Informere bedrifter i Alta om fordeler ved bruk av sykkel.

Det er gjort avtale med Alta næringsforening om tillatelse til 2-3 ganger pr år å få sende ut infobrev til alle deres medlemmer om fordelene ved sykling. Det ble her varslet om sykle-til-jobben kampanjer, service på vegen og gitt informasjon om fordelene ved sykling. Dette blir gjort ved starten av hver sykkel kampanje (vår og høst).

Kostnad: Kun timeverk.

Anbefaling: Bør videreføres da den ikke koster penger og når mange voksne.

5-2: Hjemmeside/ Web side

Formål: Dette er en informasjonskanal til Sykkelbyen Alta. Her legges ut informasjon, nyheter og sykkelrelatert stoff. Linker legges også ut på facebook. Andre måter å bruke sosiale medier vurderes fortløpende.

Antall artikler i 2014 ble ca. 30, herunder tema som

- Vunnet fothviler på auksjon
- Utdeling av belønninger 21.1 – varme pizzasnurrer
- Hva skjer i Byløypa – tilrettelegging
- Vokser sykler på trær? – merking av løype fra havna og sentrum til Finnmarkshallen med sykler i lyktestolper
- Åpning av ny tjeneste i Alta kommune – Gata mi – melding om avvik fra publikum.
- Elsykkel kampanjen, sykle til jobb kampanjen, deltakelse i 7-i-form (9 artikler)
- Servicedag Elvebakken, over 200 passerende.
- Uttak av barn til landsfinalen i NAF sykkelkonkurranse.
- 3 klassinger får sykkelopplæring
- Midler til sykkelparkering – bedrifter.
- Bysykler på plass
- Beste bedrifter og sykkelpunkter klare til besøk.
- Alta kommune mottar Bymiljøprisen 2014.

Kostnad: 10 000 kr i serverleie og domeneavgift årlig.

5-3: Mediastrategi

Formål: Avklare hvordan vi bør bruke media mest formålstjenlig for prosjektet. Også å avklare hvem som uttaler seg til media om prosjektet. Dersom det spørres om ting på overordnet nivå, bør styringsgruppa inviteres til å uttale seg.

Har fortløpende blitt tatt opp i sykkelbyarbeidet.

Kostnader: Ingen

Anbefaling: Om det ønskes mest mulig synlighet for et slikt prosjekt bør man ha en strategi på positive og høyfrekventlige saker som er aktuelle og som fenger. Da blir sykling dagsaktuelt og en snakkis på pauserommet blant flest mulig.

STRATEGI 3.2: Øke kunnskapen hos offentlige myndigheter og beslutningstakere i Alta

5-4: Informasjon til ledelse

Formål: Intern opplæring av ledelsen, både politisk og administrativ. Folkehelsekoordinatoren i Alta kommune vil kunne gi informasjon direkte til ledergruppa ved kommunen når man avtaler med rådmannen først.

Dette anses som viktig for å få etablert forståelse for satsinger og tiltak. Det er høyst relevant å invitere personer i relevante nøkkelroller med på regionsamlinger og sykkelkonferanser for tematisk inspirasjon og faglig påfyll.

I 2014 var det den nasjonale sykkelkonferansen i Oslo, som arrangeres hvert andre år. Samferdselssjefen ved Finnmark Fylkeskommune benyttet seg av muligheten til å få dekket en del av utgiftene til deltakelse her.

Kostnad: Budsjettert med 20 000 kr. Benyttet ca 4 000 kr.

Anbefaling: Ved økonomisk romslighet bør slike tiltak tilbys – ikke kun for interne deltakere i prosjektet, men også andre aktuelle. Dette kan være politisk ledelse så vel som andre fra ledergruppene i berørte etater.

ANNET: Tiltak som retter seg mot flere/alle områder

Dette er som vanlig en sekkepost hvor mange mindre tiltak står oppført. Dette er tiltak som ikke er rettet mot noen spesielle, snarere mot alle.

6-1: Sykkeltellinger

Formål: Statistikkverktøy, avklarer hvilken vei utviklingen går i Alta. Leie inn frivillige som kan foreta dette jmf tidligere år (vår og høst telling – 1 uke). I 2014 var det Alta svømmeklubb som telte våren og Alta skolekorps som telte om høsten. Fra 2015 er planen å la barometerne gjøre jobben.

Kostnad: Budsjettert med kr 70 000 i 2014. Det går 25 000 til hver halvårige telling og 20 000 ekstra til nytt tiltak – vintersykkeltelling på 2 punkter.

Anbefaling: Det er av høy viktighet å kunne måle effekten av tiltak man iverksetter. Dersom man ikke har installert barometere må manuelle tellinger foretas i god nok grad for å få gode nok tall klarlagt. Det er i stor grad kun dette som kan si om man lykkes eller ikke, hvis målet er å få opp antall sykkelreiser.

6-2: Effekter og synlighet

Formål: Økt fokus og bevissthet rundt sykling. Prosjektet besitter ca 900 refleksvester, 700 vannflasker og ca 400 refleksbånd fra tidligere innkjøp. Det antas å være tilstrekkelig for Fase 2.

Synlige kampanjer bør merkes med evt bannere/ flagg langs trafikkerte veier for informasjon og motivering. Bestille 30 stk bannere, 1x4 meter for oppheng langs aktuelle lyktestolper i Alta.

Kostnader: Budsjettert med kr 50 000, ingen midler brukt i 2014 grunnet økonomiske innstramninger.

Anbefaling: Dette er et medium viktig tiltak – for å fremme synlighet. Artiklene som kjøpes inn bør få logoen/ kjenne merke til prosjektet og det bør fremstå som nyttig og aktuelt settingen hvor prosjektet virker.

6-3: Til disposisjon

Formål: Frigjøre prosjektleder til å gjennomføre mindre tiltak

Kostnader: 50.000 årlig, 40 000 brukt. Dette gikk til frakt av fothviler, innkjøp av telt til kampanjer, utgifter til sykkelopplæring 3 klassinger,

sjablongsett til Arctic Race of Norway, sykkelpumpe til sentrum, en bilsperre på Sandfallet, m.m.

Anbefaling: Det er veldig forenklede når en prosjektleder kan gjør fortløpende innkjøp i mindre skala til slike ting – uten å måtte la alt avgjøres av en prosjektgruppe og en styringsgruppe hver gang. Det gjør saksbehandling mer effektivt, men det ansvarliggjør også sykkelbykoordinator til å handle inn i sykkelbyens rette ånd.

6-4: Etablere lokallag for Syklistenes Landsforening avd. Alta

Formål: En samarbeidspartner som kan komme med innspill til vårt arbeide – og som representerer den generelle syklist.

Det ble sendt invitasjon til Syklistenes Landsforening en rekke ganger, uten at det ble avtalt tilbake konkret når dette kunne gjøres. Tiltaket er derfor ikke fullført.

Kostnad: 2000 kr til leie møtelokaler og enkel servering. Ingen utgifter er kostnadsført.

Anbefaling: Tiltaket har kun en misjon der det er behov for å få et talerør til den generelle syklist – inn til et slikt prosjekt som Sykkelbyen Alta. I Alta bør det etableres da sykkelandelen er relativt bra men kun organiserte sykkelklubber/ lag er de som fremmer en stemme og blir intervjuet av aviser etc.