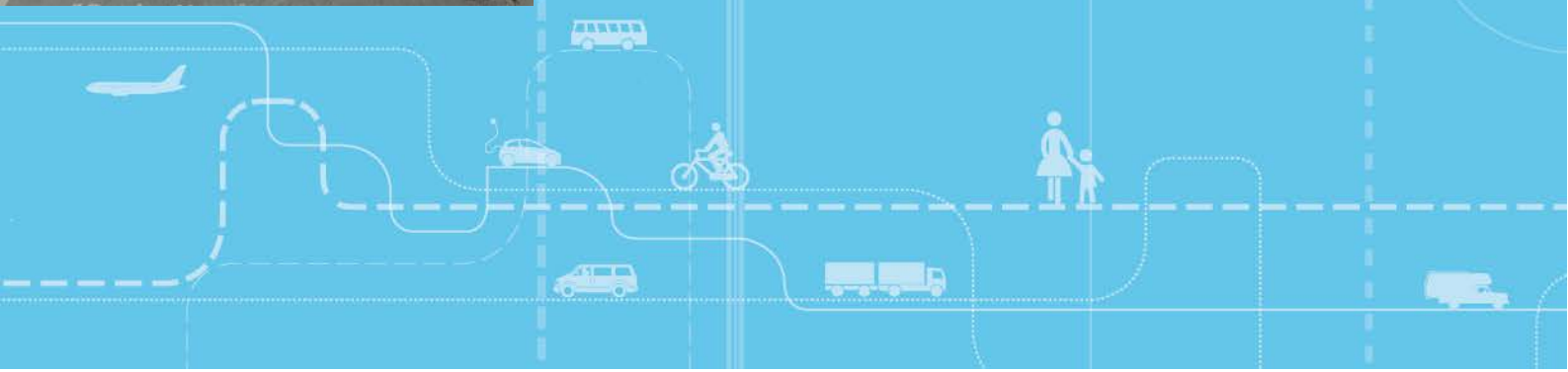


# Egenskaper ved gåstrategier som påvirker deres nytte og effekt

Undersøkelse av gåstrategier for Haugesund,  
Trondheim og Ås





# Egenskaper ved gåstrategier som påvirker deres nytte og effekt

Undersøkelser av gåstrategier for Haugesund, Trondheim og Ås

Marianne Knapskog  
Sebastian Peters  
Aud Tennøy

Forsidebilde: Oddrun Helen Hagen

Transportøkonomisk institutt (TØI) har opphavsrett til hele rapporten og dens enkelte deler. Innholdet kan brukes som underlagsmateriale. Når rapporten siteres eller omtales, skal TØI oppgis som kilde med navn og rapportnummer. Rapporten kan ikke endres. Ved eventuell annen bruk må forhåndssamtykke fra TØI innhentes. For øvrig gjelder [åndsverklovens](#) bestemmelser.

**Tittel:** Egenskaper ved gåstrategier som påvirker deres nytte og effekt: Undersøkelser av gåstrategier i Haugesund, Trondheim og Ås

**Forfattere:** Marianne Knapskog  
Sebastian Peters  
Aud Tennøy

**Dato:** 04. 2021

**TØI-rapport:** 1839/2021

**Sider:** 15

**ISSN elektronisk:** 2535-5104

**ISBN elektronisk:** 978-82-480-2372-2

**Finansieringskilder:** NFR  
Nordland fylkeskommune  
Innlandet fylkeskommune  
Trøndelag fylkeskommune

**Prosjekt:** 4843 – Walkmore

**Prosjektleder:** Tanu Priya Uteng

**Kvalitetsansvarlig:** Frants Gundersen

**Fagfelt:** Byutvikling og bytransport

**Emneord:** Gåstrategier  
Gåing  
Egenskaper  
Nytte  
Effekt

**Title:** Characteristics of walking strategies affecting their usefulness and effect: Studies of walking strategies in Haugesund, Trondheim, and Ås

**Authors:** Marianne Knapskog  
Sebastian Peters  
Aud Tennøy

**Date:** 04. 2021

**TØI Report:** 1839/2021

**Pages:** 15

**ISSN:** 2535-5104

**ISBN Electronic:** 978-82-480-2372-2

**Financed by:** NFR  
Nordland county  
Innlandet county  
Trøndelag county

**Project:** 4843 – Walkmore

**Project Manager:** Tanu Priya Uteng

**Quality Manager:** Frants Gundersen

**Research Area:** Sustainable Urban Development and Mobility

**Keywords:** Walking strategies  
Walking  
Characteristics  
Usefulness  
Effects

#### Sammendrag:

Gange som transportmiddel blir stadig mer aktuelt og viktig. Mange kommuner utarbeider egne gåstrategier for å få flere til å gå og å gjøre opplevelsen av å gå bedre. I denne rapporten har vi undersøkt hvilke egenskaper ved gåstrategier som påvirker om de blir gode og virkningsfulle verktøy i kommunal planlegging. Anbefalinger til byer som skal utarbeide gåstrategier kan oppsummeres som: Gåstrategien bør ha en langsiktig og helhetlig strategisk del og en mer kortsiktig og konkret tiltaksplan som revideres ofte; Kommunen bør lage gåstrategien selv; Gåstrategien bør forankres bredt; Involver flere avdelinger i kommunene og andre relevante aktører i utarbeiding av gåstrategiene; Medvirking med befolkningen er viktig - barnetråkk og kartfesting av data og tiltak kan bidra til engasjement; Kampanjer som uansett gjennomføres bør inkluderes som del av gåstrategien.

#### Summary:

Walking as a means of transport is becoming more relevant and important. Many municipalities develop their own walking strategies to get more people walking and to improve the experience of walking. In this report, we have examined what characteristics of walking strategies affect whether they become effective tools in municipal planning. Recommendations for developing walking strategies can be summarized as: The walking strategy should have a long-term and holistic strategic part and a more short-term and concrete action plan that is revised frequently; The municipality should make the walking strategy itself; The walking strategy should be broadly anchored; Involve multiple municipal departments and other relevant actors in the preparation of the walking strategies; Participation from the population is important – mapping of where children walk and mapping of data and planned interventions are tools to engage; Campaigns that are conducted anyway should be included as part of the walking strategy.

**Language of report:** Norwegian

Transportøkonomisk Institutt  
Gaustadalléen 21, 0349 Oslo  
Telefon 22 57 38 00 - [www.toi.no](http://www.toi.no)

Institute of Transport Economics  
Gaustadalléen 21, N-0349 Oslo, Norway  
Telephone +47 22 57 38 00 - [www.toi.no](http://www.toi.no)

# Forord

Gange som transportmiddel blir stadig mer aktuelt i diskusjoner om byutvikling og bytransport. Statens vegvesen utga i 2012 *Nasjonal gåstrategi* med to hovedmål: at det skal være attraktivt å gå for alle, og at flere skal gå mer. Økte gangandeler og at flere går mer kan blant annet bidra til redusert bilbruk, trafikkmengder og utslipp, bedre folkehelse, triveligere og mer levende byer, økt sosial interaksjon og styrking av kollektivtrafikkens konkurransekraft.

Denne rapporten er utarbeidet som del av forskningsprosjektet WALKMORE, som skal utvikle kunnskap om hvordan man kan planlegge og utvikle små norske byer på måter som bidrar til at opplevelsen av å gå blir bedre og at flere går mer. Som del av dette arbeidet har prosjektet undersøkt hvilke egenskaper ved gåstrategier som påvirker om og hvordan de er nyttige og har effekt. I et tidligere prosjekt fant vi ingen systematiske undersøkelser av gåstrategier. Vi har velger derfor å publisere denne studien slik at andre kan få nytte av den. Arbeidet er gjennomført av Sebastian Peters, NMBU og Marianne Knapkog og Aud Tennøy, TØI. Vi vil rette en takk til de som har stilt opp i intervjuer.

Oslo, april 2021

Transportøkonomisk institutt

*Bjørne Grimsrud*  
*Direktør*

*Frants Gundersen*  
*Konstituert avdelingsleder*



# Innhold

## Sammendrag

### Summary

<b>1</b>	<b>Innledning</b> .....	<b>1</b>
1.1	Bakgrunn.....	1
1.2	På hvilke måter gåstrategier kan gi effekt .....	1
1.3	Metode .....	2
<b>2</b>	<b>Gåstrategi for Haugesund</b> .....	<b>3</b>
2.1	Om strategien.....	3
2.2	Strategiens innhold og mål.....	3
2.3	Effekter .....	4
2.4	Erfaringer og anbefalinger .....	5
<b>3</b>	<b>Gåstrategi for Trondheim</b> .....	<b>6</b>
3.1	Om strategien.....	6
3.2	Strategiens innhold og mål.....	6
3.3	Effekter .....	7
3.4	Erfaringer og anbefalinger .....	8
<b>4</b>	<b>Sykkel- og gåstrategi for Ås</b> .....	<b>9</b>
4.1	Om strategien.....	9
4.2	Strategiens innhold og mål.....	9
4.3	Hva man prøver å oppnå med strategien.....	11
4.4	Erfaringer og anbefalinger .....	11
<b>5</b>	<b>Oppsummering</b> .....	<b>12</b>
	<b>Referanser</b> .....	<b>14</b>
	<b>Vedlegg 1 - Intervjuguide</b> .....	<b>15</b>





## Sammendrag

# Egenskaper ved gåstrategier som påvirker deres nytte og effekt

## Undersøkelser av gåstrategier for Haugesund, Trondheim og Ås

TØI rapport 1839/2021

Forfattere: Marianne Knapskog, Sebastian Peters, Aud Tennøy

Oslo 2021 15 sider

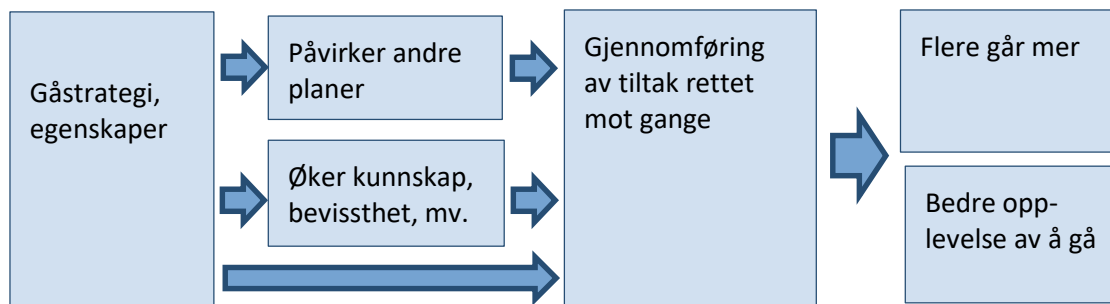
*Gange som transportmiddel blir stadig mer aktuelt og viktig i diskusjoner om byutvikling og bytransport. Mange kommuner utarbeider egne gåstrategier for å få flere til å gå og å gjøre opplevelsen av å gå bedre. I denne rapporten har vi undersøkt hvilke egenskaper ved gåstrategier som påvirker om de blir gode og virkningsfulle verktøy i kommunal planlegging. Anbefalinger til byer som skal utarbeide gåstrategier kan oppsummeres som: Gåstrategien bør ha en langsiktig og helhetlig strategisk del og en mer kortsiktig og konkret tiltaksplan som revideres ofte; Kommunen bør lagre gåstrategien selv; Gåstrategien bør forankres bredt; Involver flere avdelinger i kommunene og andre relevante aktører i utarbeiding av gåstrategiene; Medvirkning med befolkningen er viktig - barnetråkk og kartfesting av data og tiltak kan bidra til engasjement; Kampanjer som uansett gjennomføres bør inkluderes som del av gåstrategien.*

## Innledning

Gange som transportmiddel er et viktig tema i diskusjoner om byutvikling og bytransport. Økte gangandeler på hverdagsreisene er viktig for at flere skal nå mål for daglig fysisk aktivitet og om nullvekst i biltrafikken norske byområder. Flere gående bidrar til at gater og områder oppleves som mer trivelige og levende, og kan bidra til økt sosial interaksjon. Statens vegvesen utga i 2012 nasjonal gåstrategi med to hovedmål: at det skal være attraktivt å gå for alle, og at flere skal gå mer. En viktig hensikt med dette var at flere kommuner skulle utarbeide gåstrategier.

Denne rapporten er utarbeidet som del av forskningsprosjektet WALKMORE, som skal utvikle kunnskap om hvordan man kan planlegge og utvikle små norske byer på måter som bidrar til at opplevelsen av å gå blir bedre og at flere går mer. Gjennom prosjektet følger vi tre byers arbeid med å utvikle egne gåstrategier og bistår dem i dette. Som del av dette arbeidet har prosjektet undersøkt hvilke egenskaper ved gåstrategier som påvirker om de får effekt. I et tidligere prosjekt fant vi ingen systematiske undersøkelser av gåstrategier. Vi velger derfor å publisere denne enkle studien, slik at andre kan få nytte av den.

I oppstarten av arbeidet med å utvikle en gåstrategi, er det naturlig å spørre hva som kjennetegner gåstrategier som fungerer som gode og virkningsfulle verktøy i kommunal planlegging. Det forstår vi som at gåstrategiene bidrar til at det gjennomføres endringer og tiltak som bidrar til at flere går og at opplevelsen av å gå blir bedre. Gåstrategier kan bidra til dette direkte, for eksempel ved at det lages tiltaksplaner med tiltak som bidrar til måloppnåelse, se Figur S1. Tiltak kan være større eller mindre fysiske ombygginger og endringer, regulatoriske endringer, endringer i ansvarsforhold, kampanjer, bedre drift og vedlikehold, mv. Gåstrategier kan også bidra til måloppnåelse indirekte, ved at de påvirker andre planer på måter som gir en fysisk utvikling (og annet) som bidrar til at flere går og at opplevelsen av å gå blir bedre.



Figur S1: Hvordan gåstrategier kan bidra til at flere går mer og at opplevelsen av å gå blir bedre. Basert på Hagen, Knapskog og Tennøy (2019).

En rekke egenskaper ved gåstrategier kan påvirke om og hvordan de gir effekt og bidrar til måloppnåelse, som: Målsettinger, strategiske grep, hvor konkrete disse er, bruk av dokumentert kunnskap, hvordan resultater skal måles, utforming av dokumentet, hvilke prosesser som er gjennomført og hvem som har deltatt, mv.

Vi har undersøkt dette gjennom komparative casestudier, hvor gåstrategier for Haugesund, Trondheim og Ås var case. Undersøkelsen ble gjennomført ved hjelp av dokumentstudier og intervjuer med relevante fagpersoner.

## Resultater

De tre gåstrategiene er ganske ulike, både fordi de er tilpasset den lokale konteksten og fordi det har ulikt fokus. Gåstrategien i *Haugesund* ble utarbeidet som bakgrunnsdokument til kommuneplanen. Den består av et kart som viser viktige forbindelser og hvordan disse knytter sammen målpunkt for gående. Den har også en tiltaksplan rettet mot fire ulike temafelt: arealbruk, byutvikling, utforming og holdninger. Gåstrategien for *Trondheim* har søkelys på snarveier, synliggjøring av gange i gatebildet og informasjonsdesign (skilt, logo, budskap malt på gater og fortau). De har valgt å fremheve det lekne og positive ved gange. De har valgt å starte med det enkle som gir raske resultater, og så ta opp de større utfordringene senere. *Ås* kommune har laget en felles sykkel- og gåstrategi, som følger plan- og bygningslovens prosedyrer med medvirkning, høringer og vedtak (som den eneste av de tre gåstrategiene). Den har en langsiktig del som ligger fast, og en kortsiktig tiltaksdel som revideres årlig i forbindelse med at det kommunale budsjettet vedtas. Dette gjør at strategien blir aktivt brukt og at handlingsdelen blir oppdatert regelmessig.

Alle de tre gåstrategiene har altså en strategisk og langsiktig del, og Trondheim og Ås har også konkrete tiltaksplaner. Ingen av strategiene har lagt opp til å måle effekter av strategien og tiltakene innen gitte tidsfrister. Alle de tre kommunene hadde valgt å lage gåstrategien selv, og de mener at dette bidrar til å bygge kunnskap, eierskap og engasjement. Alle hadde likevel leid inn hjelp til avgrensede oppgaver som design, beregning av transportmiddelfordeling og spørreundersøkelser. Alle har også lent seg på den nasjonale gåstrategien.

De vi intervjuet sa at det er viktig å forankre gåstrategien bredt politisk og administrativt i kommunen, og å inkludere relevante aktører som Statens vegvesen og fylkeskommunen. Alle mente det er viktig at det er definert noen som skal følge opp og gi innspill om gåing internt i kommunen i ulike prosesser. Inkludering av fagpersoner på tvers av sektorer skaper også tillit og bevissthet om gange.

De tre byene har hatt ulik grad av medvirkning med befolkningen, men alle prosjektlederne ser det som viktig. Barnetråkk<sup>1</sup> og lignende, og kartfesting av data og tiltak, bidrar til at befolkningen blir mer aktiv både i utarbeiding og oppfølging av strategien.

Det står lite om kampanjer som 'beintøft'<sup>2</sup> og 'sykle til jobben'<sup>3</sup> i gåstrategiene, sammenlignet med hvor viktige disse er i byene. Slike kampanjer burde kanskje få en mer fremtredende plass i gåstrategiene.

Resultatene viste at gåstrategiene har hatt effekt både direkte ved at det lages tiltaksplaner og gjennomføres tiltak som kan bidra til at flere går mer og at det blir bedre å gå, og ved at de påvirker andre planer i retninger som bidrar til dette. Arbeidet med gåstrategiene bidrar også til økt kunnskap, bevissthet og engasjement, som kan bidra til at byene utvikles på måter som gir måloppnåelse.

## Anbefalinger

Vi fant at ulike egenskaper ved gåstrategiene har påvirket om og hvordan de bidrar til måloppnåelse, her at flere går mer og at opplevelsen av å gå blir bedre. Basert på funnene i undersøkelsen kan anbefalinger til andre byer som skal lage gåstrategier oppsummeres som:

- Gåstrategien bør ha en langsiktig og helhetlig strategisk del og en mer kortsiktig og konkret tiltaksplan som revideres ofte
- Det er fordelaktig at kommunen lager gåstrategien selv, fordi det bidrar til å bygge kunnskap, eierskap og engasjement, og så kan man leie inn hjelp til avgrensede oppgaver
- Det er viktig å forankre gåstrategien bredt, både administrativt, politisk og i befolkningen
- Involver flere avdelinger i kommunene (som plan, oppvekst og drift) og andre relevante aktører (særlig fylkeskommunen og Statens vegvesen) i utarbeiding av gåstrategiene
- Medvirkning med befolkningen er viktig - barnetråkk og kartfesting av data og tiltak kan bidra til engasjement
- Kampanjer som uansett gjennomføres bør inkluderes som del av gåstrategien

---

<sup>1</sup> Se: <https://www.barnetrakk.no/>

<sup>2</sup> Se: <https://www.beintoft.no/>

<sup>3</sup> Se: [Sykle til jobben](#)



## Summary

# Characteristics of walking strategies affecting their usefulness and effect

## Studies of walking strategies in Haugesund, Trondheim, and Ås

*TOI Report 1839/2021*

*Authors: Marianne Knapskog, Sebastian Peters, Aud Tenøy*

*Oslo 2021 15 pages Norwegian*

---

*Walking as a means of transport is rapidly becoming more relevant and important. Many municipalities develop their own walking strategies to get more people walking and to improve the experience of walking. In this report, we have examined what characteristics of walking strategies that affect whether they become good and effective tools in municipal planning. Recommendations for cities developing walking strategies can be summarized as: The walking strategy should have a long-term and holistic strategic part and a more short-term and concrete action plan that is revised frequently; The municipality should make the walking strategy itself; The walking strategy should be broadly anchored; Involve multiple municipal departments and other relevant actors in the preparation of the walking strategies; Participation from the population is important – mapping of where children walk and mapping of data and planned interventions are tools to engage; Campaigns that are conducted anyway should be included as part of the walking strategy.*

## Introduction

Walking as a means of transport is an important topic in discussions about urban development and urban transport. Increased walking shares on everyday trips are important for more people to achieve targets for daily physical activity and for achieving the zero growth in traffic volumes in Norwegian urban regions. More walking contributes to more pleasant and vibrant streets and cities, and it can contribute to increased social interaction. In 2012, the Norwegian Public Roads Administration published a national walking strategy with two main objectives: to improve the experience of walking and, and to make more people walk more. An important purpose of this was to stimulate municipalities to develop their own walking strategies.

This report has been prepared as part of the research project WALKMORE, which will develop knowledge about how to plan and develop small Norwegian cities in ways that contribute to improving the experience of walking and to make more people walk more. Through the project we follow the work of three small cities in developing their own walking strategies and assist them in this. As part of this, we have examined what characteristics of walking strategies that affect whether they become good and effective tools in municipal planning. In a previous project, we found no systematic investigations of walking strategies. We have therefore decided to publish our findings so that others can benefit from it.

When starting the work of developing a walking strategy, it is natural to ask what characterizes walking strategies that could be useful and effective tools in municipal planning. We understand this as the walking strategies contributing to changes and implementation of measures that contribute to more people walking, and to improving the experience of walking.

Walking strategies can contribute to this directly, for example, by developing action plans with measures that contribute to goal achievement, see Figure S1. Measures may include

large and small physical interventions, regulatory changes, changes in responsibilities, campaigns, better operations and maintenance, etc. Walking strategies can also contribute to goal achievement indirectly, by affecting other plans in ways that lead to a development of land use and transport systems (and other issues) that contribute to more people walking and improved walking experiences.

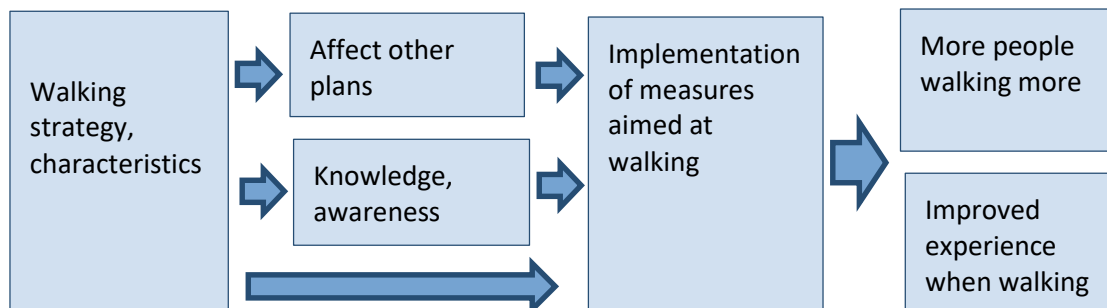


Figure S1: How walking strategies can help more people walk more and improve the experience of walking. Based on Hagen, Knapskog and Tennøy (2019).

Different characteristics of walking strategies can influence whether and how they constitute useful and efficient tools and contribute to goal achievement, such as: Defined goals, strategic approaches, how specific they are, the use of proven knowledge, how results are evaluated, the design of the document, what processes have been implemented, who has participated, etc.

We have examined this through comparative case studies with the walking strategies for Haugesund, Trondheim and Ås as cases. The study was conducted using document studies and interviews with relevant professionals.

## Results

The three walking strategies are quite different, both because they are adapted to the local context and because their focus differ. The walking strategy in *Haugesund* was prepared as a background document for the municipal master plan. It consists of a map that shows important links and how these connect destinations for walking. It also has an action plan aimed at four different themes: land use, urban development, design, and changing attitudes. The walking strategy for *Trondheim* focuses on shortcuts, visibility of walking in streets, image, and information design (signage, logos, messages painted on streets and pavements). They highlight the playful and positive sides of walking. They have chosen to start with ‘easy’ projects that give quick results, and then address bigger challenges later. *Ås* municipality has developed a common cycling and walking strategy which follows the planning and building laws’ procedures with respect to participation, hearings, and decisions (as the only one of the three walking strategies). It has a long-term strategic part that is fixed, and a short-term action plan that is revised annually in connection with the adoption of the municipal budget. This ensure an active use of the strategy, and that the action section is regularly updated.

In sum, all three walking strategies have a strategic and long-term part, and Trondheim and Ås also have concrete action plans. None of the strategies plan to measure the effects of the strategy and its measures within defined deadlines. All three municipalities have chosen to make the walking strategy themselves, and they agree that this contributes to building knowledge, ownership, and engagement. However, all hired consultants for limited tasks

such as design, transport distribution calculation, and surveys. All furthermore leaned on the national walking strategy.

Those we interviewed said that it is important to anchor the walking strategy broadly politically and administratively in the municipality, and to include relevant actors such as the county and the Norwegian Public Roads Administration. All find it important that someone is responsible for following up the strategy and give input about walking within the municipality in various processes. Inclusion of professionals across sectors also creates trust and awareness of walking and reduces vulnerability.

The three cities have had different degrees of participation with the population, but all the project managers see it as important. The mapping of where children walk ('barnetråkk') and similar, as well as mapping of data and measures, contribute to the population becoming more active both in the preparation and follow-up of the strategy.

The walking strategies say little about campaigns such as 'beintøft' and 'cycling to work', compared to how important these are in cities. Such campaigns should perhaps be given a more prominent place in the walking strategies.

The results showed that the walking strategies have had an effect both directly by the making of action plans and implementation of measures that can contribute to more people walking more and improved experiences when walking, and indirectly by influencing other plans in directions that contribute to this. The work with the walking strategies also contributes to increased knowledge, awareness, and commitment, which can contribute to the cities being developed in ways that achieve goals related to walking.

## **Recommendations**

We found that different characteristics of the walking strategies have affected whether and how they contribute to goal achievement related to walking. Based on findings of the study, recommendations for other cities to create walking strategies can be summarized as:

- The walking strategy should have a long-term and comprehensive strategic part and a more short-term and concrete action plan that is revised frequently
- It is advantageous that the municipality makes the walking strategy itself, because it helps to build knowledge, ownership and engagement, help can be hired for limited tasks
- It is important to anchor the walking strategy broadly, both administratively, politically and in the population
- Involve multiple departments in the municipalities (such as planning, health, and maintenance) and other relevant actors (especially the county municipality and the Norwegian Public Roads Administration) in the preparation of the walking strategies
- Participation with the population is important - mapping of where children walk ('barnetråkk') and similar, as well as mapping of data and measures, could cause engagement
- Yearly campaigns should be included as part of the walking strategy





# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunn

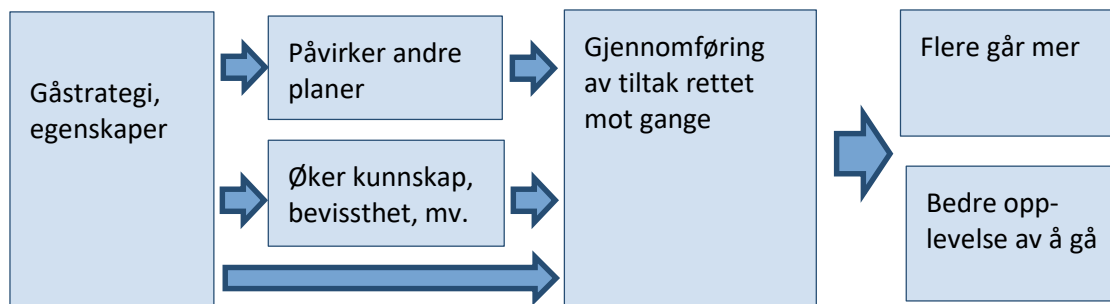
Gange som transportmiddel er et viktig tema i diskusjoner om byutvikling og bytransport. Økte gangandeler på hverdagsreisene er viktig for at flere skal nå mål for daglig fysisk aktivitet (Helse- og omsorgsdepartementet 2015, Vegdirektoratet 2012). Videre er det sentralt for å nå målet om nullvekst i biltrafikken i norske byer, og å kutte klimagassutslipp fra transport. Flere gående bidrar til at gater og områder oppleves som mer trivelige og levende, og kan bidra til økt sosial interaksjon. Gange er dessuten en viktig del av kollektivreisen, tilrettelegging for gangtrafikk kan derfor bidra til at flere velger kollektivt fremfor privat bil på daglige reiser (Hillnhütter 2016). Som et ledd i å få flere til å gå utga Statens vegvesen i 2012 nasjonal gåstrategi med to hovedmål: at det skal være attraktivt å gå for alle, og at flere skal gå mer (Vegdirektoratet 2012). Statens vegvesen har også utarbeidet en veiledning for kommuner som utvikler sine egne lokale gåstrategier (Vegdirektoratet 2014). Hensikten var at flere kommuner skulle utarbeide gåstrategier.

Denne rapporten er utarbeidet som del av forskningsprosjektet WALKMORE, som skal utvikle kunnskap om hvordan man kan planlegge og utvikle små norske byer på måter som bidrar til at opplevelsen av å gå blir bedre og at flere går mer. I prosjektet følger vi også tre byers arbeid med å utvikle egne gåstrategier og bistår dem i dette. Som del av dette arbeidet har vi undersøkt hvilke egenskaper ved gåstrategier som påvirker om de får effekt. I et tidligere prosjekt fant vi ingen systematiske beskrivelser eller undersøkelser av norske eller utenlandske gåstrategier (Hagen, Tennøy og Knapskog 2019). Vi har derfor valgt å publisere denne enkle studien, slik at andre også kan få nytte av den.

## 1.2 På hvilke måter gåstrategier kan gi effekt

I oppstarten av arbeidet med å utvikle en gåstrategi, er det naturlig å spørre hva som kjennetegner gåstrategier som fungerer som gode og virkningsfulle verktøy i kommunal planlegging. Det forstår vi som at gåstrategiene bidrar til at det gjennomføres endringer og tiltak som bidrar til at flere går og at opplevelsen av å gå blir bedre.

Gåstrategier kan bidra til dette direkte, for eksempel ved at det lages tiltaksplaner med tiltak som bidrar til måloppnåelse, se Figur 1. Tiltak kan være større eller mindre fysiske ombygginger og endringer, regulatoriske endringer, endringer i ansvarsforhold, kampanjer, bedre drift og vedlikehold, mv. (se Hagen, Tennøy og Knapskog 2019 for en oppsummering av kunnskap om hvordan fysiske omgivelser påvirker om folk går og opplevelsen av å gå). Gåstrategier kan også bidra til måloppnåelse indirekte, ved at de påvirker andre planer på måter som gir en fysisk utvikling (og annet) som bidrar til at flere går og at opplevelsen av å gå blir bedre.



Figur 1: Hvordan gåstrategier kan bidra til at flere går mer og at opplevelsen av å gå blir bedre. Basert på Hagen, Knapskog og Tennøy (2019).

En rekke egenskaper ved gåstrategier kan påvirke om og hvordan de gir effekt og bidrar til måloppnåelse. Det kan for eksempel dreie seg om: hvilke målsettinger som er definert og hvordan disse er formulert; hvilke typer strategiske grep som er beskrevet og hvor konkrete disse er; i hvilken grad de strategiske grepene underbygges med dokumentert kunnskap; om det er definert hvordan måloppnåelse skal evalueres; hvordan selve publikasjonen er utformet; hvilke prosesser som er gjennomført i utarbeidelsen av strategien; hvem som har deltatt, mv. Et interessant spørsmål er om 'rene gåstrategier' har større eller mindre effekt enn gåstrategier som inngår i mer helhetlige transportstrategier eller i samordnede areal- og transportstrategier. Her kan overgangen mot ordinære planer, som kommuneplaner og områdeplaner, bli uklar.

### 1.3 Metode

Som forskningsdesign i undersøkelsen av hvordan egenskaper ved gåstrategier påvirker om og hvordan de får effekt, valgte vi komparative casestudier. Vi skaffet oss oversikt over alle norske gåstrategier som var vedtatt til og med mai 2020, og valgte gåstrategiene for Haugesund, Trondheim og Ås som case. Disse tre gåstrategiene representerer ulike typer gåstrategier. Vi mener at de kan gi læring for små norske byer som skal utarbeide egne gåstrategier, og de lener seg på den nasjonale gåstrategien. Undersøkelsen ble gjennomført ved hjelp av dokumentstudier og intervjuer med relevante fagpersoner.

Gjennom dokumentstudiene kartla vi i hovedsak: Motivasjon; Mål og tiltak; Kunnskapsbasis; Aktører og prosess; Type strategi; Type dokument.

For å utdype dokumentanalysen av gåstrategiene ble det gjort fem intervjuer med relevante fagpersoner i de tre casebyene. Vi kontaktet kommunene med mål om å intervjuer prosjektleder for gåstrategien (mest om prosessen med å lage gåstrategi) og en planlegger i planavdelingen (mest om hvordan gåstrategien er tatt i bruk og har hatt effekt). I Haugesund og Trondheim hadde prosjektleder for gåstrategien sluttet i kommunen, men de sa seg likevel villige til å bli intervjuet. I disse byene intervjuet vi tidligere prosjektleder, samt en planlegger som fortsatt jobbet i kommunen. I Ås intervjuet vi en planlegger som hadde jobbet mye med gåstrategien og fulgt den opp i etterkant.

Gjennom intervjuene fikk vi grundigere innsikt i (se intervjuguide i vedlegg): Prosess og utarbeidelse av gåstrategien; Kunnskapsgrunnlag for strategiene; Om gåstrategien har hatt effekt; Egenskaper ved gåstrategien som påvirker om den får effekt; Råd til andre byer.

Både dokumentanalysen og intervjuene ble gjennomført høsten 2020. De som ble intervjuet fikk tilsendt referat, som de har godkjent. Noen hadde utfyllende kommentarer eller opprettinger som ble tatt inn i referatet.

## 2 Gåstrategi for Haugesund

### 2.1 Om strategien

Gåstrategi for Haugesund<sup>4</sup> ble ferdigstilt i 2014. Strategien ble utarbeidet av klima- og energirådgiver for kommunen. Prosjektleder ble ansatt for å jobbe med strategien, og etter hvert overført til planavdelingen for et tettere samarbeid. Denne strategien er en av de første i landet som ble utarbeidet og har blitt ansett som en slags pilot for gåstrategier. Derfor fikk Haugesund kommune finansiering gjennom Transnova som gjorde det mulig å ansette en prosjektleder for å lage strategien.

Strategien ble vedtatt sammen med og som en del av kommuneplanens arealdel. Det ble ikke gjennomført egen medvirkning for gåstrategien og Haugesund kommune hadde heller ikke egne høringsprosesser for gåstrategien.

Kommunen utarbeidet strategien selv uten hjelp fra konsulenter. Den er i stor grad basert på kunnskap kommunen allerede hadde, men de brukte en konsulent for å gjennomføre en spørreundersøkelse som ble brukt for å komplettere kunnskapsgrunnlaget for strategien.

Strategien har ikke blitt revidert siden den ble ferdigstilt i 2014. Etter at prosjektleder sluttet i kommunen er det ingen som har fått ansvaret for gåstrategien. Gåstrategien er fremdeles gyldig og blir brukt i saksbehandlingen av planer og byggesaker.

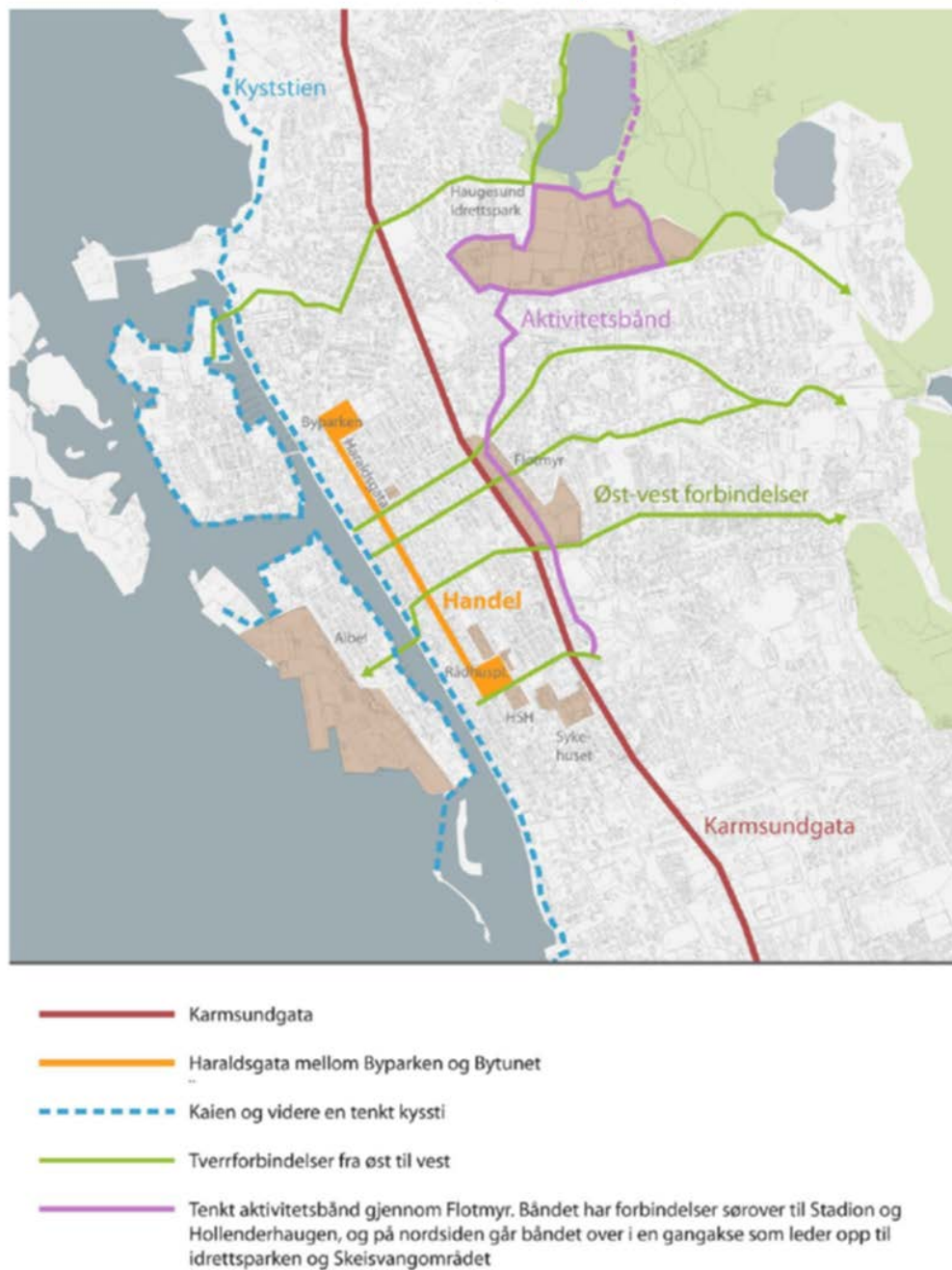
### 2.2 Strategiens innhold og mål

Gåstrategien for Haugesund har som overordna mål å forbedre folkehelse, skape et levende bysentrum, sørge for attraktive gangarealer, bygge opp under nye vaner og holdninger til det å gå og skape en gå-kultur. Gåstrategien har en tiltaksplan rettet mot fire ulike temafelt: arealbruk, byutvikling, utforming og holdninger. Alle fire overordna mål er utdypet og forklart i dokumentet.

Noen mål og tiltak er generelle mens andre er konkrete. De konkrete er særlig knyttet til fysiske tiltak, supplert og tydeliggjort med kart som viser viktige forbindelser for gående. Dette kartet er vist i Figur 2. Strategien er knyttet til viktige utviklingsretninger for Haugesund, og den er i overensstemmelse med kommuneplanens arealdel. Kartet fremstiller viktige forbindelser og hvordan disse knytter sammen målpunkt for gående. Forbindelsene er gitt ulike formål, det er en gjennomfartsåre, en gågate, en kyststi og en forbindelse til friluftaktiviteter. Det er også definert noen viktige tverrforbindelser. Haugesund kommune har ikke satt tidsfrister for at tiltakene skal være gjennomført.

---

<sup>4</sup> <https://www.haugesund.kommune.no/component/tags/tag/gastrategi>



Figur 2: Strategikart Haugesund. Faksimile fra gåstrategien.

## 2.3 Effekter

Det er vanskelig å identifisere konkrete effekter av gåstrategien. Gåstrategien stiller ikke konkrete krav om å måle effekter. Gåstrategien har ikke blitt revidert, og det er ikke rapportert til politikere eller andre hva som er skjedd etter at gåstrategien ble vedtatt.

Gjennom intervjuene kommer det likevel frem at planleggerne mener gåstrategien har hatt effekt. Det viktigste er at arbeidet med gåstrategien skapte økt bevissthet i kommunen administrativt og blant politikere rundt gange og tilrettelegging for gange. Det er en viktig effekt slik planleggerne ser det. Gåstrategien anses også som et grunnlag for andre planer.

Planleggerne fremhever at plankart i andre planer følger strategikartet som er vist i Figur 2. Viktige gangakser har på denne måten fått høyere status gjennom gåstrategien. Kyststien har fått mere oppmerksomhet på grunn av gåstrategien.

Det blir også påpekt at gange er blitt prioritert og koblet særlig til sentrumsplanleggingen. Kommunen viser til eksempler på at gange har blitt bedre ivaretatt ved opparbeidelsen av et torg som skal forbedre omgivelsene i sentrum, og at bedre tilrettelegging for gange har skjedd på bekostning av biltilgjengelighet ved at det har vært faglig og politisk vilje til å fjerne parkeringsplasser for å skape gangareal.

Kampanjer for gange til skole og arbeid er blitt en del av kommunens arbeid med gange og gjennomføres hvert år. De har ikke kartlagt effekter av dette.

## **2.4 Erfaringer og anbefalinger**

Gåstrategien for Haugesund er sannsynlig den eldste gåstrategien for enkeltkommuner i Norge. Gåstrategien er sterkt koblet til kommuneplanarbeidet. Det ser ut til at det særlig er strategikartet som har hatt stor effekt, blant annet ved å gjøre gange mer synlig i planleggingen.

Prosjektleder sier at kommunen hadde nok gjort det annerledes i dag. Blant annet:

- kunne gåstrategien vært mer konkret på tiltak, inkludert det å sette tidsfrister på tiltakene og rapportering
- kommunen ville ha involvert staten mer
- kommunen ville hatt en mer åpen og mer formell prosess, for eksempel med egen medvirkningsprosess og høring for bare gåstrategien og ikke sammen med kommuneplanen

Prosjektlederen tror at egne prosesser for gåstrategien kunne gjort forankringen bedre, mens planleggeren tror denne har kommet etter hvert. Begge er enige om at ved en revisjon ville gåstrategien hatt ett bredere fokus og en større grad av medvirkning. Den eksisterende planen inkluderer for eksempel ikke andre bydeler enn sentrum i særlig grad. Haugesund kommune har i ettertid også hatt gode erfaringer med barnetråkk. De skulle gjerne hatt ressurser til å gjennomføre barnetråkk som dekker alle skolene i byen, og dette kunne vært inkludert i gåstrategien. De skulle også gjerne hatt flere eksterne analyser. De ser at spørreundersøkelser som den de fikk utført av en konsulent er et viktig tillegg til de undersøkelsene de selv gjør og har tilgang til.

## 3 Gåstrategi for Trondheim

### 3.1 Om strategien

Gåstrategien fra Trondheim<sup>5</sup> er fra 2016 og ble vedtatt av kommunestyret i Trondheim. Kommunen hadde ansvaret for arbeidet med gåstrategien selv, og det ble ikke brukt ekstern konsulent i utviklingen av selve strategien. Arbeidet med gåstrategien ble lagt til 'gågruppa', en tverrsektoriell gruppe i Miljøpakken (slik den var organisert 2013-2017) med representanter fra kommunen, Statens vegvesen og fylkeskommunen. Gåstrategien hadde ingen egne høringsprosesser ettersom den var en del av større arbeid for Miljøpakken. Det var noen interne høringsmøter, blant annet med byplankontoret, som er en viktig bruker i av gåstrategien i videre planarbeid.

### 3.2 Strategiens innhold og mål

Gåstrategien lister følgende mål:

- 30 prosent av de daglige turene skjer til fots
- Antall fotgjengere inn og ut av Midtbyen er doblet
- Gangnettet henger sammen og er enkelt å orientere seg i
- Det oppleves trygt å gå
- Det skal være god framkommelighet langs gangvegene hele året

Disse målene gjelder frem mot 2025, men det er ikke knyttet målbare indikatorer eller lignende til alle målene. Det er videre definert ni temaområder/satsingsområder som det skal knyttes utdypende tiltak til:

- God kommunikasjon og holdningsskapende arbeid
- Helhetlig gangnett for alle
- Korte ganglengder
- Eget gangnett
- Lett å orientere seg
- Trygt gangnett
- Attraktive omgivelser
- God drift og godt vedlikehold

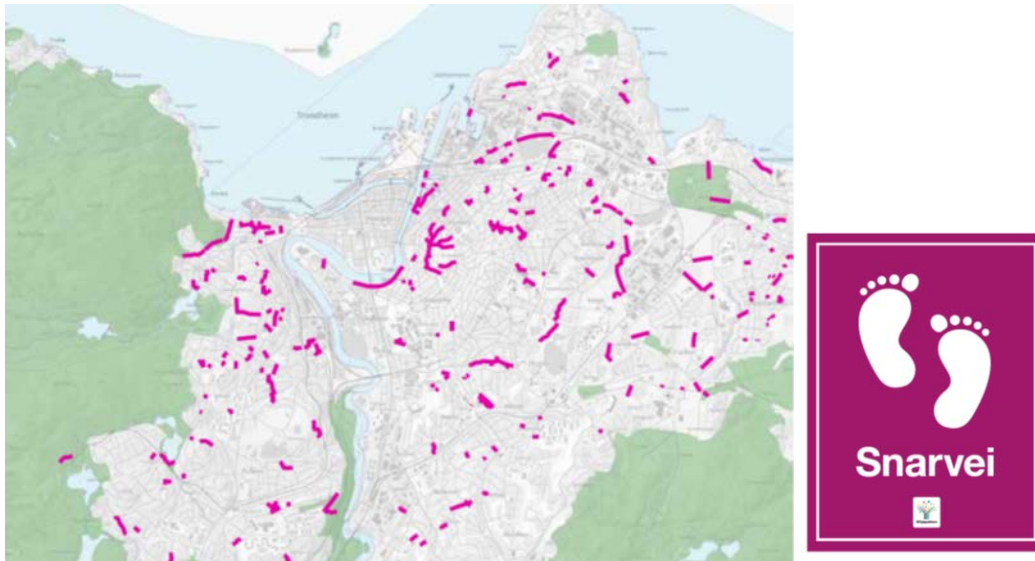
Målene er i stor grad knyttet til gangnettet og til snarveier som er del av dette nettet. Det er gjennomført tilgjengelighetsanalyser, og det er gjort kartlegginger av snarveier som er fremstilt ved hjelp av GIS. Disse er vist til venstre i Figur 3, som gir en oversikt over snarveier for gående i bydelene. Figuren viser at det ikke er kartlagt snarveier i sentrum som del av gåstrategien. Kartanalysen er gjennomført for å vise muligheter for å gjøre snarveiene gangvennlige, og hvilke snarveier som trenger tiltak med en prioritering av disse tiltakene. Gåstrategien og tiltakene er ikke evaluert, men det er rapportert via Miljøpakken hvor mye penger som er brukt og på hvilke snarveier. Miljøpakken har også hatt som prinsipp å feire

---

<sup>5</sup> <https://www.trondheim.kommune.no/tema/veg-vann-og-avlop/trafikk-og-miljo/trafikk/>



ferdige tiltak med snorklipping, synliggjøre tiltakene ved hjelp av skilting (se skilt til høyre i figuren) og sende ut informasjon til bydelen for å invitere befolkningen til å ta i bruk snarveiene.



Figur 3: Kartlegging av snarveier i GIS (til venstre) og skilt for snarvei (til høyre). Faksimile fra gåstrategien.

I selve strategidokumentet er det lagt mye vekt på design og kommunikasjon. Den presenterer en type 'skilt' for gåing, som også skal brukes for å promotere gange i gatebildet. Dette skiltet følger ikke skiltnormalen til vegvesenet, men vegvesenet har godkjent at de brukes på snarveiene. Det ble brukt en designkonsulent for å utvikle design, profesjonelt layout og materiell (sjablonger, reklamer, skilt). Gåstrategien har også ført til flere midlertidige tiltak. For eksempel har midlertidige endringer blitt markert med maling og møblering i gater. De har malt beskjeder ('takk for at du går') og tidsangivelse for viktige gangruter ('det er 10 minutter til Torget herifra') i gatene.

Det er gjennomført egne kampanjer i regi av Miljøpakken/gågruppa, med utlevering av matpakker til de som går og utnevning av årets fotgjenger. Kommunen er også knyttet til nasjonale kampanjer for skoler og arbeidsplasser.

### 3.3 Effekter

Den viktigste effekten av gåstrategien og arbeidet med den er økt bevissthet rundt gange administrativt i kommunen, samt at de har nådd befolkningen gjennom nye måter å bruke design og midlertidige tiltak på. Gåstrategien har støttet en sterk satsing på snarveier som har blitt innpasset hos drift og vedlikehold i kommunen.

Strategien er også et grunnlag for andre planer, de vi intervjuer sa at plankart i andre planer følger gåstrategien. Planleggeren mener likevel at mange tiltak for gående allerede er knyttet til rutinene for planbehandling og er innarbeidet i planpraksis uavhengig av gåstrategien. Det er vanskelig å si om gåstrategien er årsaken eller om det er en integrert del av hvordan planleggere tenker, selv om planleggeren mener gåstrategien trolig har bidratt til økt bevissthet og aksept både i befolkningen og administrativt til å prioritere gange.

Gåstrategien er en del av det arbeidet Miljøpakken har ansvar for, og arbeidet med gange har vært en viktig del av arbeidet med nytt buss-system, spesielt for arbeidet med plassering

av holdeplasser i det nye nettverket. Gåstrategien er også et av grunnlagsdokumentene det vises til i byveksttalen for Trondheimsregionen.

### **3.4 Erfaringer og anbefalinger**

Erfaringene fra Trondheim kommune er at samarbeid mellom Statens vegvesen, fylkeskommunen og kommunen i en gågruppe er positivt og viktig for forankring av en gåstrategi, selv om koblingen til byplanleggerne blir svakere og gåstrategien får en litt mer spisset vinkling mot gangnettet. Byplanleggeren mener at de uansett har gode nok rutiner for å inkludere gange og ivare dette i planleggingen. Den økte vektleggingen av snarveier har likevel vært viktig for å få folk til å gå mer. I etterkant har byplankontoret i kommunen startet et prosjekt knyttet til knutepunkt/lokalsenter, hvor tilgjengelighet og snarveier mellom boligområder og lokale service til fots er prioritert. Selv om dette ikke er forankret i gåstrategien, er det en viktig del av arbeidet med gange, og drar i samme retning som gåstrategien.

Prosjektlederen for gåstrategien ser det som spesielt viktig å begynne med det som er lett, slik at man kan få raske resultater om man kan vise frem. Det viste seg å være relativt enkelt å oppgradere eksisterende snarveier. Det er rimelige tiltak som har stor effekt. Den største utfordringen har vært vedlikehold, og i etterkant fremstår det som viktig å få med driftsavdelingen i kommunen fra starten av. Videre er erfaringen fra Trondheim at det er viktig å gjøre strategien synlig, og holde den levende. Det er en fare for at en gåstrategi blir liggende ubrukt hvis ingen har og tar ansvar for den.

Kampanjer og design har vært viktig for å synliggjøre gange og øke oppmerksomheten rundt i Trondheim. Inspirasjonen kommer fra Miljøpakken, der det er et prinsipp at de skal markere tiltak og feire det som er positivt og nytt. Det har vært viktig å snu argumentasjonen rundt bærekraftig transport fra å bruke pekefingeren til å heller tilrettelegge for og oppmuntre til endret atferd. Det er viktig for alle transportformene, inkludert gange.



## 4 Sykkel- og gåstrategi for Ås

### 4.1 Om strategien

Den nyeste gåstrategien vi har undersøkt er sykkel- og gåstrategi for Ås kommune<sup>6</sup> fra 2018. Den er vedtatt som en kommunedelplan etter plan- og bygningsloven. Sykkel- og gåstrategien har fulgt alle retningslinjene og de lovpålagte oppgavene i forbindelse med dette. Det har vært utført egne medvirkningsprosesser og høringsprosesser.

Også denne strategien er utarbeidet av kommunen med et innspill på reisevaner fra en ekstern konsulent. Som i Haugesund, er det miljøvernrådgiveren som har vært prosjektleder for planen. Det ble gitt støtte fra Klimasats til prosjektet. Denne strategien skiller seg fra de andre ved at den er en kombinert sykkel- og gåstrategi. Sykkel- og gåstrategien har, som de andre, noen langsiktige mål kombinert med mer kortsiktige tiltak. Strategien i Ås skiller seg også fra de andre strategiene med at den den kortsiktige delen med tiltak revideres hvert år sammen med budsjettet i kommunen. Det er miljøvernrådgiveren som rapporterer hva som er gjort og oppdaterer tiltakslisten årlig.

### 4.2 Strategiens innhold og mål

Innholdet i sykkel- og gåstrategien er todelt. Det er en langsiktig del som setter mål for utviklingen og en kortsiktig tiltaksliste. Sykkel og gange er sett i sammenheng, og i motsetning til de andre byene har ikke gange fått en egen strategi. Ås valgte denne løsningen av praktiske og finansielle grunner. De kunne enten lage en felles sykkel- og gåstrategi eller kun en sykkelstrategi, og de valgte å lage en samlet strategi. Prosjektleder mener likevel at det er klare forskjeller mellom sykkel og gange, og at det i løpet av prosessen har kommet frem at gange er annerledes fordi gående ikke har så 'klare' behov som syklende. Det har dermed vært lettere å konkretisere tiltak for syklende enn for gående i sykkel- og gåstrategien.

Sykkel- og gåstrategien har fulgt prosessene til en plan etter plan- og bygningsloven, og de har gjennomført ulike typer medvirkningsprosesser og høringer. En representant for NMBU har også vært involvert i prosessen. Innholdet i sykkel- og gåstrategien er påvirket av en åpen prosess, inkludert barnetråkk og workshops, og den er den eneste av strategiene vi har undersøkt som har gjennomført høring og systematisk medvirkning. Som del av medvirkningen, samarbeidet Ås og Ski kommuner om en GIS-basert undersøkelse kalt 'Pedaltråkk', ved hjelp av Geodata i Oslo. De inviterte folk gjennom kommunens nettside og oppslag i avisa, og invitasjoner ble sendt til foreldre og elever i grunnskolen. Her kunne deltakerne tegne rett inn i et kart på nett. Det kom inn over 300 svar som ble utgangspunkt for en 'heatmap', som kom i tillegg til barnetråkkregistreringer. Det ble også avholdt egne workshops i Ås sentrum og Nordby, der folk kunne tegne inn i kart infrastruktur de ønsket seg.

---

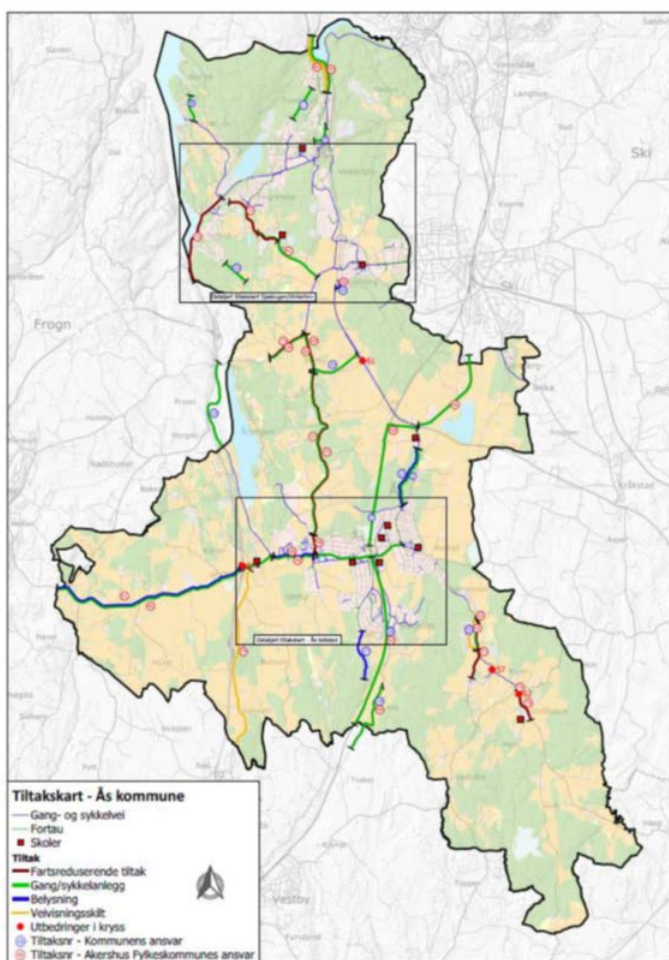
<sup>6</sup> <https://www.as.kommune.no/strategi-og-tiltaksplan-for-mer-sykling-og-gange-i-aas-kommune.6131027-385744.html>

Kommunen utviklet kunnskapsgrunnlaget selv, bortsett fra at de hadde en utfordring med tall for resemiddelfordeling. Der ble Rambøll leid inn, og de laget en 'kalkulator' for resemiddelfordeling. Kommunen har laget sykkel- og gåstrategien selv. Som i de andre byene blir dette sett på som viktig for å bygge kunnskap, og for at det er en person som kan følge opp strategien etter at den er vedtatt gjennom informasjon, å bidra i diskusjoner og å sørge for at strategiarbeidet blir fulgt opp og tiltakene gjennomført.

Målene i sykkel- og gåstrategien for Ås kommune er:

- Mest mulig sammenhengende gang- og sykkelveinett
- God sykkelparkering
- Arealplanlegging som legger til rette for mer sykling og gange
- Bedre sikkerhet for syklister og fotgjengere
- Prioritert vedlikehold/drift av gang- og sykkelanlegg
- Kampanjer for å øke andel gående og syklende
- Tilrettelegge for bruk av sykkel til/fra arbeid
- Tilrettelegge for sykling og gange til/fra skole, barnehage og fritidsaktiviteter

For å oppnå målene er det utarbeidet en tiltaksliste som også er fremstilt på et kart som er vist i Figur 4. Tiltakene dekker hele kommunen, men det er flest tiltak i sentrum.



Figur 4: Tiltakskart Ås kommune. Faksimile fra sykkel- og gåstrategi.

### 4.3 Hva man prøver å oppnå med strategien

Strategien er langsiktig, og den gir føringer for tiltaksliste som revideres årlig. Dette gjør at den har et helhetlig og langsiktig fokus, hvor de ulike tiltakene bidrar i måloppnåelsen av planen. Den er vedtatt i 2018, og er dermed relativt ny, men prosjektleder mener at den har ført til mer oppmerksomhet rundt det å gå og sykle. Både gange og sykkel inkluderes i planarbeid på en annen måte enn før. Dette gjelder i reguleringsplaner generelt, men det er også sterkt knyttet til sentrumsplanen. Sentrumsplanen og sykkel- og gåstrategien ble utarbeidet omtrent samtidig, og de har påvirket innholdet i hverandre. Det er derfor mange gå- og sykkeltiltak i sentrum og et større fokus på mobilitet i sentrumsplanen.

Det at tiltakslisten revideres jevnlig fører til at søkelys på gange og sykkel opprettholdes over tid, og at flere som jobber i kommunen vet om planen og inkluderer den i sitt arbeid. Det er også lettere å søke om midler til tiltak når det kan vises til en helhetlig plan med langsiktige målsetninger. Dette gjelder både statlige og fylkeskommunale midler.

Kampanjer som 'beintøft' og 'sykle til jobben' er gjennomført i Ås flere år på rad. Der har kommunen gjennomført årlige tilfredshetsundersøkelser i forbindelse med 'sykle til jobben'-kampanjen, hvor folk blir spurt om hva de synes om forholdene for sykling og gange i kommunen. De får ganske gode tilbakemeldinger, men det kommer også inn mye informasjon om hva kommunen kan gjøre bedre for gange og sykkel.

### 4.4 Erfaringer og anbefalinger

For Ås har kombinasjonen av en langsiktig strategi og tiltaksliste med konkrete tiltak som jevnlig revideres og oppdateres vært viktig. En langsiktig strategi legitimerer tiltak og muliggjør finansiering som 'klimasats' og andre fylkeskommunale og statlige midler.

Tett samarbeid på tvers av sektorene i kommunen i utarbeidelsen av sykkel- og gåstrategien gjør at de ulike sektorene inkluderer strategien i sitt arbeid og at sykkel- og gåstrategien blir bedre forankret. Samarbeidet skaper også felles eierskap og tillit innad i kommunen. Likevel er det viktig at det er en saksbehandler eller prosjektleder som har som oppgave å gi de gående en stemme og å følge opp sykkel- og gåstrategien i andre planprosesser.

I Ås kommune arrangerer de (uavhengig av sykkel- og gåstrategien) regelmessige treff hvor de uformelt diskuterer planarbeid som er viktig for intern samordning. Utad har medvirkningen både ført til økt interesse for sykkel og gange, og den fungerer på mange måter som en kampanje i seg selv. Prosessen har skapt en bevisstgjøring som gjør at befolkningen tar kontakt og etterspør og krever løsninger – prosessen aktiviserer. Rullering av tiltaksdelen skaper en forventning om at kommunen gjør mye. Hele medvirkningsarbeidet holder trykket oppe, på godt og vondt.

En utfordring som fremdeles ikke er løst, er veier som ikke er kommunens ansvar, og dette er vanskelig å forstå for befolkningen. Kommunen ser behov for å ta tak i problemstillinger knyttet til veier som eies og driftes av staten og fylkeskommunen. De anbefaler andre å inkludere fylkeskommunen så tidlig som mulig, spesielt for å ta tak i problemstillinger knyttet til at eierskap til gangveier skifter. Dette gjelder spesielt for (vinter)drift.

## 5 Oppsummering

De tre strategiene vi har undersøkt er ganske ulike, både fordi de er tilpasset den lokale konteksten og fordi de har ulikt fokus. Gåstrategien i Haugesund kommune var den første kommunale strategien som kom etter den nasjonale gåstrategien, og den er et bakgrunnsdokument til kommuneplanen. Den består av et kart som viser viktige forbindelser og hvordan disse knytter sammen målpunkt for gående. Den har også en tiltaksplan rettet mot fire ulike temafelt: arealbruk, byutvikling, utforming og holdninger. I Trondheim er gåstrategien laget av en tverrsektoriell gruppe med personer som jobber med gange i de ulike etatene og i Miljøpakken, og den er vedtatt i bystyret. Dette er ikke en plan etter plan- og bygningsloven, med de prosesser og prosedyrer som følger av det. Den har søkelys på snarveier, synliggjøring av gange i gatebildet og informasjonsdesign (skilt, logo, budskap malt på gater og fortau). De har valgt å fremheve det lekne og positive ved gange. Videre har de valgt å starte med det enkle som gir raske resultater, og så ta opp de større utfordringene senere. Ås kommune har laget en felles sykkel- og gåstrategi, som følger plan- og bygningslovens prosedyrer med medvirkning, høringer og vedtak. Strategien i Ås har en langsiktig del som ligger fast, og en kortsiktig tiltaksdel som revideres årlig i forbindelse med at det kommunale budsjettet vedtas. Dette gjør at strategien blir aktivt brukt og at handlingsdelen blir oppdatert regelmessig.

Resultatene viser at gåstrategiene har hatt effekt både direkte ved at det lages tiltaksplaner og gjennomføres tiltak som kan bidra til at flere går mer og at det blir bedre å gå, og ved at de påvirker andre planer i retninger som bidrar til dette. Arbeidet med gåstrategiene bidrar også til økt kunnskap, bevissthet og engasjement, som kan bidra til at byene utvikles på måter som gir måloppnåelse.

Vi har sett at ulike egenskaper ved gåstrategiene har påvirket om og hvordan de bidrar til måloppnåelse, her at flere går mer og at opplevelsen av å gå blir bedre. En slik egenskap er knyttet til prosessen med å lage gåstrategien. Det kommer frem i intervjuene at det er viktig å forankre en strategi i kommunen politisk og administrativt, men også på tvers av ulike avdelinger og sektorer. En åpen og inkluderende prosess er essensielt for at kommunen får eierskap til strategien. Dette blir spesielt viktig når prosjektleder slutter eller på andre måter ikke har mulighet til å følge opp. Alle de tre kommunene har erfaring med at det er viktig at noen følger opp og gir innspill om gåing internt i kommunen i ulike prosesser. Dette kan være knyttet til planlegging, men også mobilitetskampanjer og (vinter)vedlikehold. For å redusere sårbarheten er det viktig at flere personer på flere fagfelt og avdelinger i kommunen føler eierskap. Inkludering av fagpersoner på tvers av sektorer skaper også tillit og bevissthet om gange.

De tre byene har hatt ulik grad av medvirkning med befolkningen, men alle prosjektlederne ser det som viktig. Alle de tre byene har barnetråkk, og Haugesund sier de gjerne skulle gjort mer av det. I Ås ble medvirkningen fra andre grupper enn skolebarn utført med metoder som ligner barnetråkk, og som ble sett på som svært nyttige. Kartfestede data bidrar til at befolkningen blir mer aktiv ved at de følger med på om noe blir gjort for å løse de problemene de har meldt inn. Et 'heatmap' kan bidra til å gjøre beslutninger om tiltak enklere.

For selve utformingen av strategien ser det ut til at det er viktig med en langsiktig del, som alle tre kommunene har, kombinert med en konkret tiltaksliste som også setter tidsfrister.

Dette er mest tydelig i Ås sin strategi, som har liste med konkrete tiltak som revideres og vedtas politisk hvert eller annen hvert år (ifm. budsjett). Ås har gode erfaringer med dette. Prosjektlederen i Haugesund sier at dette trolig er en av de tingene de ville gjort annerledes hvis de hadde laget strategien nå.

Ingen av strategiene viser ambisjoner om å måle effekten av strategien innen gitte tidsfrister. Tidsfrister for tiltak og evaluering vil kunne skape mer engasjement rundt gåstrategien ved at det er lettere å følge med på om det skjer noe og om kommunen er i 'rute' med det som er planlagt. Samtidig blir gåstrategien mindre sårbar når det er engasjement og aktivitet knyttet til gåstrategien, og den ikke bare er prosjektleder sitt ansvar. Da er det er også mindre sannsynlig at gåstrategien havner i en skuff om prosjektleder slutter.

Alle de tre byene har valgt å lage strategien selv, internt i kommunen eller i bypakkesamarbeidet. Særlig Ås og Trondheim legger vekt på at det er viktig å bygge kunnskap. Alle de tre byene har likevel leid inn hjelp til mindre oppgaver som design, beregning av transportmiddelfordeling og spørreundersøkelser. Alle har også lent seg på Statens vegvesen sin gåstrategi og det kunnskapsgrunnlaget den har tilført til diskusjonene lokalt. Sist, men ikke minst, påpeker de at det er viktig å følge opp strategien.

Det står, slik vi leser det, lite om kampanjer i gåstrategiene sammenlignet med hvor viktige kampanjene er i alle tre byene. Det forstås som viktig med både lokale og nasjonale kampanjer, som kan være utført som kortsiktige stunt eller som gjentas årlig. Alle byene er med på mobilitetskampanjer som 'beintøft' for skolelever eller 'sykle til jobben' (som også inkluderer gange) for bedrifter og andre arbeidsplasser. 'Beintøft' er administrert av Miljøagentene, som er en medlemsorganisasjon for barn og familier. 'Beintøft' er støttet av både private aktører og av offentlige aktører som Miljødirektoratet og Samferdselsdepartementet. I 'sykle til jobben' betaler bedrifter og kommunen for å være med. Begge disse kampanjene er enkle tiltak for å endre befolkningens reisevaner. De burde kanskje få en mer fremtredende plass i gåstrategiene.

#### **Anbefalinger til andre byer som skal lage gåstrategier kan oppsummeres som:**

- Gåstrategien bør ha en langsiktig og helhetlig strategisk del og en mer kortsiktig og konkret tiltaksplan som revideres ofte
- Det er fordelaktig at kommunen lager gåstrategien selv, fordi det bidrar til å bygge kunnskap, eierskap og engasjement, og så kan man leie inn hjelp til avgrensede oppgaver
- Det er viktig å forankre gåstrategien bredt, både administrativt, politisk og i befolkningen
- Involver flere avdelinger i kommunene (som plan, oppvekst og drift) og andre relevante aktører (særlig fylkeskommunen og Statens vegvesen) i utarbeiding av gåstrategiene
- Medvirkning med befolkningen er viktig - barnetråkk og kartfesting av data og tiltak kan bidra til engasjement
- Kampanjer som uansett gjennomføres bør inkluderes som del av gåstrategien

## Referanser

- Hagen, O.H., Tennøy, A. og Knapskog, M. (2019) *Kunnskapsgrunnlag for gåstrategier*. TØI rapport 1688/2019. [Kunnskapsgrunnlag for gåstrategier - Transportøkonomisk institutt \(toi.no\)](https://www.kunnskapsgrunnlag.no/)
- Haugesund kommune (2014) Gåstrategi for Haugesund kommune. Haugesund. <https://www.haugesund.kommune.no/component/tags/tag/gastrategi>
- Helse- og omsorgsdepartementet (2015) *Melding til Stortinget 19 (2014-2015) Folkehelsemeldingen – mestring og muligheter*. Vedtatt i statsråd 27. mars 2015. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-19-2014-2015/id2402807/>
- Helsedirektoratet (2014) Kunnskapsgrunnlag fysisk aktivitet Innspill til departementets videre arbeid for økt fysisk aktivitet og redusert inaktivitet i befolkningen. IS-2167. Helsedirektoratet, Oslo. <https://helsedirektoratet.no/Lists/Publikasjoner/Attachments/292/Kunnskapsgrunnlag-for-fysisk-aktivitet-innspill-til-departementet-IS-2167.pdf>
- Hillnhütter, H. (2016) Pedestrian Access to Public Transport, PhD thesis Nr. 314. Det teknisk-naturvitenskaplige fakultet, Universitetet i Stavanger.
- Knapskog, M., Hagen, O.H., Tennøy, A. og Rynning, M.K. (2019) Exploring ways of measuring walkability, *Transportation Research Procedia*, 41, 264-282. Open access: <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2019.09.047>
- Trondheim kommune (2016) Gå mer – kjør mindre. Gåstrategi for Trondheim. Trondheim kommune. <https://www.trondheim.kommune.no/tema/veg-vann-og-avlop/trafikk-og-miljo/trafikk/>
- Vegdirektoratet (2012) Nasjonal gåstrategi. Strategi for å fremme gåing som transportform og hverdagsaktivitet. Statens vegvesens rapporter nr. 87 [https://www.vegvesen.no/attachment/528926/binary/851213?fast\\_title=Nasjonal+g%C3%A5strategi.pdf](https://www.vegvesen.no/attachment/528926/binary/851213?fast_title=Nasjonal+g%C3%A5strategi.pdf)
- Vegdirektoratet (2014) Lokale gåstrategier og planer for gående. Veiledning for kommuner. Statens vegvesens rapporter nr. 280 [https://www.vegvesen.no/attachment/607384/binary/953479?fast\\_title=Veiledning+for+lokale+g%C3%A5strategier+og+planer+for+kommuner+2014.pdf](https://www.vegvesen.no/attachment/607384/binary/953479?fast_title=Veiledning+for+lokale+g%C3%A5strategier+og+planer+for+kommuner+2014.pdf)
- Ås kommune (2019) Sykkel- og gåstrategi. For Ås kommune 2018 – 2030. Ås kommune. <https://www.as.kommune.no/strategi-og-tiltaksplan-for-mer-sykling-og-gange-i-aas-kommune.6131027-385744.html>

# Vedlegg 1 - Intervjuguide

## Intervjuguide – gåstrategier i egen kommune

Stilling/arbeidsoppgaver/rolle i gåstrategi

### Prosess og utarbeidelse av gåstrategien

- Hvorfor ble gåstrategien akkurat slik (fokus, strategier, tiltak, mv.)?
- Hvem initierte arbeidet med gåstrategi? Fagfolk, politikere, andre?
- Hvem har utarbeidet gåstrategien – gjort faglige analyser, foreslått tiltak, gjort analyser/evalueringer, bestemt hva som skal inn i gåstrategien, mv.? Fagfolkene i kommunen (hvilken 'avdeling'), konsulenter, andre?
- Hva slags fagkunnskap er lagt til grunn – om sammenhenger mellom tiltak/utvikling og at flere skal gå mer og at opplevelsen av å gå skal bli bedre?
- Hvilke prosesser er gjennomført i utarbeidelsen av strategien? Høringer?
- Er gåstrategien formelt vedtatt, og av hvem?
- Ble det gjennomført medvirkningsprosesser der befolkningen ble invitert inn?
- Hvilke målkonflikter har de opplevd?
- Hvem har vært sterkt for, og sterkt mot, utarbeiding av gåstrategi? Med hvilke motiver/argumenter/begrunnelser

### Om gåstrategien har hatt effekt

- Finnes det eksempler på at gåstrategiene har hatt effekt, gjennom tiltak, endringer av andre planer eller endret fokus og oppmerksomhet, som bidrar til økt gangvennlighet?
- Er det på noen måte dokumentert om og hvordan gåstrategiene hatt effekt og/eller endringer i gangvennlighet (gangandeler, fornøydhet, annet?)

### Egenskaper ved gåstrategien som påvirker om den får effekt

- Hvilke egenskaper ved gåstrategiene har påvirket om og hvordan de har blitt brukt og bidratt til bedre gangvennlighet, enten direkte eller indirekte?
  - Mål/motivering, strategisk/konkret, tiltak som foreslås, kunnskap som legges til grunn, mv.
  - Utforming av rapporten, illustrasjoner, mv.
  - Hvem som har laget den, eierskap, grad av forpliktelse, vedtak, mv.
  - Prosess i forkant, promotering i etterkant, politisk engasjement, mv.
- Er det andre viktige forklaringer for at gåstrategiene har hatt/vil få effekt – eller ikke (slik de og/eller vi definerer målene)?
- Hvem er de viktigste støttespillerne til og motstanderne av gåstrategien og tilrettelegging for gåing? Hvilken rolle spiller dette? Hvordan håndterer dere det?

### Råd til andre byer

- Basert på deres erfaringer - hvilke råd vil der gi til andre byer som skal lage sin første gåstrategi?

## Transportøkonomisk institutt (TØI)

### Stiftelsen Norsk senter for samferdselsforskning

TØI er et anvendt forskningsinstitutt, som mottar basisbevilgning fra Norges forskningsråd og gjennomfører forsknings- og utredningsoppdrag for næringsliv og offentlige etater. TØI ble opprettet i 1964 og er organisert som uavhengig stiftelse.

TØI utvikler og formidler kunnskap om samferdsel med vitenskapelig kvalitet og praktisk anvendelse. Instituttet har et tverrfaglig miljø med rundt 90 høyt spesialiserte forskere.

Instituttet utgir tidsskriftet Samferdsel på internett og driver også forskningsformidling gjennom TØI-rapporter, artikler i vitenskapelige tidsskrifter, samt innlegg og intervjuer i media. TØI-rapportene er gratis tilgjengelige på instituttets hjemmeside [www.toi.no](http://www.toi.no).

TØI er partner i CIENS Forskningscenter for miljø og samfunn, lokalisert i Forskningsparken nær Universitetet i Oslo (se [www.ciens.no](http://www.ciens.no)). Instituttet deltar aktivt i internasjonalt forsknings-samarbeid, med særlig vekt på EUs rammeprogrammer.

TØI dekker alle transportmidler og temaområder innen samferdsel, inkludert trafiksikkerhet, kollektivtransport, klima og miljø, reiseliv, reisevaner og reiseetterspørsel, arealplanlegging, offentlige beslutningsprosesser, næringslivets transport og generell transportøkonomi.

Transportøkonomisk institutt krever opphavsrett til egne arbeider og legger vekt på å opptre uavhengig av oppdragsgiverne i alle faglige analyser og vurderinger.

#### Besøks- og postadresse:

Transportøkonomisk institutt  
Gaustadalléen 21  
NO-0349 Oslo

22 57 38 00  
[toi@toi.no](mailto:toi@toi.no)  
[www.toi.no](http://www.toi.no)